

icn

CREACTIVE
business
school



Livret IPM 2018-2019

IPM handbook 2018-2019

ICN Grande Ecole Program



Version 1.5 du 28/08/2018



AVERTISSEMENT

Les informations contenues dans ce document sont susceptibles d'évoluer.
Des mises à jour seront faites ultérieurement, pensez à vérifier régulièrement le contenu de ce livret.

WARNING

The content of this document is likely to evolve.
Updates will be made later on; don't forget to check this handbook on a regular basis.

Table des matières

Engagement pédagogique de l'élève.....	8
Student's educational commitment	9
Descriptive of International Program in Management	10
Programme IPM 2	11
Calendrier du Programme ICN Grande Ecole 2017-2018	12
Extrait du règlement pédagogique 2018-2019	13
Extract from academic regulations 2018-2019	20
Synoptique des modules de spécialisation / Synoptic of specialization units	27
Contacts utiles / Useful contacts.....	28
Contents and syllabus of Annual IPM.....	29
Contents and syllabus of Semestrial IPM.....	31
Contents and syllabus of Annual IPM.....	33
Les Textbooks	36
Cours du tronc commun / Core Curriculum	39
Semestre 1 / Semester 1.....	39
Management des Systèmes d'Information	40
Information System Management	42
Environnement des affaires	44
Business Environment	46
Analyse des données	48
Data Analysis	50
Comportement Organisationnel.....	52
Organisational Behaviour	54
Communication interculturelle	56
Intercultural Communication	58
Contrôle de gestion	60
Management accounting.....	62
Management de projet.....	64
Project Management.....	66
Marketing stratégique.....	68

Strategic Marketing	70
Décisions de financement et d'investissement	72
Investment and Financing Decisions	74
Comptabilité de gestion	76
Cost Accounting	78
Compétences Professionnelles.....	80
Professional skills	82
Communication Professionnelle.....	84
Société et culture française contemporaine	86
Cours du tronc commun / Core Curriculum	88
Semestre 2 / Semester 2.....	88
Analyse Stratégique	89
Strategic Analysis.....	91
Risques et évaluation de l'entreprise	93
Risk and Company valuation	95
Marketing industriel et des services.....	97
Industrial and Services Marketing	99
Management interculturel	101
Intercultural Management	103
Organizational Design.....	105
Design organisationnel	107
Communication Professionnelle.....	109
Société et culture française contemporaine	111
Ateliers ARTEM / ARTEM Worshop / Nancy	113
Atelier Anglo-Saxon Project Management	114
Atelier ARTEM Tranches de Paysage	116
Marketing d'enseigne et innovation commerciale.....	118
Atelier ARTEM L'humain Augmenté.....	120
Becoming an Online Influencer	122
Atelier ARTEM Intelligence économique et décision	124
La Banque du Futur	126
Atelier ARTEM Le Manager Cré'Actif.....	128
Atelier ARTEM Living consulting culture	130
Management des technologies innovantes	132
Atelier ARTEM Modélisation financière	134
Design Thinking for Sustainable Change	136

Acteur de l'économie de demain	138
Atelier ARTEM : Family Business and Entrepreneurship.....	140
Approche sectorielle de la communication digitale.....	142
Atelier IRE / IRE Workshop / Nancy	144
Atelier IRE	145
Spécialisations classiques NANCY / classic specializations NANCY.....	147
Banks, funds and markets (english).....	148
Asset and Fund Managemet.....	149
International Banking	151
Valuation of Financial Products.....	153
Audit (English/French).....	155
Principles and Practice of Group accounts.....	156
Audit Governance Internal Control	158
External and Internal Auditing.....	160
Finance d'entreprise (French)	162
Comptes annuels et consolidés.....	163
Evaluation et diagnostic financiers.....	165
Business plan et gestion de trésorerie	167
Contrôle de gestion (French)	169
Comptes annuels et consolidés.....	170
Contrôle de Gestion opérationnel.....	172
Contrôle de gestion stratégique.....	174
Distribution, e-commerce et management des grands comptes (French)	176
Marketing d'enseigne et de point de vente	177
Category Management & Trade Marketing	179
Panels, environnement juridique et organisation logistique	181
Design de l'offre et innovation (French)	183
Management de l'offre.....	184
Etude de marché	186
Design produit et packaging.....	188
International business development (English)	190
International trade	191
International trade techniques.....	193
International environment	195
Talent management in organisations (English)	197
HR Administration and Labour Law.....	198

Advanced Organisational Behaviour	200
Talent Management	202
Management of innovation (English/French)	204
Innovation capabilities and processes.....	205
Creativity for sustainable business.....	207
Intellectual Property Rights	209
Arts and entertainment industry management (English)	211
Cultural sustainability	212
Art and Entertainment Management.....	214
Media Production Management	216
Préparation MSc / MSc preparation.....	218
Finance, insurance and risk management (Nuremberg)	219
Banking	220
Principles of risk management and insurance	222
Compliance, Governance and Law in Insurance.....	224
Marketing and brand management (Nuremberg).....	226
Consumer and society	227
Value communication.....	229
Branding.....	231
Communication and digital marketing	233
Luxury and design management	233

Chers étudiants et participants,

Bienvenue à l'Ecole ! En rejoignant ICN Business School, vous intégrez une grande école française de management, de standard international au sein de laquelle la **pédagogie a été conçue de manière fortement interactive**.

A ICN, vous allez mettre en œuvre, à travers vos lectures et vos projets individuels et collectifs, une méthode de travail propre au développement **des connaissances, des savoir-faire et des expériences qui vous distingueront dans votre future carrière**.

Cela signifie que l'enseignement est construit sur la base d'un **contrat pédagogique** requérant de vous une **présence active** aux différents cours et une préparation aux prérequis définis par les enseignants, ce qui leur permettra de s'impliquer dans une relation pédagogique positive en accompagnant de près **vos progression**.

Pour maximiser votre compréhension des enseignements et vos chances de succès, il est par conséquent impératif de vous engager à être présents à vos cours pour bénéficier de la dynamique et des échanges qui vous permettront de fixer durablement vos savoirs et de réussir vos examens.

Votre emploi du temps a été conçu en intégrant, parallèlement aux cours, des plages de temps hebdomadaires libres destinées à **vos travail personnel**, à vos **travaux de groupes**, à la **recherche de vos stages nécessaires au développement de votre personnalité et de vos compétences professionnelles**.

Acteurs de votre formation, vous devez aussi **participer à la qualité de l'enseignement** délivré à l'Ecole en y apportant votre regard critique tout en vous comportant de manière citoyenne et respectueuse vis-à-vis de la communauté académique.

Vous devez, en conséquence, donner votre avis, lors des évaluations des enseignements qui vous sont dispensés, à travers les **campagnes d'évaluations en ligne obligatoires**. Vous contribuez ainsi à l'amélioration continue de nos enseignements et dresserez un bilan de vos apprentissages.

Vous devez aussi veiller, durant votre vie à l'Ecole et dans toutes vos activités, à respecter l'ensemble des acteurs (personnels administratifs et enseignants). Cela doit se traduire entre autres, par un comportement responsable vis-à-vis de celles et ceux qui sont mobilisés autour de votre réussite.

Visons ensemble votre succès académique et professionnel, en prenant conscience de ces principes et en vous engageant à les respecter.

Dear Students and Participants,

Welcome to the School! By joining ICN Business School, you are joining a French Business School of international standard in which **pedagogy has been designed to be highly interactive.**

At ICN, you will implement, throughout your reading and individual as well as team projects, a work method for developing **knowledge, skills and experiences that will distinguish you in your future career.**

This means that teaching is built on the basis of a **learning agreement** requiring you to **actively participate** in different courses and prepare for prerequisites defined by the teachers. We expect a positive pedagogical relationship between teachers and you, which will allow for closely accompanying **your progress.**

To maximize your understanding of the teachings as well as your chances of success, it is therefore imperative that you commit to being present in class and benefits from the class dynamics and the intellectual exchanges that occur in class. These will allow you to put your knowledge to use and succeed in your exams.

Your class schedule has been designed by integrating time for, in addition to courses, **personal homework, group work, searching for internships.** All these activities are necessary to develop your personality and your professional skills.

You must also **participate in the quality of education** delivered at the School by giving your constructive criticism all the while behaving as respectful citizens with the academic community.

You should give your opinion by completing the **required teaching evaluations** that will be administered **online.** As such, you will contribute to the continuing improvement of our teaching activities and take stock of what you have learned.

You should also, both while at the School and in all of your activities, respect all staff (administrators and teachers alike). This should among other things include responsible behavior towards those who are present to ensure your success.

Let's work together towards your academic and professional success, by being aware of these values and committing yourself to respecting them.

Christine KRATZ
Director of Programs

Nuno GUIMARÃES DA COSTA
Dean for Faculty and Research

Descriptive of International Program in Management

THINKING ABOUT STUDYING IN EUROPE?

STUDY IN NANCY, FRANCE, IN THE INTERNATIONAL PROGRAM IN MANAGEMENT AT ICN BUSINESS SCHOOL.

Created in 1905, ICN Business School prides itself today on being part of the French leading Graduate Business Schools with a long record of educational quality. The School has always had a strong propensity to welcome students from all corners of the globe and prides itself today on relying on a network of more than 130 universities covering all continents.

International students have the privilege to join ICN Business School via the IPM certificate program. This one-year fulltime academic pathway corresponds to the 2nd year (Master 1) of the ICN Master in Management program as students attend the same courses as ICN year 2 students. The IPM certificate is awarded upon successful completion of this one year of study. Students may choose to study either in French or in English.

- ACCESS TO THE ICN MASTER IN MANAGEMENT DEGREE

A bridging system enables IPM students who have successfully completed year 2 of the Master in Management program to enter the 3rd year of this Master (Master 2). Upon successful completion of an internal examination, international students can then enter the final year of the ICN Master in Management program and obtain the prestigious Master in Management Degree with a strong international dimension. This "Programme Grande Ecole", which is accredited by the French Ministry of Higher Education and Research, will fully prepare you for a rewarding career either in France or abroad.

- NANCY, AN EXPERIENCE OF IMMERSION IN FRENCH LIFE, LANGUAGE AND CULTURE

During your academic pathway in the ICN Master in Management, you will have the opportunity to study in Nancy, a city of Art and History, renowned all over the world for its traditional buildings inscribed on the UNESCO World Heritage List since 1983. The city is only 90 minutes from Paris on the East European TGV train. You will also have the opportunity to live and study in a multicultural environment where intellectual enquiry and personal fulfilment can flourish.

- RECOGNIZED KNOW-HOW IN HOSTING INTERNATIONAL STUDENTS FOR MANY DECADES.

It has been decades that ICN Business School has been able to welcome international students from all over the world, mostly as a result of our network of partner-universities. Therefore we have been able to improve our approaches to co-curricular activities so as to optimize the integration of our international students. Here is quick insight into the events and activities which are routinely organized for IPM students:

- Integration and Orientation Week in September, prior to the start of the academic year

Programme IPM 2

Version française :

S3			S4		
Module	ECTS	Vol. H	Module	ECTS	Vol. H
OUTILS ET METHODES	8	60	MANAGEMENT 1	4	30
Management des Systèmes d'information	2	15	Analyse stratégique	2	15
Environnement des Affaires	2	15	Risques et Evaluation de l'Entreprise	2	15
Analyse de données	4	30	MANAGEMENT 2	5	40
MANAGEMENT 1	6	45	Marketing industriel et des Services	2	15
Comportement organisationnel	2	15	Management interculturel	1	10
Communication interculturelle	2	15	Design Organisationnel	2	15
Contrôle de gestion	2	15	ARTEM	5	45
ARTEM	7	60	Atelier ARTEM	5	45
Atelier ARTEM	5	45	SPECIALISATION	12	90
Société & culture française contemporaine	1	15	Spécialisation 1	4	30
Communication professionnelle	1		Spécialisation 2	4	30
MANAGEMENT 2	6	45	Spécialisation 3	4	30
Marketing Stratégique	2	15	DEVELOPPEMENT PERSONNEL	4	30
Décision d'Investissement & de Financemen	2	15	Société & culture française contemporaine	1	15
Comptabilité de gestion	2	15	Communication professionnelle	1	
DEVELOPPEMENT PERSONNEL	3	25	French Language Course for beginners	2	15
Compétences professionnelles	1	10			
French Language Course for beginners	2	15			

English version :

S3			S4		
Module	ECTS	Vol. H	Module	ECTS	Vol. H
TOOLS AND METHODS	8	60	MANAGEMENT 1	4	30
Information Systems Management	2	15	Strategic Analysis	2	15
Business environment	2	15	Risk & Company Valuation	2	15
Data analysis	4	30	MANAGEMENT 2	5	40
MANAGEMENT 1	6	45	Industrial and Services Marketing	2	15
Organisational behaviour	2	15	Intercultural Management	1	10
Intercultural Communication	2	15	Organisational Design	2	15
Management accounting	2	15	ARTEM	5	45
ARTEM	7	60	ARTEM Workshop	5	45
ARTEM Workshop	5	45	MAJOR	12	90
Société & culture française contemporaine	1	15	Specialisation 1	4	30
Communication professionnelle	1		Specialisation 2	4	30
MANAGEMENT 2	6	45	Specialisation 3	4	30
Strategic Marketing	2	15	PERSONAL DEVELOPMENT	4	30
Investment and financing decisions	2	15	Société & culture française contemporaine	1	15
Cost accounting	2	15	Communication professionnelle	1	
PERSONAL DEVELOPMENT	3	25	French Language Course for beginners	2	15
Professional skills	1	10			
French Language Course for beginners	2	15			

CALENDRIER ICN 2 2018 - 2019

CONGÉS SCOLAIRES

Création : 14/12/2017
Dernière mise à jour : 15/06/2018

		2018							2019																					
		OCTOBRE		NOVEMBRE			DÉCEMBRE		JANVIER		FÉVRIER		MARS		AVRIL		MAI		JUIN		JUILLET		AOÛT		SEPTEMBRE					
M 1	S 1	Partiels ajustements ICN 2Y	Welcome day Journées parents IA + AP2	FÉRIÉ			S 1	48H innovENT-E (ou22-23-24/11)	M 1	FÉRIÉ	V 1	Partiels ICN 2Z	V 1		L 1		M 1	FÉRIÉ	S 1	Pas cours	L 1		J 1		D 1					
J 2	D 2			Pas cours YZ			D 2		M 2		S 2	JPO 2/3 Metz ? (pro oneco)	S 2	JPO 3/3 Nancy ?	M 2		J 2	Jury ICN 1-2 YU (1er sem / 2ème S ⁹ 10h) Jury ICN 2Z	D 2		M 2		V 2		L 2					
V 3	L 3	Partiels ajustements ICN 2Y (matin)	Retournée ICN 2-3 Metz (13h30)				S 3		J 3		D 3		D 3		M 3		V 3		L 3		M 3		S 3		M 3					
S 4	M 4						D 4		V 4		L 4		L 4		J 4	Carrefour des Ateliers AITON IA - 2A Y 14h-17h NINES / ENSA	S 4		M 4		J 4	Jury ICN 2 APP + ICN 3 3+ YZU (1ère S ⁹ annuelle) 14h	D 4		M 4					
D 5	M 5	Infélagation IM 2	Retournée ICN 2 Y (10h et 14h) IPM 2 (14h)				S 5		S 5		M 5		M 5		V 5		D 5		M 5		V 5		L 5		J 5					
L 6	J 6						D 6	Nuremberg day (IA - 2A Y) (12h - 15h)	D 6		M 6		M 6		J 6		L 6		J 6		S 6		M 6		V 6		M 6			
M 7	V 7	Journée BDE					S 7		L 7		J 7		J 7		D 7		M 7		V 7		D 7		M 7		S 7		M 7			
M 8	S 8			Pas cours			D 8		M 8		V 8	Remise des diplômes	V 8		L 8		J 8		M 8		V 8		J 8		D 8		M 8			
J 9	D 9			1 entreprise 1 jour 1 étudiant (IA + 2A)			S 9		M 9		J 9		S 9		D 9		M 9		V 9		D 9		V 9		L 9		M 9	Retournée ICN 3		
V 10	L 10			Campus BDE (pas cours de 20h à 21h) (matin) 17h			D 10		J 10		D 10		D 10		M 10		V 10		S 10		M 10		S 10		M 10		M 10			
S 11	M 11		Retournée ICN 2 Nuremberg (après-midi)				L 11		V 11	JPO 1/3 Nancy ?	L 11		L 11		J 11		S 11		M 11		J 11		D 11		M 11		M 11			
D 12	M 12						S 12		D 12		M 12		M 12		V 12		D 12		M 12		V 12		L 12		J 12		M 12	Jury ICN 2 YZU (1ème sem / 2ème S ⁹ + all. 10h)		
L 13	J 13						D 13		V 13		J 13	Table ronde des métiers (IA-2A) YU	M 13	Partiels puis rattrapages ICN 2YU	S 13		L 13		J 13		M 13		S 13		M 13		V 13			
M 14	V 14						S 14		D 14		J 14	Jury ICN 1-2-3 YZU (1er sem / 1ère S ⁹) ICN 3+ 14h	M 14		L 14		M 14		V 14		D 14	FÉRIÉ	M 14		S 14		M 14			
M 15	S 15			Forum Est Horizon IA - 2A - 3A			D 15		V 15		J 15		V 15		M 15		J 15	CB Days 3 ICN 2 Y	S 15		L 15		M 15		D 15		M 15			
J 16	D 16						S 16		D 16		V 16		S 16		M 16		J 16		D 16		M 16		V 16		L 16		M 16			
V 17	L 17			Accompagnement AP2 (après-midi)			S 17		J 17		D 17		D 17		M 17		V 17		L 17		M 17		S 17		M 17		M 17			
S 18	M 18			Forum des associations (IA - 3A)			D 18		V 18	Christmas party ? (ou 20/12)	L 18		L 18		J 18		S 18		M 18		V 18		D 18		M 18		M 18			
D 19	J 19						S 19		D 19		M 19		M 19		V 19	Fête en Moselle	D 19		M 19		V 19		L 19		J 19		M 19			
L 20	D 20	Retournée AP 2 Y					S 20		J 20	Christmas party ? (ou 18/12)	D 20		M 20		L 20		M 20		J 20		S 20		M 20		V 20		M 20			
M 21	V 21						D 21		V 21		J 21		J 21		M 21		V 21		D 21		M 21		S 21		M 21		M 21	Rattrapages ICN 1-2 YZU + APP.		
M 22	S 22						L 22		D 22		V 22		V 22		J 22		D 22		M 22		L 22		J 22		M 22		D 22			
J 23	D 23						M 23	48H innovENT-E (ou29-30/11 et 01/12)	D 23		M 23		S 23		M 23		J 23		D 23		M 23		V 23		M 23		L 23		M 23	
V 24	L 24						S 24		J 24		D 24		D 24		M 24		V 24		M 24		V 24		M 24		M 24		M 24		M 24	
S 25	M 25			Forum International Y (12h - 18h)			D 25		V 25		L 25		L 25		J 25		S 25		M 25		D 25		M 25		D 25		M 25		M 25	
D 26	J 26						S 26		D 26	Fête en Moselle	V 26		M 26		J 26		D 26		M 26		V 26		L 26		J 26		M 26		M 26	
L 27	D 27						M 27		J 27		D 27		M 27		L 27		M 27		J 27		V 27		M 27		S 27		M 27		M 27	
M 28	V 28						D 28		V 28		L 28		J 28	Entretiens staff accueil Y (AP2 après-midi en // des cours)	M 28		D 28		M 28		V 28		D 28		M 28		S 28		M 28	
M 29	S 29						L 29		D 29		V 29		V 29		J 29		L 29		S 29		L 29		J 29		D 29		M 29		M 29	
J 30	D 30						M 30	48H innovENT-E (ou22-23-24/11)	D 30		J 30		S 30		M 30		J 30		D 30		M 30		V 30		M 30		L 30		M 30	
V 31	L 31	Séminaire du personnel ICN	Retournée des Elèves le Lundi 3 septembre 2018				J 31		V 31		D 31		D 31		M 31		V 31		J 31		M 31		S 31		M 31		M 31		M 31	

Partiels de langues : selon calendrier des langues VT

31 mai & 1er juin Bébés

Congés d'été le 6 juillet 2019

Extrait du règlement pédagogique 2018-2019

Le règlement pédagogique est accessible sur MyICN :
Programme / Documentation utile / Master ICN / Scolarité / Règlement du Programme ICN grande école

2 - Organisation des études

2.1 Projet pédagogique

Le Programme Grande Ecole vise à former des futurs cadres généralistes en gestion, qui occuperont des postes à responsabilité dans tous types d'organisations, en France ou à l'étranger, et qui sauront s'adapter dans un environnement multidisciplinaire et multiculturel. Cette formation généraliste est enrichie par plusieurs éléments fondamentaux dans le programme :

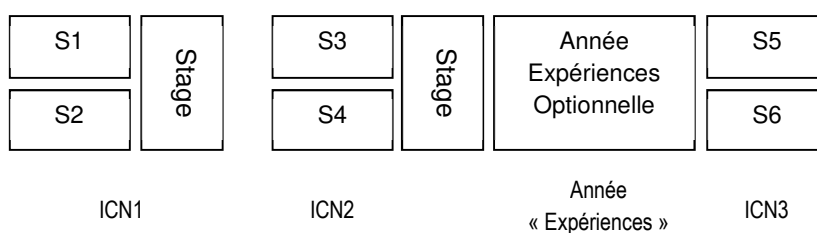
- Une spécialisation dès la 2^{ème} année : il s'agit d'une spécialisation fonctionnelle qui peut encore être approfondie par la poursuite d'études, par exemple dans le cadre d'un double-diplôme ;
- Une ouverture pluridisciplinaire : elle est encouragée par l'alliance ARTEM et par les activités pédagogiques liées, en particulier l'atelier ARTEM ;
- Une ouverture internationale : les étudiants sont amenés à passer un semestre à l'étranger dans le cadre d'un séjour académique ;

A l'issue de leur formation, les étudiants sont capables de :

- Analyser une situation complexe et en faire la synthèse pertinente ;
- Résoudre des problèmes complexes en élaborant une solution adaptée et éventuellement innovante ;
- Décider en collaborateur responsable et dans le respect des règles d'éthique ;
- Communiquer efficacement, aussi bien à l'écrit qu'à l'oral ;
- S'adapter et s'intégrer avec aisance dans un environnement pluridisciplinaire ou multiculturel ;
- Mettre à jour et d'étendre en permanence leurs connaissances et leurs compétences, y compris à d'autres domaines que la gestion ;
- Travailler en groupe et gérer leurs équipes en mode projet ;

2.2 Forme générale du Programme

Le Programme ICN Grande Ecole se déroule sur trois années (pour un accès en 1^{ère} année). Une année optionnelle, dite « expériences », peut s'insérer à la demande de l'étudiant entre la 2^{ème} et la 3^{ème} année du programme. Le parcours minimal est de deux ans (accès en 2^{ème} année) à trois ans (accès en 1^{ère} année).



Un semestre est composé d'unités d'enseignements (UE). Chaque UE est affectée d'un nombre de crédits européens (ECTS – *European Credit Transfer System*). Un semestre équivaut à 30 ECTS et une année à 60 ECTS. Une UE est composée d'un ou plusieurs modules, affectés de coefficients.

2.3 Présentation des contenus

2.3.2 La deuxième année

La deuxième année complète les fondamentaux de gestion et approfondit un domaine de gestion par le choix d'une route de spécialisation. Elle introduit la multidisciplinarité par le choix d'un atelier ARTEM en partenariat avec d'autres écoles. Le projet école se poursuit.

S3			S4		
Module	ECTS	Vol. H	Module	ECTS	Vol. H
OUTILS ET METHODES	8	60	MANAGEMENT 1	4	30
Management des Systèmes d'information	2	15	Analyse stratégique	2	15
Environnement des Affaires	2	15	Risques et Evaluation de l'Entreprise	2	15
Analyse de données	4	30	MANAGEMENT 2	5	40
MANAGEMENT 1	6	45	Marketing industriel et des Services	2	15
Comportement organisationnel	2	15	Management interculturel	1	10
Communication interculturelle	2	15	Design Organisationnel	2	15
Contrôle de gestion	2	15	ARTEM	5	45
ARTEM	7	60	Atelier ARTEM	5	45
Atelier ARTEM	5	45	SPECIALISATION	12	90
Société & culture française contemporaine	1	15	Spécialisation 1	4	30
Communication professionnelle	1		Spécialisation 2	4	30
MANAGEMENT 2	6	45	Spécialisation 3	4	30
Marketing Stratégique	2	15	DEVELOPPEMENT PERSONNEL	4	30
Décision d'Investissement & de Financemen	2	15	Société & culture française contemporaine	1	15
Comptabilité de gestion	2	15	Communication professionnelle	1	
DEVELOPPEMENT PERSONNEL	3	25	French Language Course for beginners	2	15
Compétences professionnelles	1	10			
French Language Course for beginners	2	15			

Expérience académique internationale : le second semestre de la 2^{ème} année peut être réalisé à l'étranger, sous forme de séjour semestriel académique dans une université partenaire, sous réserve de l'acceptation du dossier par le service international et la direction du programme.

Expérience professionnelle ou séjour linguistique : Une expérience courte d'au moins dix semaines en entreprise peut être réalisée à l'issue de la 2^{ème} année durant l'été (les dates exactes sont publiées chaque année) ; elle a pour objectif d'approfondir une fonction. Pour les étudiants ayant des difficultés avec la langue anglaise cette expérience pourra être remplacée, sur demande du Directeur du programme, par un séjour linguistique ou professionnel en environnement anglophone (ou par toute mission préalablement validée par le directeur du programme).

La route de spécialisation

Chaque étudiant choisit une route de spécialisation durant le premier semestre. La route représente 90 heures d'enseignement réparties sur trois modules au second semestre. Les routes proposées sont les suivantes (elles pourront évoluer en respectant les volumes horaires prévus, et se dérouler sur les sites de Nancy ou Metz) :

- Banks, funds, and markets (*en anglais*)
- Audit (*en français et en anglais*)
- Finance d'entreprise (*en français*)
- Contrôle de gestion (*en français*)
- Distribution, e-commerce et management des grands comptes (*en français*)
- Design de l'offre et innovation (*en français*)
- Talent management in organisations (*en anglais*)
- Management of innovation (*en anglais*)
- Arts and entertainment industry management (*en anglais*)
- International Business Development (*en anglais*) Les années de préparation au MSc :
 - o Finance, insurance and risk management (*en anglais / à Nuremberg*)
 - o Marketing and brand management (*en anglais / à Nuremberg*)
 - o Communication and digital marketing (*en anglais et français / à Nancy puis Paris*)
 - o Luxury and design marketing (*en anglais / à Nancy*)

L'atelier d'ouverture multidisciplinaire

Il représente 90h d'enseignements qui peuvent être suivis à ICN ou dans un établissement partenaire, et notamment à l'École des Mines (ENSMN) ou à l'École d'Art (ENSAN).

2.3.3 L'année «expériences»

L'année «expériences» est strictement optionnelle, et doit faire l'objet d'une demande motivée de l'étudiant auprès du directeur de programme, qui approuve ou non le projet présenté. La décision est rendue avant la fin du mois de juillet de la 2^{ème} année.

L'année «expériences» peut se composer d'expériences académiques, professionnelles, ou d'un mélange des deux, dans le respect de la législation en vigueur en matière de stage, notamment.

- *Expérience professionnelle* : une convention de stage pourra être délivrée dans le respect de la législation en vigueur. Toute autre forme de contrat de travail bipartite est possible.
- *Expérience académique* : il peut s'agir d'un semestre de formation en université partenaire ou dans un autre établissement choisi par l'étudiant, en France ou à l'étranger, d'une durée d'un semestre ou d'une année.

Attention : les activités réalisées durant l'année expériences ne portent aucun crédit ECTS et ne sont en aucun cas obligatoires ou requises pour l'obtention du diplôme. Les crédits ECTS liés aux expériences académiques réalisées durant cette période ne pourront pas être pris en considération au titre du programme Grande Ecole.

2.3.5 Accès aux modules

L'accès aux modules choisis (notamment les modules de spécialisation, les modules et ateliers ARTEM) peut être limité par des contraintes et des critères de sélection portés à la connaissance des étudiants au moment de l'inscription aux modules (un numerus clausus, des prérequis académique, un niveau académique minimal, la nécessité d'équilibrer les populations des trois écoles dans chaque atelier).

Pour chaque module au choix, les étudiants sont invités à exprimer jusqu'à trois choix ordonnés selon leur préférence, conformément au calendrier publié chaque année.

La décision est prise par le directeur du programme après consultation des différents services académiques et administratifs. Elle est définitive et communiquée aux étudiants au plus tard une semaine avant le début des cours. Il n'existe aucune garantie que le choix définitif d'affectation corresponde aux trois choix initiaux formulés par l'étudiant.

2.3.6 Les stages

Tous les stages réalisés sont préalablement soumis à la validation par le tuteur pédagogique de la mission prévue. Ils sont suivis par un tuteur pédagogique, enseignant/chercheur de l'école, en relation avec le maître de stage en entreprise. Ils donnent lieu à la production d'un livrable par l'étudiant. Ces stages peuvent être réalisés dans des entreprises privées ou publiques, des laboratoires, en France ou à l'étranger.

Les périodes de stage sont précisées chaque année par des dates limites de début et de fin de stage. Plusieurs stages peuvent être réalisés au cours de chaque période, pourvu qu'ils respectent les durées minimales prévues, ainsi que la législation en vigueur.

Aucun stage ne peut débuter sans qu'une convention de stage valide ne soit établie et signée par l'école, l'entreprise d'accueil et l'étudiant. Tout étudiant qui contreviendrait à ces dispositions commet une faute et s'expose à des sanctions, décidées par le conseil de discipline devant lequel il sera convoqué.

2.3.7 Les séjours académiques

Au moins un séjour académique en université partenaire doit être réalisé (quitus international). Les semestres S4, S5 et S6 peuvent être remplacés par un séjour académique en université partenaire rapportant l'équivalent de 30 crédits ECTS.

Un accord pédagogique (*learning agreement*) est signé pour chaque séjour, et le contenu prévu dans ce séjour académique se substitue intégralement à celui du semestre prévu au présent règlement d'examens (S4, S5 ou S6).

L'évaluation du séjour est celle mise en place par l'établissement d'accueil. L'obtention des crédits ECTS prévus dans l'accord pédagogique entraîne la validation du séjour et la comptabilisation des crédits prévus au présent règlement, au titre du semestre durant lequel il a été réalisé.

Si le séjour académique est réalisé durant l'année expériences, les crédits obtenus ne sont pas transférables et ne peuvent pas être pris en compte pour l'obtention du diplôme. En revanche, sa réussite peut valider le quitus international.

L'étudiant doit se conformer aux dispositions du règlement d'examens de l'établissement d'accueil, sauf dispositions contraires établies dans l'accord pédagogique.

2.4 Interruption d'études et nombre maximal d'inscriptions

La scolarité peut être interrompue au plus une année universitaire sur l'intégralité du cursus, pour des raisons exceptionnelles sur demande de l'étudiant et après autorisation du Directeur du programme. L'étudiant n'est alors pas inscrit à l'école et ne peut bénéficier d'aucun service de l'établissement durant son interruption d'études (il ne peut notamment pas bénéficier d'une convention de stage).

Le nombre maximal d'inscription dans le Programme ICN Grande Ecole est de six années universitaires (3 années d'enseignement + 1 année «expériences» + 1 redoublement autorisé + 1 année supplémentaire exceptionnelle pour validation des UE et quitus non obtenus).

3 - Contrôle des aptitudes et des connaissances

3.1 Dispositions générales

3.1.1 Evaluation des modules et des UE

Pour chaque module, une ou plusieurs épreuves peuvent être programmées. Il est précisé que la présence et la participation des étudiants peut faire l'objet d'une évaluation sous forme de note, au même titre que les épreuves classiques. Une épreuve peut être de différents types : examen terminal écrit ; examen terminal oral ; contrôle continu, sous forme de dossier, épreuve écrite, ou projet. Un module est sanctionné par une note calculée à partir des notes des épreuves qui le constituent, selon les modalités d'évaluation précisées dans le syllabus du module. Une note éliminatoire de 5/20 est fixée pour chaque module. En conséquence, tout module qui n'obtient pas une note strictement supérieure à 5/20 est invalidé et bloque l'obtention de l'UE à laquelle il est rattaché. Toute note communiquée reste provisoire jusqu'à sa validation par le jury.

Une UE est sanctionnée par une note obtenue en calculant la moyenne pondérée des notes obtenues à chaque module qui la constituent. Ainsi, les modules d'une même UE se compensent au sein de cette UE. Les UE sont affectées de crédits ECTS qui représentent leurs coefficients sur le semestre. Les crédits affectés à l'UE sont acquis dès lors que la moyenne obtenue est égale ou supérieure à 10/20 et qu'aucun module n'obtient une note inférieure ou égale à la note éliminatoire fixée.

Certains travaux peuvent être réalisés en binôme si le syllabus du module le prévoit. Dans ce cas, la contribution de chaque étudiant est appréciée de façon individuelle, conformément au syllabus du module, et toute décision de validation est également individuelle.

3.1.2 Evaluation des quitus

Le quitus représente une obligation de résultat sur une activité donnée. En cas de défaillance, l'activité prévue doit être réalisée à nouveau. L'examen et la validation définitive des quitus sont effectués au plus tard à la fin du semestre S6 par le jury de diplôme. La liste des quitus est la suivante.

3.1.2.1. Quitus « expérience à l'International ».

Ce quitus est validé dès lors qu'un séjour académique d'au moins un semestre a été réalisé et que l'étudiant a obtenu les crédits ECTS prévus dans l'accord pédagogique. Dans le cas d'un séjour réalisé durant l'année expériences, les crédits ne sont pas transférables dans le programme Grande Ecole.

Les étudiants suivant en France un parcours double-diplômant en deux ans, ou bien un parcours en apprentissage, sont exonérés du quitus « international », ainsi que les étudiants étrangers.

Les étudiants suivant en France un parcours double-diplômant en un an peuvent valider ce quitus par la réalisation d'une expérience professionnelle à l'étranger d'au moins cinq mois, validée par le jury.

3.1.2.2. *Quitus « langue Anglaise ».*

Ce quitus est acquis dès lors que le résultat obtenu à une épreuve externe TOEIC, TOEFL ou GMAT est supérieur ou égal au minimum publié en début d'année universitaire. Les scores à prendre en compte sont ceux correspondant à l'année universitaire durant laquelle l'examen est passé. Ils sont fixés par le directeur du programme, sur proposition du responsable du département Langues et Cultures Etrangères. Ils sont communiqués par voie électronique au plus tard un mois après la rentrée universitaire.

Le quitus « langue anglaise » est validé sur présentation et enregistrement par le service scolarité d'une copie des résultats de l'épreuve externe subie faisant apparaître un score supérieur ou égal au minimum exigé. Les étudiants de langue maternelle anglaise sont dispensés de ce quitus.

3.1.2.3. *Quitus professionnel*

Ce quitus garantit que l'étudiant a accumulé suffisamment d'expérience professionnelle durant son cursus, sous forme de stage ou d'autre forme de contrat (CDD, CDI, VIE, etc.). Il est acquis par la réalisation et la validation des activités obligatoires suivantes :

- Participation aux événements professionnels signalés organisés par l'école.
- Expériences professionnelles validées d'une durée totale de 9 mois sur l'ensemble du cursus, dont au moins :
 - o Une expérience courte d'une durée minimale de dix semaines.
 - o Une expérience longue d'une durée minimale de cinq mois.

Pour être éligible à la validation du quitus professionnel, et quelle que soit la forme du contrat retenue, l'expérience professionnelle doit avoir fait l'objet, par l'intermédiaire du tuteur pédagogique de l'étudiant :

- d'une validation préalable de la mission ;
- d'une évaluation sur la base de livrables rendus par l'étudiant et l'entreprise d'accueil ;

Chaque expérience professionnelle est évaluée individuellement. Sa validation repose sur l'obtention d'une note supérieure ou égale à 10/20 (calculée à partir de l'évaluation du livrable remis par l'étudiant et de l'appréciation du responsable en entreprise, pour laquelle la note correspondante doit être au moins égale à 10/20 afin de valider l'expérience).

Le quitus est validé en fin de cursus si la moyenne de toutes les évaluations des expériences professionnelles est supérieure ou égale à 10/20.

En cas d'échec, une nouvelle expérience longue probante sera exigée.

3.1.3 *Sessions de rattrapage*

Deux sessions d'examens terminaux sont organisées pour chaque module chaque année. Il n'est pas prévu d'épreuve de rattrapage pour le contrôle continu. Attention : certains modules sont évalués uniquement par le contrôle continu et ne font donc pas l'objet de rattrapage.

Au sein d'une UE non obtenue en 1^{ère} session :

- les modules ayant une note égale ou supérieure à 10/20 sont conservés en 2^{ème} session.
- les modules ayant une note inférieure ou égale à la note éliminatoire doivent obligatoirement être présentés en 2^{ème} session.
- les modules ayant une note supérieure à la note éliminatoire et inférieure à 10/20 peuvent être présentés à nouveau en 2^{ème} session. Il incombe alors à l'étudiant de communiquer par écrit au service de la scolarité la liste des modules qu'il souhaite présenter en 2^{ème} session, au plus tard 8 jours après la proclamation des résultats.

Seules les notes obtenues en 2^{ème} session sont prises en compte, même si elles sont inférieures à celles obtenues en 1^{ère} session.

3.1.4 *Gestion des absences*

Toute absence, justifiée ou non, à une épreuve terminale entraîne la défaillance au module concerné et l'attribution d'une note de 0/20. Le module doit dès lors être présenté en 2^{ème} session, si celle-ci est prévue. Toute absence à une épreuve terminale de 2^{ème} session à laquelle l'étudiant est inscrit doit être justifiée auprès du directeur du programme. Si l'absence est reconnue justifiée, la note de 1^{ère} session est conservée. Dans le cas contraire, la note de 0/20 est attribuée. Une absence justifiée à une épreuve non terminale peut donner lieu, sur décision du Directeur du programme et après avis du responsable de département auquel le module est rattaché, à la neutralisation de l'épreuve dans le calcul de la moyenne ou bien à la mise en place d'un contrôle spécifique. Une absence non justifiée à une épreuve non terminale donne lieu à la note de 0/20. Toute absence est réputée justifiée dès lors que :

- l'étudiant a averti le service de scolarité dont il dépend dès le début de son absence,
- l'étudiant a présenté au service de scolarité, à son retour, sa justification d'absence.

Le justificatif authentique n'est recevable que s'il relève des seuls motifs suivants :

- la maladie, sur présentation d'un certificat médical,
- le décès d'un proche, sur présentation d'un certificat de décès,
- une autorisation d'absence délivrée par le directeur du programme.

3.1.5 *Contrôle des présences*

Conformément au règlement intérieur, la présence aux cours est obligatoire. Un contrôle est effectué à chaque cours et à chaque examen par une liste d'émargement. Toute absence non justifiée peut donner lieu à convocation de l'étudiant devant le conseil de discipline.

3.1.6 *Discipline des épreuves*

Les étudiants doivent se conformer au règlement général des évaluations. Les dispositions du paragraphe 1.1.3 s'appliquent. Pour être admis en salle d'examen, chaque étudiant doit pouvoir justifier de la conformité de son inscription administrative à l'école en présentant une carte d'étudiant en cours de validité.

3.1.7 *Consultation des copies par les candidats*

Les copies d'examen sont des documents administratifs à caractère nominatif. Elles doivent être communiquées aux candidats qui le demandent dans un délai raisonnable, et uniquement après la proclamation par le jury des résultats définitifs. Ce droit d'accès s'exerce par consultation directe des copies sur place et en présence du professeur correcteur. Ce droit n'est ouvert aux candidats qu'en ce qui concerne leurs propres copies, et uniquement si la note obtenue est inférieure à 10/20.

Seules les notes définitives attribuées par le jury sont officiellement communicables. En revanche, les notes provisoires proposées par les correcteurs sont considérées comme des documents inachevés et sont donc non communicables.

3.1.8 *Conservation et archivage des copies par l'administration*

Les copies d'examen sont des documents produits par les candidats dans le cadre du processus administratif de délivrance de diplôme. Elles appartiennent donc à l'école en tant que support matériel de la composition du candidat.

Les copies sont conservées pendant un an après publication des résultats.

3.2 **Condition de passage en semestre et année supérieurs**

3.2.1 *Règles générales de progression*

Le passage d'un semestre impair vers un semestre pair est systématique. Le passage d'un semestre pair vers un semestre impair est prononcé par le jury chaque année à l'issue de la 1^{ère} ou de la 2^{ème} session d'examens du semestre pair.

Si toutes les UE de l'année ne sont pas validées, le jury prononce soit un redoublement, soit une non-autorisation de poursuivre la scolarité.

3.2.2 Redoublement

Le jury prononce un redoublement annuel ou semestriel. Sur la période considérée, toutes les UE sont invalidées : l'étudiant est tenu d'assister à l'ensemble des cours et à se présenter à tous les examens de la période.

En cas de redoublement semestriel, le semestre validé de l'année universitaire doit obligatoirement être consacré à une expérience professionnelle de cinq à six mois, possiblement sous la forme d'un stage, ou par une autre activité préalablement validée par le directeur du programme.

Un seul redoublement est possible sur la totalité du Programme Grande Ecole.

3.2.3 Non autorisation à poursuivre la scolarité

A l'issue d'une année universitaire et en cas de non validation d'un grand nombre d'UE, le jury peut décider de ne pas autoriser la poursuite d'étude. En fin de cursus, au-delà du nombre maximal d'inscriptions autorisées et en cas de non validation de tous les quitus et UE prévus au présent règlement, le jury prononce la non autorisation à poursuivre la scolarité.

Extract from academic regulations 2018-2019

Academic regulations are accessible on MyICN :

Programme / Documentation utile / Master ICN / Scolarité / Règlement du Programme ICN grande école

ICN Master *Grande Ecole* Degree : Organization of Study

Academic objectives

The ICN Master *Grande Ecole* Degree sets out to train generalist senior managers. They will hold positions of responsibility in all types of organization, whether in France or in the international community and they will be able to adapt to multi-disciplinary and multi-cultural environments. The generalist training is complemented and enriched by the addition of several basic features:

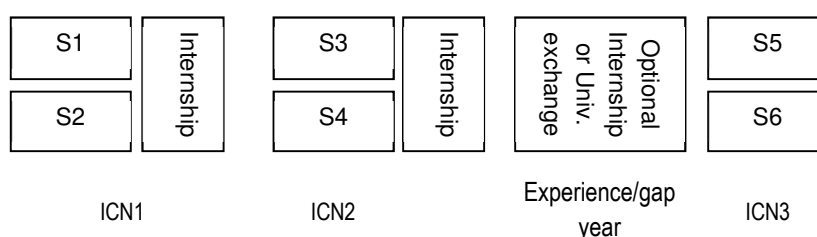
- A special study/major in year 2: this is a study of a specialist function within the organization, and may be extended with further study, for example by following a double degree program,
- A multi-disciplinary dimension: this is provided by the ARTEM alliance, in particular the learning activities associated with the ARTEM workshops,
- An international dimension: students are required to spend a semester abroad on a program of academic study.

On successful completion of their training, students are able to:

- Analyze a complex business situation and perform an appropriate assessment,
- Resolve complex problems with an appropriate and in many cases innovative solution,
- Make decisions as socially responsible managers,
- Communicate efficiently, in both written and oral modes,
- Adapt to and become part of a multi-disciplinary and multi-cultural team and environment, with ease and confidence,
- Update and extend their knowledge and skills, including in areas other than management, and
- Show competence and skill in team working and project management.

General structure of program

The ICN Master *Grande Ecole* Degree, for first year entrants, is a three year program with an optional 4th gap or 'Experience' year, on student's request. The gap year comes between year 2 and year 3. Minimum presence on the program is therefore two years for year 2 entrants and three years for year 1 entrants.



A semester is made up of 'Teaching units' (*Unités d'Enseignements* or UE). Each UE carries a certain number of European credits, called ECTS (ECTS – *European Credit Transfer System*). One semester's work earns 30 ECTS and therefore one year earns 60 ECTS. One UE is made up of modules and these may have different weightings.

Program content

Year 2

Year 2 continues the fundamentals of management and allows students to specialize in an in-depth study of one aspect of management, a Special Subject or Major, (in French '*Route de Spécialisation*'). This Special Subject is the student's own choice. Year 2 also introduces students to the notions and practices of multi-disciplinarity, since they make a second choice, that of an ARTEM Workshop, in partnership with students from other Schools. In year 2 students also continue to work on their School Project.

30 235			30 235		
S3			S4		
Module	ECTS	Vol. H	Module	ECTS	Vol. H
TOOLS AND METHODS	8	60	MANAGEMENT 1	4	30
Information Systems Management	2	15	Strategic Analysis	2	15
Business environment	2	15	Risk & Company Valuation	2	15
Data analysis	4	30	MANAGEMENT 2	5	40
MANAGEMENT 1	6	45	Industrial and Services Marketing	2	15
Organisational behaviour	2	15	Intercultural Management	1	10
Intercultural Communication	2	15	Organisational Design	2	15
Management accounting	2	15	ARTEM	5	45
ARTEM	7	60	ARTEM Workshop	5	45
ARTEM Workshop	5	45	MAJOR	12	90
Société & culture française contemporaine	1	15	Specialisation 1	4	30
Communication professionnelle	1		Specialisation 2	4	30
MANAGEMENT 2	6	45	Specialisation 3	4	30
Strategic Marketing	2	15	PERSONAL DEVELOPMENT	4	30
Investment and financing decisions	2	15	Société & culture française contemporaine	1	15
Cost accounting	2	15	Communication professionnelle	1	
PERSONAL DEVELOPMENT	3	25	French Language Course for beginners	2	15
Professional skills	1	10			
French Language Course for beginners	2	15			

Academic experience abroad: Students may complete the second semester of year 2 abroad on an academic study visit in one of the ICN's international partner universities. This however has to be approved by the International Office and the Program Director who select appropriate candidates on the basis of an application file.

Professional experience or period of language study abroad: A short professional experience of ten weeks minimum in a company may be carried out during the summer at the end of year 2 (the exact dates will be published each year). The objective here is for students to deepen their understanding of a particular function in a company. For students who have difficulty with English language Erreur ! Signet non défini., this professional experience may be replaced, if the Program Director recommends it, by a language or professional period of residence in an English-speaking environment (or any other project approved by the Program Director).

The Specialization / Major

Each student must choose a Specialization/Major (*Route de spécialisation*) during the first semester. The specialization represents 90 hours of teaching spread over three modules in semester 2. The following majors are open to students (they may change as long as they keep the same number of teaching hours; they take place at Nancy or Metz) :

- Banks, funds and markets
- Audit (in English and in French)
- Corporate Finance (in French)
- Management Control (in French)
- Distribution, Commerce and Management of Key Accounts (in French)
- Commercial Innovation and Design (in French)
- Talent Management in Organisations
- Management of Innovation (in English and in French)
- Arts and Entertainment Management

- International business development
- Preparation year to the MSc :
 - o Finance, insurance and risk management (*in English / to Nuremberg*)
 - o Marketing and brand management (*in English / to Nuremberg*)
 - o Communication and digital marketing (*in English and in french / to Nancy and Paris*)
 - o Luxury and design marketing (*in English / to Nancy*)

ARTEM Multi-disciplinary Workshop

This involves 90 hours of teaching. It may take place at the ICN or at one of the ICN's partner institutions in the ARTEM Alliance, particularly the Engineering School (*Mines Nancy*) or at the Art School (*ENSAD*).

The Gap or 'Experience' Year

The Experience Year is optional. Student applies and need the programme director approval. The decision is made by the end of July. It may complements the classroom training with academic or professional experiences, or a combination of both, according to regulatory rules.

- *Professional experience*: a long internship of 5-6 months may be released, according to regulatory rules. Other forms of contract are accepted.
- *Academic experience*: a complete semester of study at a partner or local university to deepen the students' understanding of an area chosen by them. This must have the approval of the School, confirmed in writing.

Important notice: no ECTS credits associated to any activities carried out within a gap year may be taken into account in the programme. These credits are not required by the programme.

Admission onto the modules

Admission to the modules, (especially the majors/special subjects, and the ARTEM modules and workshops) may be limited because of criteria which will be pointed out to students at the time of registration. The criteria might include: numbers limitations, learning pre-requisites, minimum academic levels, or the need to balance the numbers of students from the three participating Schools in each workshop.

For each optional module, students are asked to give three choices, in order of preference and depending on the timetable and options available each year.

The decision as to the allocation of students to modules is made by the Program Director after consulting the Academic Departments and Administrative Services involved. The decision becomes final and is communicated to students at least one week before the start of classes. There can be no guarantee that the final allocation of students to modules will match exactly the initial choices made by the students.

Internships

Internships are accompanied by an academic tutor, who is a lecturer/researcher at the School. All internships' missions must be approved by the tutor, who works in partnership with an internship supervisor based in the company. Internships may be carried out in public or private companies or organizations, or in research laboratories, and may be in France or abroad. They end with the writing of an internship deliverable by the student.

The dates of the beginning and the end of the internship will be published each year. Several internships may be carried out during the internships period, in compliance with regulatory rules, provided that together they complete the required minimum of experience in companies.

No internship must commence without an internship agreement signed by the School, the student and the host company. Any student who contravenes this regulation is committing a fault and is liable to sanctions. These will be decided by the Discipline Committee, before which the student concerned will be summoned to appear.

Academic study periods abroad

Students must complete at least one academic stay in a partner university. This requirement is called the International Quitus. The period available for study outside France extends from the second semester of year 2 through year 3, for students on the ICN Master *Grande Ecole* Degree course. A learning agreement must be signed for each study period abroad. The assessment and grading of the stay is determined by the host university. The number of ECTS credits obtained during the stay and stipulated in the learning agreement (between 30 and 120 credits) will determine whether the stay is validated and whether the credits satisfy the requirements of the regulations governing the course.

If the academic study period abroad is carried out during a semester normally reserved for ICN classes, it replaces the ICN semester totally. The student must comply with all the Examination Regulations pertaining at the host university, unless arrangements to the contrary have been included in the learning agreement signed by both institutions.

If the academic study period abroad is carried out during a gap year, no credits may be transferred to the ICN Master *Grande Ecole* Degree.

Interruption of studies and maximum number of registrations

The study program may be interrupted at the most for one university year over the whole of the program. This must be for exceptional reasons explained in writing to the Program Director who will then give approval or not. If approval is given and studies are interrupted, the student is no longer registered as a student at the ICN Business School and may not make use of any of the services or other advantages of ICN registration during the period of interruption. In particular the student cannot enjoy the benefits of an internship agreement.

The maximum number of registrations on the ICN Master program is therefore 6 academic years (3 years teaching + 1 'Experience'/gap year + 1 approved re-take year + 1 exceptional additional year to validate any uncompleted Teaching Units (UE) or uncompleted Quitus).

Assessment of skills and knowledge

General arrangements

Grading of modules and teaching units (UE)

For each module, one or more tests or examinations may be set to test skills and knowledge acquired. It is important to note that students' presence and participation in classes may also be graded, in addition to the classic forms of examination. Examinations may take different forms : a final written examination, a final oral examination, continuous or periodic assessment, submission of a dossier, written tests or projects. A module is assessed using a grade which is calculated on the basis of the smaller tests which take place during the module. The grading system for each module will be indicated in the syllabus for the module. For each module there is an elimination grade of 5/20. Consequently each module for which the student does not achieve a grade higher than 5/20 is considered not only as a fail, but it also means that the total Teaching Unit (UE) of which it forms part is also a fail. Note that all grades which may be communicated to students by the lecturer concerned are provisional until they are ratified by the Examination Board.

A Teaching Unit (UE) is assessed using a grade obtained by calculating the weighted average of the grades for each of the modules within it. Hence the modules within a Teaching Unit can compensate for each other, i.e. a high grade in one module may balance a low grade in another in the same Teaching Unit. Teaching Units are also allocated ECTS credits which represent the volume of work completed during the semester. Students are awarded the credits for each Teaching Unit if the grade achieved is equal to or higher than 10/20 and no module has been graded at less than the eliminatory grade of 5/20

Certain assignments may be carried out by pairs of students, if this is clearly stipulated in the syllabus. In this case the contribution of each of the students in the pair will be graded separately as indicated in the syllabus, and any decision concerning the pass or fail of the module will also be an individual one for each team member.

Assessing the Quitus

A Quitus is a compulsory requirement to show achievement or performance in a particular activity. If this achievement is not demonstrated, the activity will not be validated and must be carried out again. The assessment and final decision (pass or fail) for the different quitus by the Examination Board must be carried out by the end of Semester S6. The list of quitus is given in the paragraphs below.

'International Experience' Quitus.

As a compulsory part of their program of study, students must carry out and pass a semester of academic study or a double degree program in a partner university. The validation (pass or fail) of this international quitus will be based on the ECTS credits obtained. This will be written into the agreement between ICN and the partner institution. ECTS credits obtained during a gap year are not taken into account in the ICN Master *Grande Ecole*.

Students following a two year double degree program, students on apprenticeship schemes, and international students are exempt from the International Quitus requirement.

Students following a one year double degree program may complete a five months professional experience abroad to validate the international quitus.

'English Language' Quitus.

The English Language Quitus is passed when the grade obtained in the external tests of English language competence TOEIC, TOEFL or GMAT is equal to or higher than the minimum published at the start of each academic year. The scores which are used in assessment are those for the academic year when the test is taken. These are determined by the Program Director on the recommendation of the Head of Department of Foreign Languages and Cultures. They are published on the internet site at the latest one month after the start of the academic year.

The English Language Quitus is validated when a copy of the results of the external test, showing a score equal to or higher than the minimum required, is submitted to the Program Office. Students whose mother tongue is English are exempt from this Quitus.

Professional Quitus

The Professional Quitus guarantees to future employers that students have acquired sufficient professional experience during their learning process, particularly by way of compulsory internships, or any other form of contract. Students obtain the quitus by successfully completing the following activities:

- participating in the professional events organized by the ICN Business School,
- completing periods of professional practice totaling 9 months out of the full course of study, including at least :
 - o a short professional experience of a minimum of 10 weeks, and
 - o a long professional experience of a minimum of 5 months.

To be eligible to the professional quitus, whatever the contract, the experience must:

- be approved by the academic tutors, who validates the mission;
- be assessed by the academic tutors, and the Company supervisor, based on required deliverables;

Each professional experience is assessed and graded individually. They are successfully completed when students obtain a grade equal to or greater than 10/20 (based on the deliverable presented by the student and graded by the ICN academic tutor, and an assessment by the Company supervisor, which must also be a minimum of 10/20 for the internship to be considered as being successfully completed).

The quitus is validated at the end of studies if the average of the grades for all the periods of professional experience is equal to or greater than 10/20.

If this is not the case, the student is required to complete another long experience.

Quitus for Final Year Dissertation

The Final Year Dissertation (*Mémoire de Fin d'Etudes* or *MFE*) is a further compulsory requirement of the Master program. This quitus is obtained when students successfully complete their year 3 dissertation. Students who follow a double degree program are exempt from this requirement at ICN since they need to complete a similar assignment for their second degree. If this is not the case, students must submit an ICN dissertation. The ICN dissertation may be a two-person team assignment, on condition that the contribution which each student makes can be identified and graded individually. In other words each student obtains an individual grade for the team dissertation.

Re-take or re-sit examinations

Each year two examination sessions are arranged for each course module. There are no re-take sessions for modules assessed by continuous or periodic assessment schemes. Note therefore that some modules are assessed by continuous assessment and there is therefore no opportunity for students to re-sit or re-take them.

In each Teaching Unit (UE) not passed at the first session of examinations,

- modules obtaining a grade equal to or greater than 10/20 are validated and held over until the end of the second session,

- modules obtaining a grade equal to or lower than the eliminatory grade of 05/20 must compulsorily be re-taken for the second session of examinations,
- modules obtaining a grade higher than the eliminatory grade of 05/20 but less than the pass grade of 10/20 may be taken again at the second session of examinations. In this case it is the responsibility of the students to communicate in writing to the Program Office those modules which they wish to re-take in the second session. This must be done at the latest 1 week after the publication of first session results.

Only grades obtained during the 2nd session of examinations will be taken into consideration by the Examination Board, even if they are lower than those obtained at the 1st session.

Absence from examinations

Any absence from an examination, whether it is justified or not, will automatically mean that the module is failed and the grade of 0/20 will be entered. In this case the module examination must be taken at the second session of examinations, if indeed a second session is programmed. Any absence from a second session examination for which the student is registered, must be justified in writing to the Program Director. If the absence is considered to be justified, the grade for the first session examination will be retained and considered by the Examination Board. If the absence is not felt to be justified, a fail grade of 0/20 will be entered. A justified absence from an assessment other than a final examination may, if this is approved by the Program Director in consultation with the Head of Academic Department to which the assessment belongs, lead either to the assessment being omitted in the calculation of the average, or to a special assessment or assignment being set. Any unjustified absence from an assessment other than a final examination will result in the fail grade of 0/20 being entered for the student. An absence is considered to be justified if:

- the student informs the Program Office concerned at the beginning of the absence, and
- the student communicates to the Program Office in writing the reason for his/her absence as soon as he/she returns.

The only reasons which are considered as justification for absence from an examination are the following:

- sickness, in which case a doctor's note or medical certificate must be presented to the Program Office,
- the death of a close member of the family, in which case a copy of the death certificate must be presented,
- permission to be absent from the examination, granted by the Program Director.

Attendance at classes and seminars

As stipulated in the Internal Regulations, presence at classes is compulsory. A control of student presence at classes is carried out at the beginning of each class and each examination when students must sign the attendance sheet. Any absence from class which is not justified may give rise to the student(s) concerned being summoned to appear before the Disciplinary Committee.

Behavior during examinations

Students must behave in compliance with the General Regulations on Examinations. The measures outlined in paragraph 1.1.3 are the relevant ones here. For students to be admitted into the examination rooms, they must prove that they are correctly registered administratively as students of ICN Business School and show their current, valid student card.

Students' right to see their corrected examination scripts

Examination scripts are named administrative documents. They may be consulted by students who ask to do so within a reasonable time, and only after the final results have been confirmed and published by the Examination Board. Students may see their examination papers only on School premises and in the presence of the lecturer who graded them. Students may only see their own scripts and only if the grade is lower than the pass grade of 10/20.

Only the grades which have been finally approved by the Examination Board can be communicated to students. The initial grades allocated by the lecturer who graded the paper are held to be provisional and the full grading process is considered to be incomplete until the grades are confirmed by the Examination Board. Consequently the initial provisional grades are not to be communicated to the students.

Archive recording of student examination scripts

Students' examination scripts (papers) are considered to be administrative documents contributing to the School's responsibility for awarding degrees. They are therefore the property of the School and as such they are evidence of the students' performance and justification for the award of degrees.

Examination papers are kept by the administrative services for one year after publication of the results.

Progression from one semester/year to the next

General rules of progression

Progression from semester 1 to semester 2 in any given year of study is systematic. Progression from semester 2 to semester 1 of the following year is decided by the Examination Board each year following the results of the first and second sessions of the semester 2 examinations.

If all the Teaching Units (UE) are not successfully completed, the Examination Board can recommend either that the student re-takes the unsuccessful academic year, or discontinues the program of study.

Re-taking a semester or a year

The Examination Board may recommend that a student re-takes a semester or a full academic year. If, over the semester or the year under consideration, all the Teaching Units have been failed, the student is required to attend all the classes and sit all the examinations and other assessments during the re-take semester or year.

If the student is required to re-take the failed semester, the semester which was successfully completed now has to be filled as a 5 or 6 month approved professional experience.

Each student is allowed one re-take only over the whole period of study for the *Grande Ecole* Degree.

Not permitted to proceed to the next stage of the Degree course

In cases where a significant number of Teaching Units are not validated by the Examining Board at the end of the academic year, the Board may decide that the student(s) concerned may not proceed to the next year and must terminate their studies. At the end of the course, if the student has not validated all the quitus and Teaching Units required by the present regulations, and has reached the total number of re-registrations (*see above §3.2.2.*), the Examination Board will recommend that the student leaves the course without obtaining the Degree.

Synoptique des modules de spécialisation / Synoptic of specialization units

Les spécialisations 2018-2019 d'un coup d'œil

Version : 1.47
Du : 07/05/2018

		2A 2018-2019			3A 2018-2019				
		4.1 30h	4.2 30h	4.3 30h	5.1 30h	5.2 30h	5.3 30h	5.4 20h	
CLASSIQUES SUR NANCY									
Banks, funds and markets <i>(Michel Verlainé)</i>	Département Finance	ENG	Asset and Fund Management	International Banking	Valuation of Financial Products	Structured Finance & Advanced Valuation Topics	Financial Risk Management	Behavioural finance and the Architecture of Finance	Market Microstructure
Audit <i>(Stéphanie Thiery Dubuisson)</i>	Département Finance	ENG / FRA	Group accounts in an international setting	Audit, Governance and Internal Control	External and Internal Auditing	Advanced IFRS Standards (mutualisé)	International Auditing Standards (ISA)	Audit, Frauds and Cyber threats	Bankruptcy Law
Finance d'entreprise <i>(Sondes Mbarek)</i>	Département Finance	FRA	Comptes annuels et Consolidés	Evaluation et diagnostic financiers	Business Plan et Gestion de Trésorerie	Advanced IFRS Standards (mutualisé)	Analyse financière fondamentale	Droit fiscal et des sociétés	Ingénierie financière
Contrôle de gestion <i>(Yves Habran)</i>	Département Finance	FRA	Comptes annuels et Consolidés	Contrôle de gestion opérationnel	Contrôle de gestion stratégique	Advanced IFRS Standards (mutualisé)	Aspects particuliers du contrôle de gestion	Diagnostic de performance et Systèmes d'Information	Diagnostic Financier
Distribution, e-commerce et management des grands comptes <i>(Michel Makiela)</i>	Département Marketing	FRA	Marketing d'enseigne et de point de vente	Category Management et Trade Marketing	Panels, environnement juridique et organisation logistique	E-Commerce et Business Models Internet	Stratégie & Management des Achats	Management grands comptes et marketing B2B	Management stratégique de la distribution
Design de l'offre et innovation <i>(Douniazed Filali)</i>	Département Marketing	FRA	Management de l'Offre	Etude de Marché	Design Produit et Packaging	Marketing de l'Innovation	Créativité et Design Thinking	Gestion et lancement produit	Innovation responsable et protection juridique
International business development <i>(Guy Deloffre)</i>	Département Management des ressources humaines et comportement organisationnel	ENG	International Trade	International Trade Techniques	International Environment	MSc International business development (new version) <i>Ouverture en 2019-2020</i>			
Talent management in organisations <i>(Krista Finstad-Million)</i>	Département Management des ressources humaines et comportement organisationnel	ENG	HR Administration and Labour Law	Advanced Organisation Behaviour	Talent Management	Organisational Restructuring	The Dark Side of HRM	Sustainable HRM	HR Auditing
Management of innovation <i>(Nicolas Battard)</i>	Département stratégie et entrepreneuriat	ENG / FRA	Innovation capabilities and processes	Creativity for sustainable business	Intellectual property rights	Organizing & innovation	Strategic Analysis in High Tech and Digital Industries	Business model and innovation	Innovation Management - Capstone Project
Arts and entertainment industry management <i>(Rossella Sorio)</i>	Département Marketing	ENG	Cultural sustainability	Arts and Entertainment Management	Media production management	Art, Image and Communication	Entertainment Marketing	Creative Industries Management	The Art and entertainment industry management seminar
Préparation MSc									
Finance, insurance, and risk management <i>(Stefan Stöckl)</i>	Département Finance	ENG	Année préparatoire au MSc (cf. "année préparatoire" P43) NUREMBERG			MSc Finance, insurance and risk management NUREMBERG			
Marketing and brand management <i>(Javier Flores Zamora)</i>	Département Marketing	ENG	Année préparatoire au MSc (cf. "année préparatoire" P43) NUREMBERG			MSc Marketing and brand management NUREMBERG			
Communication and digital marketing <i>(Christophe Rethoré)</i>	Département Marketing	ENG / FRA	Année préparatoire au MSc (cf. "année préparatoire" P43) NANCY			MSc Management numérique PARIS			
Luxury and design management <i>(Maxime Koromyslov)</i>	Département Marketing	ENG	Année préparatoire au MSc (cf. "année préparatoire" P43) NANCY			MSc Luxury and design management NANCY			

Contacts utiles / Useful contacts

DIRECTION PROGRAMME



Gérald DUFFING

Directeur du programme ICN Grande Ecole
Localisation : 112
Tél. : 03.54.50.25.07
gerald.duffing@icn-artem.com



Marie FORTICAUX

Assistante direction programme ICN Grande Ecole
Localisation : 111
Tél. : 03.54.50.25.17
marie.forticaux@icn-artem.com

SCOLARITE NANCY



Valérie COUTAL

Responsable scolarité ICN Nancy
Localisation : 013
Tél. : 03.54.50.25.20
valerie.coutal@icn-artem.com



Sabrina MATHIEU

Assistante scolarité ICN 2 / IPM 2
Localisation : 009
Tél. : 03.54.50.25.24
sabrina.mathieu@icn-artem.com



Agnès JOLY

Assistante scolarité ICN 1
Localisation : 009
Tél. : 03.54.50.25.29
agnes.joly@icn-artem.com



Sandrine DIDIER

Assistante scolarité ICN 3
Localisation : 011
Tél. : 03.54.50.25.18
sandrine.didier@icn-artem.com

SCOLARITE METZ



Eve DEMANGE

Responsable scolarité ICN Metz
Localisation : 024 (Metz)
Tél. : 03.87.56.37.59
eve.demange@icn-artem.com



Lucy ALCARAZ / Taïssia SCHIAPPA

Assistante scolarité apprentissage
Localisation : 024 (Metz)
Tél. : 03.87.56.37.49
lucy.alcaraz@icn-artem.com
taïssia.schiappa@icn-artem.com



Nathalie RENAULT

Assistante scolarité ICN
Localisation : 024 (Metz)
Tél. : 03.87.56.37.60
nathalie.renault@icn-artem.com

Contents and syllabus of Annual IPM

Semestre 1

IPM2 Annuel - Année académique 2018/2019 / Academic Year 2018/2019

Choix de cours du 1er Semestre = 30 crédits (ECTS) / First Semester courses choice = 30 credits (ECTS)

Nom / Last name :

Prénom / Name :

Université d'Origine / Home University :

Merci de bien vouloir retourner cette fiche rempli par email : sabrina.mathieu@icn-artem.com pour le **20 août au plus tard**.

Please return this sheet by email: sabrina.mathieu@icn-artem.com on **August 20th at the latest**

Cochez le(s) cours que vous souhaitez supprimer et/ou ajouter suivant votre "Learning Agreement."

Check the course(s) that you wish to drop and/or add according to your "Learning Agreement."

! *Cours du tronc commun : les étudiants choisissent de les suivre en Français OU en Anglais.

! *Core courses: students choose to attend them in French OR in English.

> Je choisis de suivre tous les cours du tronc commun en Français
/ I choose to enroll in all core courses taught in French

SUPPRIMER / DROP	AJOUTER / ADD

Programme	Semestre Semester	Unité d'Enseignement / Teaching Unit	Modules	Heures / Teaching hours	Crédits / ECTS		
IPM2	1	UE 1	Management des SI	15	2		
			Environnement des Affaires	15	2		
			Analyse de données	30	4		
		UE 2	Comportement organisationnel	15	2		
			Communication interculturelle	15	2		
			Contrôle de gestion	15	2		
		UE 4	Marketing Stratégique	15	2		
			Décision d'Investissement & de Financement	15	2		
			Comptabilité de gestion	15	2		
		UE 5	Compétences professionnelles	10	1		
		TOTAL				160	21

OU / OR

> Je choisis de suivre tous les cours du tronc commun* en Anglais /
I choose to enroll in all core courses* taught in English

SUPPRIMER / DROP	AJOUTER / ADD

Programme	Semestre Semester	Unité d'Enseignement / Teaching Unit	Modules	Heures / Teaching hours	Crédits / ECTS		
IPM2	1	UE 1	IS Management	15	2		
			Business environment	15	2		
			Data Analysis	30	4		
		UE 2	Organizational behaviour	15	2		
			Intercultural communication	15	2		
			Management control	15	2		
		UE 4	Strategic Marketing	15	2		
			Investment & financing decisions	15	2		
			Cost accounting	15	2		
		UE 5	Professional skills	10	1		
		TOTAL				160	21

> Je choisis les cours IPM suivants (en Anglais) /
I choose to enroll in both of the following IPM courses (in English)

SUPPRIMER / DROP	AJOUTER / ADD

Programme	Semestre Semester	Unité d'Enseignement / Teaching Unit	Modules	Heures / Teaching hours	Crédits / ECTS
IPM2	1	UE 3	Communication professionnelle	15	1
			Société et culture française	15	1
			TOTAL		

> Je choisis parmi la liste ci dessous :
 (un seul choix possible)
 OU - un Atelier ICN
 OU - un Atelier Ecole des Mines
 OU - un Atelier Ecole des Beaux Arts

> I choose between the list below :
 (only one choice possible)
 OR - an ICN Workshop
 OR - an "Ecole des Mines" Workshop
 OR - an "Ecole des Beaux Arts" Workshop

Programme	Semestre Semester	Unité d'Enseignement / Teaching Unit	Modules	Heures / Teaching hours	Crédits / ECTS	SUPPRIMER / DROP	AJOUTER / ADD
IPM2 Ateliers ICN	1	UE 3	AtI. Acteur de l'économie de demain	45	5		
			AtI. Anglo-saxon project management				
			AtI. Becoming an online influencer				
			AtI. Design thinking for sustainable change				
			AtI. Family business & Entrepreneurship				
			AtI. Intelligence économique et prise de décision				
			AtI. IRE / DSCG				
			AtI. La banque du futur				
			AtI. Le Manager créActif				
			AtI. L'humain augmenté				
			AtI. Management des technologies innovantes				
			AtI. Marketing d'enseigne & innovation commerciale				
			AtI. Modélisations financières				
IPM 2 Ateliers Ecole des MINES	1	UE 3	AtM. Abcd web	45	5		
			AtM. ARTEM au fil de l'eau				
			AtM. Cindyniques				
			AtM. CIP				
			AtM. De Magnética à Optica				
			AtM. Dynamiques territoriales				
			AtM. Environnement & développement durable				
IPM2 Ateliers Ecole des Beaux- Arts	1	UE 3	AtA. We are the robots	45	5		
			AtA. Cinéma plasticien				
			AtA. Collection				
			AtA. Dada Data				
			AtA. Fabcity				
			AtA. J.T.				
		AtA. Lecture(s) de forme, forme(s) de lecture					

> Je choisis de suivre le cours de LV2* ou LV3** suivant (un seul choix possible) /
 I choose the following language course (only one choice possible)

*LV2 = niveau intermédiaire / LV2= intermediate level

**LV3 = niveau débutant / LV3= beginner level

Programme	Semestre Semester	Unité d'Enseignement / Teaching Unit	Modules	Heures / Teaching hours	Crédits / ECTS	SUPPRIMER / DROP	AJOUTER / ADD
IPM2	1	UE 5	LV2 - Allemand	15	2		
			LV2 - Espagnol				
			LV2 - Italien				
			LV2 - Russe				
			LV3 - Allemand				
			LV3 - Chinois				
			LV3 - Espagnol				
			LV3 - French				
			LV3 - Italien				
			LV3 - Russe				

Total Crédits / Total Credit :	
---------------------------------------	--

Contents and syllabus of Semestrial IPM

Semester 1

IPM2 Semestriel - Année académique 2018-2019 / Academic Year 2018-2019
Choix de cours du 1er Semestre / First Semester course choice

Nom / Last name :

Prénom / Name :

Université d'Origine / Home University :

Merci de bien vouloir retourner cette fiche rempli par email : sabrina.mathieu@icn-artem.com
pour le **20 août au plus tard**.

Please return this sheet by email: sabrina.mathieu@icn-artem.com on **August 20th at the latest**

Cochez le(s) cours que vous souhaitez supprimer et/ou ajouter suivant votre "Learning Agreement."

Check the course(s) that you wish to drop and/or add according to your "Learning Agreement."

! *Cours du tronc commun : les étudiants choisissent de les suivre en Français OU en Anglais.

! *Core courses: students choose to attend them in French OR in English.

> Je choisis de suivre les cours du tronc commun en Français /
I choose to enroll in core courses taught in French

Programme	Semestre Semester	Unité d'Enseignement / Teaching Unit	Modules	Heures / Teaching hours	Crédits / ECTS	SUPPRIMER / DROP	AJOUTER / ADD
IPM2	1	UE 1	Management des SI	15	2		
			Environnement des Affaires	15	2		
			Analyse de données	30	4		
		UE 2	Comportement organisationnel	15	2		
			Communication interculturelle	15	2		
			Contrôle de gestion	15	2		
		UE 4	Marketing Stratégique	15	2		
			Décision d'Investissement & de Financement	15	2		
			Comptabilité de gestion	15	2		
		UE 5	Compétences professionnelles	10	1		

OU / OR

> Je choisis de suivre les cours du tronc commun* en Anglais /
I choose to enroll in core courses* taught in English

Programme	Semestre Semester	Unité d'Enseignement / Teaching Unit	Modules	Heures / Teaching hours	Crédits / ECTS	SUPPRIMER / DROP	AJOUTER / ADD
IPM2	1	UE 1	IS Management	15	2		
			Business environment	15	2		
			Data Analysis	30	4		
		UE 2	Organizational behaviour	15	2		
			Intercultural communication	15	2		
			Management control	15	2		
		UE 4	Strategic Marketing	15	2		
			Investment & financing decisions	15	2		
			Cost accounting	15	2		
		UE 5	Professional skills	10	1		

> Je choisis le ou les cours IPM suivants (en Anglais) /
I choose to enroll in one or both of the following IPM courses (in English)

Programme	Semestre Semester	Unité d'Enseignement / Teaching Unit	Modules	Heures / Teaching hours	Crédits / ECTS	SUPPRIMER / DROP	AJOUTER / ADD
IPM2	1	UE 3	Communication professionnelle	15	1		
			Société et culture française	15	1		

> Je choisis parmi la liste ci-dessous :
 (un seul choix possible)
 - un Atelier ICN

> I choose between the list below:
 (only one choice possible)
 - an ICN Workshop

Programme	Semestre Semester	Unité d'Enseignement / Teaching Unit	Modules	Heures / Teaching hours	Crédits / ECTS	SUPPRIMER / DROP	AJOUTER / ADD
IPM2 Ateliers ICN	1	UE 3	Atl. Acteur de l'économie de demain	45	5		
			Atl. Anglo-saxon project management				
			Atl. Becoming an online influencer				
			Atl. Design thinking for sustainable change				
			Atl. Family business & Entrepreneurship				
			Atl. Intelligence économique et prise de décision				
			Atl. IRE / DSCG				
			Atl. La banque du futur				
			Atl. Le Manager créActif				
			Atl. L'humain augmenté				
			Atl. Management des technologies innovantes				
			Atl. Marketing d'enseigne & innovation commerciale				
			Atl. Modélisations financières				
			Atl. Tranches de ville				

> Je choisis de suivre le cours de LV2* ou LV3** suivant (un seul choix possible) /
 I choose the following language course (only one choice possible)

*LV2 = niveau intermédiaire / LV2= intermediate level

**LV3 = niveau débutant / LV3= beginner level

Programme	Semestre Semester	Unité d'Enseignement / Teaching Unit	Modules	Heures / Teaching hours	Crédits / ECTS	SUPPRIMER / DROP	AJOUTER / ADD
IPM2	1	UE 5	LV2 - Allemand	15	2		
			LV2 - Espagnol				
			LV2 - Italien				
			LV2 - Russe				
			LV3 - Allemand				
			LV3 - Chinois				
			LV3 - Espagnol				
			LV3 - French				
			LV3 - Italien				
			LV3 - Russe				

Total Crédits / Total Credit :	
---------------------------------------	--

Contents and syllabus of Annual IPM

Semester 2

IPM2 Semestre 2 - Année académique / Academic Year 2018-2019
Choix de cours du 2nd Semestre / Second Semester course choice

Nom / Last name :
Prénom / Name :
Université d'Origine / Home University :

Merci de bien vouloir retourner cette fiche rempli par email : sabrina.mathieu@icn-artem.com
pour le **7 Décembre au plus tard.**

Please return this sheet by email: sabrina.mathieu@icn-artem.com on **December 7th at the latest**

Cochez le(s) cours que vous souhaitez supprimer et/ou ajouter suivant votre "Learning Agreement."
Check the course(s) that you wish to drop and/or add according to your "Learning Agreement."

! *Cours du tronc commun : les étudiants choisissent de les suivre en Français OU en Anglais.
! *Core courses: students choose to attend them in French OR in English.

> Je choisis de suivre les cours du tronc commun en Français /
I choose to enroll in core courses taught in French

Programme	Semestre Semester	Unité d'Enseignement / Teaching Unit	Modules	Heures / Teaching hours	Crédits / ECTS	SUPPRIMER / DROP	AJOUTER / ADD
IPM2	2	UE 1	Analyse stratégique	15	2		
			Risques et Evaluation de l'Entreprise	15	2		
		UE 2	Marketing Industriel et des Services	15	2		
			Management interculturel	10	1		
			Design Organisationnel	15	2		

OU / OR

> Je choisis de suivre les cours du tronc commun* en Anglais /
I choose to enroll in core courses* taught in English

Programme	Semestre Semester	Unité d'Enseignement / Teaching Unit	Modules	Heures / Teaching hours	Crédits / ECTS	SUPPRIMER / DROP	AJOUTER / ADD
IPM2	2	UE 1	Strategic Analysis	15	2		
			Risk & Company Valuation	15	2		
		UE 2	Industrial & Services Marketing	15	2		
			Intercultural Management	10	1		
			Organizational Design	15	2		

> Je choisis le ou les cours IPM suivants (en Anglais) /
I choose to enroll in one or both of the following IPM courses (in English)

Programme	Semestre Semester	Unité d'Enseignement / Teaching Unit	Modules	Heures / Teaching hours	Crédits / ECTS	SUPPRIMER / DROP	AJOUTER / ADD
IPM2	2	UE 5	Communication professionnelle	15	1		
			Société et culture française	15	1		

> Je choisis le ou les cours IPM suivants (en Anglais) /
I choose to enroll in one or both of the following IPM courses (in English)

Programme	Semestre Semester	Unité d'Enseignement / Teaching Unit	Modules	Heures / Teaching hours	Crédits / ECTS	SUPPRIMER / DROP	AJOUTER / ADD
IPM2	2	UE 5	Communication professionnelle	15	1		
			Société et culture française	15	1		

> Je choisis parmi la liste ci-dessous :
(un seul choix possible)
- un Atelier ICN

> I choose between the list below:
(only one choice possible)
- an ICN Workshop

Programme	Semestre Semester	Unité d'Enseignement / Teaching Unit	Modules	Heures / Teaching hours	Crédits / ECTS	SUPPRIMER / DROP	AJOUTER / ADD
IPM2 Ateliers ICN	2	UE 3	Atl. Acteur de l'économie de demain	45	5		
			Atl. Anglo-saxon project management				
			Atl. Becoming an online influencer				
			Atl. Design thinking for sustainable change				
			Atl. Family business & Entrepreneurship				
			Atl. Intelligence économique et prise de décision				
			Atl. IRE / DSCG				
			Atl. La banque du futur				
			Atl. Le Manager créatif				
			Atl. L'humain augmenté				
			Atl. Management des technologies innovantes				
			Atl. Marketing d'enseigne & innovation commerciale				
			Atl. Modélisations financières				
			Atl. Tranches de ville				

> Je choisis de suivre la ROUTE** (un seul choix possible) /
I choose the following MAJOR** (only one choice)

Programme	Semestre Semester	Unité d'Enseignement / Teaching Unit	SPECIALISATION / MAJOR	Heures / Teaching hours	Crédits / ECTS	SUPPRIMER / DROP	AJOUTER / ADD
IPM2	2	UE 4	Banking, Funds & Markets (in ENGLISH)	90	12		
			Audit (in ENGLISH)				
			Finance d'Entreprise				
			Contrôle de Gestion				
			Distribution, e-Commerce et Management des Grands Comptes				
			Design de l'offre et Innovation				
			Talent Management in Organisations (in ENGLISH)				
			Management of Innovation (in ENGLISH)				
			Arts & Entertainment Industry Management (in ENGLISH)				
			International Business Development (in ENGLISH)				

** 1 SPECIALISATION = 3 modules OBLIGATOIRES / **1 MAJOR = 3 MANDATORY courses

SPECIALISATION / MAJOR	3 Modules
Banking, Funds & Markets (in ENGLISH)	Asset & Fund Management International Banking Valuation of Financial Products
Audit (in ENGLISH)	Principles & Practices of Groups Accounts Audit & Governance Public Accounting & Internal Auditing
Finance d'Entreprise	Comptes annuels et consolidés Evaluation et diagnostic financiers Business Plan et Gestion de Trésorerie
Contrôle de Gestion	Comptes annuels et consolidés Contrôle de gestion opérationnel Contrôle de gestion stratégique
Distribution, e-Commerce et Management des Grands Comptes	Panels, Env. juridique et Organisation logistique Marketing d'Enseigne et de point de vente Category Management & Trade Marketing
Design de l'offre et Innovation	Etude de marché Management de l'Offre Design Produit & Packaging
Talent Management in Organisations (in ENGLISH)	Talent Management HR Administration & Labour Law Advanced Organizational Behavior
Management of Innovation (in ENGLISH)	Intellectual Property Rights Creativity for Sustainable Business Innovation capabilities & processes
Arts & Entertainment Industry Management (in ENGLISH)	Cultural Sustainability Arts & Entertainment Management Media Production Management
International Business Development (in ENGLISH)	International Trade International Trade Techniques International Environment

> Je choisis de suivre le cours de LV2* ou LV3** suivant (un seul choix possible) /
 I choose the following language course (only one choice possible)

*LV2 = niveau intermédiaire / LV2= intermediate level

**LV3 = niveau débutant / LV3= beginner level

Programme	Semestre Semester	Unité d'Enseignement / Teaching Unit	Modules	Heures / Teaching hours	Crédits / ECTS	SUPPRIMER / DROP	AJOUTER / ADD
IPM2	2	UE 5	LV2 - Allemand	15	2		
			LV2 - Espagnol				
			LV2 - Italien				
			LV2 - Russe				
			LV3 - Allemand				
			LV3 - Chinois				
			LV3 - Espagnol				
			LV3 - French				
			LV3 - Italien				
			LV3 - Russe				

Total Crédits / Total Credit :	
---------------------------------------	--

Les Textbooks

Textbooks

Les textbooks, qu'est ce que c'est ?

Les textbooks sont des lectures recommandées par vos enseignants ICN dans le cadre de leurs cours. Certaines sont obligatoires, puisque certains exercices sont basés sur le contenu de ces livres ou se trouvent dans ces livres. D'autres recommandent des ouvrages pour comprendre les concepts discutés en classe.

Les différents textbooks

MyFinanceLab (ICN 2) & MyMarketingLab (ICN 1 et nouveaux arrivants ICN 2).

Les plateformes MyLab rassemblent les livres en ligne et des exercices, quizz et autres activités à réaliser en ligne.

Vous recevrez à la rentrée sur votre boîte mail MyICN les différents codes d'accès pour vous inscrire sur les plateformes en ligne. Merci de vérifier vos mails et MyICN afin de bien respecter les instructions d'enregistrement.

Les autres textbooks sont disponibles en ligne sur le Knowledge Hub ICN, page « Textbooks » ou sur différentes plateformes de lecture accessibles depuis le Knowledge Hub (Scholarvox ou EBSCO). Vos enseignants vous donneront les références des livres qu'ils vous demanderont de lire.

Si vous ne trouvez pas une référence recommandée par votre enseignant, contactez ICN library services : documentation@icn-artem.com

Knowledge Hub & autres ressources

Le Knowledge Hub, c'est LE portail d'accès à l'information, aux ressources en ligne, aux bases de données et aux livres et ebooks à ICN Business School !

Depuis le moteur de recherche unique, vous pourrez rechercher dans toutes les bases académiques en une seule requête. Essentiel pour vos devoirs nécessitant des éléments théoriques ou des articles issus des travaux de chercheurs.

Vous pourrez également y lire la presse, des mémoires des différents programmes de l'école, ou télécharger des données économiques, financières, des études de marchés ou d'entreprises.

Enfin, si vous avez besoin d'un bon livre : une large collection de ebooks est à votre disposition, mais vous y trouverez aussi les livres disponibles en format papier dans vos bibliothèques de Nancy et de Metz.

Un problème ? Une question ? Besoin d'aide dans vos recherches ou sur un outil en ligne ? Utilisez la section « Assistance » et le chat direct avec l'équipe d'ICN library pour nous contacter !

Textbooks

What are textbooks?

Textbooks are recommended readings by your ICN professors for their classes. Some are mandatory to succeed in class, as they come with exercises based on the book or included in the book. Others are recommended readings to understand concepts discussed in class.

Different textbooks

MyFinanceLab (ICN 2) & MyMarketingLab (ICN 1 and new ICN 2 students).

MyLab platforms gather ebooks and exercises, quizzes and other online activities. You will receive upon your arrival, on your MyICN email address, access codes to register on the online platforms. Please check your emails and MyICN to make sure you follow registration procedures correctly.

Other textbooks will be available online through the ICN Knowledge Hub / “Textbooks” page, or on other reading platforms offered by the Knowledge Hub (EBSCO or Scholarvox). Your professors will give you the references of books they want you to read.

If you cannot find a book recommended by your teacher, please contact ICN library services: documentation@icn-artem.com

Knowledge Hub & other resources

The Knowledge Hub is THE portal to access information, online resources, databases, books and eBooks at ICN Business School!

From the all in one search engine, you can look for documents in all academic databases with just one request : essential for your work requiring theories, concepts and articles from researchers.

You can also read the press, theses from various programs of the school or download financial, economics data, market or company studies.

And if all you need is a good book : a large collection of online eBooks is available, but you will also find paper books from the Nancy and Metz libraries.

A problem? A question? Need help in your research or with an online tool? Use the “Assistance” section to contact us, or the direct chat with the ICN library team!

<http://knowledgehub.icn-artem.com>

Cours du tronc commun / Core Curriculum
Semestre 1 / Semester 1

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	TC	
Title			% DD RSE	
Management des Systèmes d'Information			20 – 40%	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Nathalie DAGORN	S3	2 ECTS	15	FR
Course description and Teaching Methods				
<p>Ce module aborde le management des systèmes d'information dans les organisations. Les cours magistraux et travaux dirigés sont dispensés en face-à-face. Des devoirs à la maison (lectures préalables et complémentaires) sont requis pour préparer ou approfondir ces séances.</p>				
Content				
<p>5 thèmes principaux sont abordés :</p> <ul style="list-style-type: none"> • SI et environnement collaboratif • Infrastructure et technologies émergentes • Aide à la décision et <i>business intelligence</i> • Sécurité du SI • Conception et management de projet SI. 				
Learning objectives				
<p>À l'issue de ce module, l'étudiant doit être capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • décrire un SI, son fonctionnement et son rôle dans l'environnement actuel ; • expliquer les éléments constitutifs de l'infrastructure du SI et les plateformes matérielles / logicielles modernes ; • décrire les capacités d'un SMBD, expliquer comment la <i>business intelligence</i> et le <i>business analytics</i> supportent la prise de décision ; • identifier les risques liés au SI et proposer des contremesures technologiques / managériales ; • utiliser des méthodes / outils pour la conception de SI et le management des projets SI. 				
Référence				
<p>TEXTBOOK : K.C. Laudon, J.P. Laudon (2015), <i>Management Information Systems - Managing the Digital Firm</i>, Pearson Education, 14th global edition.</p>				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			
Lectures préalables.	∅			

Course Sequence and Homework Description

Sur base du textbook Laudon & Laudon (2015) :

Thème 1 : SI et environnement collaboratif

Lecture préalable : textbook chap. 1 « Systèmes d'information dans l'environnement actuel »

CM1 : chap. 1 « Systèmes d'information dans l'environnement actuel » + chap. 2 « E-commerce et collaboration »

TD 1 : exercices ou étude de cas chap. 1

Approfondissement : textbook chap. 3 « Systèmes d'information, organisations et stratégie » + chap. 10 « E-commerce : marchés numériques, biens numériques »

Thème 2 : Infrastructure et technologies émergentes

Lecture préalable : textbook chap. 9 « Atteindre l'excellence opérationnelle et l'intimité avec le client : applications d'entreprise »

Questions-réponses sur chap. 3, 9 et 10

CM2 : chap. 5 « Infrastructure TI et technologies émergentes »

TD2 : exercices ou étude de cas chap. 5

Approfondissement : textbook chap. 7 « Télécommunications, l'Internet et les technologies sans fil »

Thème 3 : Aide à la décision et *business intelligence*

Lecture préalable : textbook chap. 6 « Business intelligence : bases de données et management de l'information »

Questions-réponses sur chap. 7

CM3 : chap. 6 « Business intelligence : bases de données et management de l'information » + chap. 12 « Aide à la décision »

TD3 : TP en salle informatique

Approfondissement : textbook chap. 11 « Manager les connaissances »

Thème 4 : Sécurité du SI

Lecture préalable : textbook chap. 8 « Sécurité des systèmes d'information »

Questions-réponses sur chap. 11

CM4 : chap. 8 « Sécurité des systèmes d'information »

TD4 : exercices ou étude de cas chap. 8

Approfondissement : textbook chap. 4 « Questions éthiques et sociales liées aux systèmes d'information »

Thème 5 : Conception et management de projet SI

Lecture préalable : textbook chap. 13 « Conception des systèmes d'information »

Questions-réponses sur chap. 4

CM5 : chap. 13 « Conception des systèmes d'information » + chap. 14 « Management des projets en systèmes d'information »

TD5 : exercices ou étude de cas chap. 13 et 14

Approfondissement : textbook chap. 15 « Manager les systèmes globaux »

Description des travaux en classe et devoirs à la maison

Avant et après chaque séance en classe, il sera demandé aux étudiants de lire un extrait (chapitres) du textbook pour se familiariser avec les sujets abordés et préparer/approfondir la séance. Les étudiants pourront aussi être sollicités pour résoudre des exercices ou études de cas issus du textbook. Ces devoirs seront à réaliser hors temps de cours (*i.e.*, sur le temps personnel) et seront discutés sous forme de questions-réponses en classe.

Durant les séances de TD, les étudiants devront résoudre en groupes des exercices ou études de cas :

- un ou plusieurs groupes d'étudiants seront choisis pour présenter leurs résultats à la classe : cette prestation orale sera systématiquement évaluée en contrôle continu (50% de la note finale)
- le rapport écrit correspondant pourra aussi être déposé sur MyICN à des fins d'évaluation (contrôle continu).

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50 % Duration : -

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50 % Duration : 1 hour

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

L'examen final (QCM) portera essentiellement sur les chapitres du textbook vus en cours mais pourra comprendre également des questions sur les chapitres en auto-apprentissage (lectures préalables, approfondissements).

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	TC	
Title			% DD RSE	
Information System Management			20 – 40%	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Nathalie DAGORN	S3	2 ECTS	15	ENG
Course description and Teaching Methods				
<p>This module deals with the management of information systems in organizations. Lectures and tutorials are taught face-to-face. Homework (prior and further readings) is required to prepare or deepen these sessions.</p>				
Content				
<p>5 main themes are studied:</p> <ul style="list-style-type: none"> • IS and collaborative environment • Infrastructure and emerging technologies • Decision support and business intelligence • IS security • IS building and project management 				
Learning objectives				
<p>At the end of this module, the student is expected to be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • describe an IS, its operation and its role in the current environment; • explain the building blocks of the IT infrastructure and the modern hardware / software platforms; • describe the capabilities of a DBMS, explain how business intelligence and business analytics support decision making; • identify the risks associated with the IS and propose technological / managerial countermeasures; • use methods / tools for IS design and project management. 				
Référence				
<p>TEXTBOOK: K.C. Laudon, J.P. Laudon (2015), <i>Management Information Systems - Managing the Digital Firm</i>, Pearson Education, 14th global edition.</p>				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			
Prior readings.	∅			

Course Sequence and Homework Description

Based on the textbook Laudon & Laudon (2015):

Theme 1: SI and collaborative environment

Preliminary reading: textbook chap. 1 "Information Systems in Global Business Today"

CM1: chap. 1 "Information Systems in Global Business Today" + chap. 2 "Global E-Business and Collaboration"

TD 1: exercises or case study chap. 1

Further information: textbook chap. 3 "Information Systems, Organizations, and Strategy" + chap. 10 "E-Commerce: Digital Markets, Digital Goods"

Theme 2: Infrastructure and emerging technologies

Preliminary reading: textbook chap. 9 "Achieving Operational Excellence and Customer Intimacy: Enterprise Applications"

Q&A on chap. 3, 9 and 10

CM2: Chap. 5 "IT Infrastructure and Emerging Technologies"

TD2: exercises or case study chap. 5

Further information: textbook chap. 7 "Telecommunications, the Internet, and Wireless Technology"

Theme 3: Decision support and business intelligence

Preliminary reading: textbook chap. 6 "Foundations of Business Intelligence: Databases and Information Management"

Q&A on chap. 7

CM3: chap. 6 "Foundations of Business Intelligence: Databases and Information Management" + chap. 12 "Enhancing Decision Making"

TD3: practical work in computer room

Further information: textbook chap. 11 "Managing Knowledge"

Theme 4: IS security

Preliminary reading: textbook chap. 8 "Securing Information Systems"

Q&A on chap. 11

CM4: chap. 8 "Securing Information Systems"

TD4: exercises or case studies chap. 8

Further information: textbook chap. 4 "Ethical and Social Issues in Information Systems"

Theme 5: IS building and project management

Preliminary reading: textbook chap. 13 "Building Information Systems"

Q&A on chap. 4

CM5: chap. 13 "Building Information Systems" + chap. 14 "Managing Projects"

TD5: exercises or case study chap. 13 and 14

Further information: textbook chap. 15 "Managing Global Systems"

Classroom- and homework description

Before and after each classroom session, students will be asked to read an excerpt (chapters) from the textbook to familiarize themselves with the topics discussed and prepare / deepen the session. Students can also be solicited to solve exercises or case studies from the textbook. These assignments will be made outside the class time (i.e., on personal time) and will be discussed in-class by Q&A sessions.

During the tutorial sessions, students will have to work out exercises or case studies in groups:

- one or more groups of students will be chosen to present their results to the class: this oral performance will be systematically evaluated in continuous assessment (50% of the final grade)
- the corresponding written report may also be filed on MyICN for evaluation purposes (continuous assessment).

Assessment Methods

In-class Assessment: 50 % Duration: -

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam: 50 % Duration: 1 hour

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

The final exam (MCQ) will mainly focus on the chapters of the textbook studied during the class but may also include questions on chapters in self-learning format (prior / further readings).

Programme		Year	Route		
ICN Grande Ecole		2A	TC		
Title			Code		
Environnement des affaires			BE		
Leader	Period	Credits	Volume	Language	
Günter SCHUMACHER	S3	2	15 h	FRA	
Course description and Teaching Methods					
<p>L'objectif général de ce module interdisciplinaire (axiologie, socio-économie, éthique de l'économie et droit) est de sensibiliser le futur cadre à l'environnement complexe et international des affaires, qui fournit le cadre de règles, de normes et de méthodes de résolutions de conflits, et où la notion de "valeur" et le rôle du droit et de l'éthique ont gagné de nouveau en importance. Cette sensibilisation inclut la problématique du développement durable et de la RSE et se fait surtout par l'apprentissage des outils et méthodes d'analyse interdisciplinaire (linguistique, épistémologique, économique et juridique).</p> <p>Dans cette perspective le module est divisé en deux parties: I) "Political Economy" (en anglais) et II) "Droit International" (en français)</p> <p>La méthode d'enseignement est composée d'un cours magistral + travaux dirigés en groupe (notés) pour la partie « Political Economy » et d'enseignement en groupe pour la partie « Droit International » avec travail de groupe noté. La première partie est enseignée en anglais, car même un étudiant francophone de management devrait être capable de comprendre et d'aborder les matières internationales en langue anglaise. C'est pour cela que le e-document est uniquement en anglais.</p>					
Content					
Partie I: "Political Economy" Session 1: Challenges and implications of interdisciplinary analysis: Critical Thinking and International Political Economy Session 2: Globalisation of real and financial economy and their global institutional framework Session 3: Criticism of the present global situation and the question of international social justice and economic ethics Partie II: "Droit International" Session 1: L'environnement juridique des affaires Session 2: Convention de Vienne sur la vente internationale de marchandises Session 3: La procédure de règlement de litiges et le droit de l'OMC Session 4: Droit international et règlement de litiges privés					
Learning objectives					
Les étudiants devraient être capables de travailler dans un environnement qui est marqué par une dimension multiculturelle et dans des projets caractérisés par l'interdisciplinarité.					
Référence					
e-document (une forme de e-manuel) : BUSINESS ENVIRONMENT, An Interdisciplinary Approach, E.G. SCHUMACHER and F. VALENCIA, 2018					
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process				
Niveau d'anglais satisfaisant					

Course Sequence and Homework Description

Partie I :

Séquence 1 : Dans cette première section nous aidons les étudiants à résoudre à travers des analyses linguistiques et épistémologiques (« critical thinking ») des problèmes de compréhension liés à la multi-culturalité et à l'interdisciplinarité de l'environnement international des affaires. Cela englobe aussi la présentation de l'approche de l'Economie Politique Internationale («International Political Economy »). Ce cours magistral est suivi directement d'un travail de groupe noté où, à l'aide du e-document et des échanges avec le professeur, les étudiants doivent appliquer le contenu du cours précédent.

Séquence 2 : Dans cette deuxième section nous présentons le cadre institutionnel pour l'économie réelle (commerce international) et pour l'économie financière (SMI) en l'ancrant dans la grille analytique développée en séquence 1. Ce cours est également suivi un travail de groupe noté.

Séquence 3 : Dans cette troisième séquence nous abordons les différents types de critique qui concernent l'organisation politico-économique internationale des affaires. Cela permet d'offrir aux étudiants des grilles analytiques qui leur permettent d'analyser la question de la justice sociale internationale et, plus généralement, l'aspect éthique dans ce domaine. Pour cela nous leur présentons, entre autres, l'approche de « Business Ethics » et divers concepts d'une « éthique économique internationale ». Ce cours est également suivi d'un travail de groupe noté.

Les travaux de groupes sont les lieux privilégiés pour problématiser et opérationnaliser le *développement durable* et sa traduction managériale en forme de *RSE*.

Les étudiants doivent préparer les séances en lisant avant des séquences les chapitres du e-document correspondant aux séquences.

Partie II :

Nous aborderons durant ce cours le rôle de l'autonomie de la volonté en matière de droit international des contrats et notamment la possibilité pour les parties de choisir le droit applicable, sans lien avec le contrat, en expliquant de manière plus générale la notion de conflit de lois.

Nous traiterons ensuite le champ d'application de la Convention de Vienne sur la Vente Internationale de Marchandises en expliquant son rôle et ses implications dans le domaine du commerce international.

Nous envisagerons enfin le droit de l'OMC à travers notamment les accords du GATT afin de préciser les grands principes et ses exceptions dans le cadre de la procédure de règlements des litiges commerciaux internationaux. Les étudiants doivent préparer les séances en lisant les chapitres correspondant aux thèmes abordés et répondre aux différentes questions posées. Ils doivent aussi préparer des cas pratiques.

Les étudiants doivent enfin réaliser un travail de groupe (dossier écrit + présentation orale pour certains) lequel comptera pour 50 % de la note finale. Ils doivent constituer une équipe de 5 à 6 personnes pour analyser la situation juridique de Facebook et développer une stratégie pour faire face à cette situation.

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50 % Duration : 3 present hours

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50 % Duration : 2 present hours

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Partie I : 3 Travaux Dirigés à une heure chacune (50% de la note finale/partie I) + 1 exam final 1h (QCM) (50% de la note finale/ partie I) Partie II : travail de groupe (50% de la note finale/partielle) + 1 exam final 1h (QCM) (50% de la note finale/partie II)

Programme		Year	Route		
ICN Grande Ecole		2A	TC		
Title				Code	
Business Environment				BE	
Leader	Period	Credits	Volume	Language	
Günter SCHUMACHER	S3	2	15 h	ENG	
Course description and Teaching Methods					
<p>The general objectif of this interdisciplinary course (axiology, linguistics, socio-economics, economic ethics and law) is to make the future executives aware of the complex and international business environment, which provides a framework of rules, norms and methods of conflict solution, and where the notion of "value" and the role of law and ethics have taken a new importance. This awareness raising concerns also the problem of sustainability and CSR and is stimulated predominantly by learning tools et methods of interdisciplinary analysis (linguistic, epistemologic, economic and juridical).</p> <p>For this purpose the module is divided in two parts: I) "Political Economy" and II) "International Law"</p> <p>The teaching method encompasses lectures followed by group work (graded) for part I and group teaching + case study group homework + presentation for part II.</p>					
Content					
<p>Part I: "Political Economy"</p> <p>Session 1: Challenges and implications of interdisciplinary analysis: Critical Thinking and International Political Economy</p> <p>Session 2: Globalisation of real and financial economy and their global institutional framework</p> <p>Session 3: Criticism of the present global situation and the question of international social justice and economic ethics</p> <p>Part II: "International Law"</p> <p>Session 1: The legal environment of Business</p> <p>Session 2: UN Convention of contracts for the international sale of goods</p> <p>Session 3: WTO dispute settlement procedure and WTO law</p> <p>Session 4: International law and dispute settlement</p>					
Learning objectives					
<p>The students are able to demonstrate a capacity to work in an environment which is characterized by a multicultural dimension and to work on a multidisciplinary project.</p>					
Référence					
<p>(a textbook like) e-document: BUSINESS ENVIRONMENT, An Interdisciplinary Approach, E.G. SCHUMACHER and F. VALENCIA, 2018</p>					
Prerequisite		Expected Profile and Selection Process			
<p>Successful study of the first ICN year and a sufficient English level.</p>		<p>Are selected for this module all students who successfully passed the ICN1 exams or the equivalent Passerelle exam.</p>			

Course Sequence and Homework Description

Part I :

Sequence 1: In this first sequence we help the students –by providing linguistic and epistemological analysis tools (“Critical Thinking”) – to solve problems of understanding which result from the multicultural and interdisciplinary dimensions of the international business environment. This implies also the presentation of the “International Political Economy”-approach. Directly after this lecture follows a compulsory, graded group work, where the students –with the help of the e-document and of discussions with the professor (group work tutor) –have to implement the analytical tools of the preceding lecture.

Sequence 2: In this second sequence we present the institutional framework for real economy (international trade) and financial economy (IMS), by anchoring it in the analytical grid developed in sequence 1. Also here a graded group work is following directly after the lecture.

Sequence 3: In this third sequence we tackle the different types of criticism concerning the global institutional framework of international business. This gives us the opportunity to offer the students analytical grids which permit to exam systematically questions of international social justice and, even in a larger sense, the ethical dimension in this field. For this purpose we present her also the “Business Ethics”-approach and diverse concepts of a “global economic ethic(s)”. Also here a graded group work is following directly after the lecture.

The group works are the privileged places to let the students think on the implementation problems of the concepts of sustainability and CSR.

The students have to prepare each sequence by a compulsory reading of the chapter(s) in the e-document corresponding to each sequence.

Part II:

We’ll first discuss about party autonomy in international contracts, possibility for the parties to choose a law that has nothing to do with the contract and explain concept of conflict of laws, to determine which is more appropriate for international contracts.

Then we’ll discuss the role of CISG for international trade. Why is CISG important? Is CISG good or bad news? For whom, what type of contract does it apply?

Finally, we will focus on the “law of the WTO” that is GATT and explain what is the purpose of the GATT Rules? What is the basic principle of the GATT, and how is it expressed in the GATT?

Students must read chapters before the course and prepare case questions orally. They also prepare practical cases in relation with the thematic.

They finally prepare a group work, which consists of an oral presentation and a written report, is mandatory and will account for 50% of the final grade for the legal portion of the Business Environment course. Students analyse in teams of 5 – 6 people the legal situation of Facebook to develop a strategy.

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50 % Duration : 3 present hours

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50 % Duration : 2 present hours

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Part I : 3 times, group work of one hour each (50% of the final grade of part I)+ 1 final exam 1h (MCQ) (50% of the final grade of part I)Part II : group work (50% of the final grade/part II) + 1 final exam 1h (MCQ) (50% of the final grade/part II)

Programme		Year	Route		
ICN Grande Ecole		2A	TC		
Title			% DDRSE		
Analyse des données			<20%		
Leader	Period	Credits	Volume	Language	
Hareesh MAVOORI	S3	4	30 h	FRA	
Course description and Teaching Methods					
<p>Introduction à la recherche scientifique et aux analyses de données qualitative et quantitatives avec des exemples d'application. Les principales techniques d'analyse des données sont présentées et appliquées sur la base de cas d'étude réels et l'attention est particulièrement portée sur les conclusions managériales que leurs résultats permettent de tirer. Ce cours est censé de servir comme préparation au MFE.</p>					
Content					
<p>METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE Introduction à l'épistémologie des sciences des gestion, structuration d'un travail de recherche</p> <p>ANALYSE DES DONNEES QUALITATIVES Introduction à l'analyse qualitative,</p> <p>ANALYSE DES DONNES QUANTITATIVES Données et variables, Corrélation, Régression simple et multiple, Analyse factorielle en composantes principales (ACP), tableaux croisés, analyse factorielle des correspondances (AFC), analyse des correspondances multiples (ACM), ANOVA, classification hiérarchique et non hiérarchique</p>					
Learning objectives					
<p>L'objectif de ce cours est d'aider les étudiants à mieux comprendre le processus de recherche en sciences de gestion dans son ensemble, afin de leur permettre d'améliorer la qualité de leur MFE et de mieux comprendre l'utilité des techniques d'analyse de données qualitatives et quantitatives. Pour ce faire, le cours est accompagné d'un projet de recherche, à travers lequel les étudiants se familiariseront avec différentes étapes et outils de recherche.</p>					
Référence					
<p>Le matériel de cours sera fourni par le professeur</p>					
Prerequisite			Expected Profile and Selection Process		
<p>Statistiques inférentielles</p> <p>descriptives</p> <p>et</p>					

Course Sequence and Homework Description

INTRODUCTION A LA METHODOLOGIE DE RECHERCHE

Séance 01 - Introduction à la recherche scientifique en sciences de gestion
Séance 02 - Rechercher des articles académiques dans les bases de données
Séance 03 - La structure d'un document de recherche (MFE)
Séance 04 - Analyse approfondie d'un papier de recherche en gestion

ANALYSE DES DONNEES QUALITATIVES

Séance 05 - Introduction aux techniques de collecte des données qualitatives
Séance 06 - Les techniques d'analyse des données qualitatives
Séance 07 - Travaux pratiques sur les techniques d'analyse qualitative des données

ANALYSE DES DONNEES QUANTITATIVES

Séance 08 - Introduction aux techniques quantitatives
Séance 09 - Données et variables (partie 1)
Séance 10 - Données et variables (partie 2)
Séance 11 - Corrélation linéaire
Séance 12 - Analyse factorielle en composantes principales 1
Séance 13 - Analyse factorielle en composantes principales 2
Séance 14 - Régression linéaire simple
Séance 15 - Régression multiple
Séance 16 - ANOVA
Séance 17 - Tableaux croisés, analyse factorielle des correspondances (AFC)
Séance 18 - Analyse des correspondances multiples (ACM)

SOUTENANCE DE PROJET

Séance 19 - Soutenance de projet
Séance 20 - Soutenance de projet

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50 % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50 % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	TC	
Title			% DDRSE	
Data Analysis			<20%	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Hareesh MAVOORI	S3	4	30 h	ENG
Course description and Teaching Methods				
<p>Introduction to scientific research in management, qualitative and quantitative analysis using a real life project. The main techniques of data analysis will be presented and applied on the basis of real case studies. A particular attention will be paid to managerial conclusions that can be drawn from the results. This course is intended to serve as preparation for the MFE (Master's thesis).</p>				
Content				
<p>SCIENTIFIC RESEARCH METHODOLOGY IN MANAGEMENT Introduction to epistemology of management science, structuring a research</p> <p>QUALITATIVE ANALYSIS Introduction to qualitative analysis,</p> <p>QUANTITATIVE ANALYSIS Introduction to quantitative analysis, Data and variables, correlation, simple and multiple regression, principal component factor analysis, crosstabulations, simple factorial correspondence analysis (FCA), multiple correspondence analysis (MCA), ANOVA.</p>				
Learning objectives				
<p>The aim of this course is to help students better understand the research process in management sciences in its entirety, so as to permit them to improve the quality of their MFE and to better understand the utility of data analytic techniques – both qualitative and quantitative. To accomplish this, the course is accompanied by a research project, through which the students will familiarize themselves with different steps and tools of research.</p>				
Référence				
<p>Course materials will be furnished by the professor</p>				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			
Descriptive and inferential statistics				

Course Sequence and Homework Description

INTRODUCTION TO RESEARCH METHODOLOGY

- Session 01 - Introduction to scientific research in the management sciences
- Session 02 – Literature research for academic articles in bibliographic databases
- Session 03 – Structuring a research document (MFE)
- Session 04 – In-depth analysis of a management research paper

QUALITATIVE DATA ANALYSIS

- Session 05 - Introduction to qualitative data collection techniques
- Session 06 - Qualitative data analysis techniques
- Session 07 – Practical work on qualitative data analysis techniques

QUANTITATIVE DATA ANALYSIS

- Session 08 - Introduction to quantitative techniques
- Session 09 – Understand statistic data and variables (Part 1)
- Session 10 - Understand statistic data and variables (Part 2)
- Session 11 – Linear correlation
- Session 12 - Factorial Principal Component Analysis 1
- Session 13 - Factorial Principal Component Analysis 2
- Session 14 – Simple linear regression
- Session 15 – Multiple linear regression
- Session 16 – ANOVA
- Session 17 - Cross tabulations, Factorial Correspondence Analysis (FCA)
- Session 18 – Multiple Correspondence Analysis (MCA)

PROJECT REPORT PREPARATION

- Session 19 – Project guidance to students
- Session 20 – Project guidance to students

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50 % Duration : hours

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50 % Duration : hours

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	TC	
Title			% DDRSE	
Comportement Organisationnel			-	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
KUEPERS Wendelin	S3	2 ECTS	15 h	FRA
Course description and Teaching Methods				
<p>Le module a pour objectif d'analyser et d'échanger sur les causes et les conséquences des comportements dans l'organisation, qu'ils soient fonctionnels ou dysfonctionnant.</p> <p>Il expose les aspects majeurs de la psychologie au travail en approche managériale, groupée autour de trois sujets principaux : l'individu, le groupe et l'organisation.</p> <p>L'approche du phénomène de comportement organisationnel est façonnée par la nécessité d'un environnement organisationnel plus durable.</p> <p>La méthode d'enseignement consistera en un mélange de cours traditionnels, de vidéos éducatives et d'études de cas.</p>				
Content				
<p>Les sujets principaux sont :</p> <p>L'individu</p> <ul style="list-style-type: none"> Émotions et caprices Personnalité Motivation et satisfaction <p>Le groupe</p> <ul style="list-style-type: none"> Pouvoir et politique Conflit L'organisation Culture organisationnelle <p>Gestion de changement</p>				
Learning objectives				
<p>A l'issue, les étudiants devraient :</p> <ul style="list-style-type: none"> • envisager tout manager d'abord comme un manager de ressources humaines, • avoir acquis la compréhension théorique des aspects pratiques du management des comportements organisationnels • Être capable d'encadrer le phénomène organisationnel dans un contexte plus large du développement durable continu. • comprendre l'importance stratégique de l'élément humain en tant qu'avantage compétitif. • pouvoir analyser les causes et les conséquences des dysfonctionnements de comportement organisationnel • 				
Référence				
Human Resources Management and Organisational Behaviour (Departmental customised e-book)				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			
Principles of Management				

Course Sequence and Homework Description

Chaque cours a une durée de 85 minutes, séquencées par deux sessions consécutives par semaine

Session 1 - Introduction: OB dans le contexte du Programme de Master; les attentes; contexte général d'une organisation; revue de concepts de base

Session 2 - Émotions : les hommes au travail sont aussi des hommes; les limites de la rationalité; l'intelligence émotionnelle. débat : d'Angela Merkel à Obama.

Session 3 - Humeurs : du stade d'enfant à celui de professionnel; les différents états d'esprit au travail.
Débat : "je déteste mon travail"

Session 4 - Personnalité : l'autoroute pour l'action, pas de chemin de traverse ; les types de personnalité en interaction avec les situations.
Débat : Poutine pourrait-il être français ?

Session 5 - Motivation et satisfaction : "je ne peux pas obtenir ..."; les différents compromis entre motivation et satisfaction
Débat : motivés chez McDo, démotivés chez Google !

Session 6 - Pouvoir et influence : arriver au oui; la mécanique des prises de décision dans les organisations.
Débat : des sournoiseries mesquines au pouvoir, Machiavel revisité.

Session 7 - Politique et cynisme : de l'huile dans les rouages; les pous et les contres des côtés cachés des organisations.
Débat : que font effectivement les managers quand ils managent?

Session 8 - Conflit : chasser la tempête; les conflits de management.
Débat : quel niveau sain de conflit, le cas échéant ?

Session 9 - culture Organisationnelle : des organisations et des icebergs; les aspects visibles et non visibles de la culture d'entreprise; comportement collectif et culture; management par la culture.
Débat : comme les vieux couples, pourquoi les hommes d'une organisation ont-ils tendance à avoir l'air tous semblables ?

La session 10 – le management par le changement : "contre toute attente"; manager les hommes et l'organisation par le changement ; manager la résistance au changement
Débat : pourquoi changer si nous avons toujours fait comme ça ?

Assessment Methods

Inclass Assessment: 0 % Duration : hours

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 100 % Duration : 1h30

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Examen « Open book » (tous les matériels permis sauf des dispositifs électroniques ou numériques)

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	TC	
Title			% DDRSE	
Organisational Behaviour			-	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
KUEPERS Wendelin	S3	2	15 h	ENG
Course description and Teaching Methods				
<p>The course aims to analyse and discuss the causes and consequences of functional and dysfunctional organizational behaviours. The course presents the major topics of work psychology in a managerial approach clustered around three main topics: the individual, the group, and the organisation. Teaching methods will be a mix of traditional lectures, educational videos, and analysis of life case-studies. The approach to the organisational behaviour phenomenon is shaped by the need for a more sustainable organisational environment.</p>				
Content				
<p>The main topics to discuss are :</p> <p>The individual</p> <ul style="list-style-type: none"> Emotions and moods Personality Motivation and satisfaction <p>The group</p> <ul style="list-style-type: none"> Power and influence Conflict and politics <p>The organisation</p> <ul style="list-style-type: none"> Organisational culture Change management 				
Learning objectives				
<p>After completion of the module, students should:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Understand every manager as a manager of people. • Be capable of framing the organisational phenomenon within a larger context of continuous sustainable development. • Gain theoretical understanding of the practicalities of organisational behaviour management. • Understand the strategic importance of the human element for competitive advantage. • Analyse the causes and consequences of dysfunctional organisational behaviour. 				
Référence				
<p>Human Resources Management and Organisational Behaviour (Departmental customised e-book)</p>				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			
Principles of Management				

Course Sequence and Homework Description

Introduction to the course: OB in the context of the Master Program; setting expectations; the larger context of the organisation; review of basic concepts

Emotions: people at work are also people; the idea of bounded rationality; emotional intelligence.
Discussion: From Angela Merkel to Obama.

Moods: from children to professionals; states of mind at work.
Discussion: "I hate my job"

Personality: the highway of action, no third lane; personality types in interaction with situations.
Discussion: Could Putin be French?

Motivation and satisfaction: "I can get no..."; the different arrangements between motivation and satisfaction.
Discussion: Motivation at McDonalds; demotivation at Google!

Power and influence: getting to yes; the mechanics of decision making in organisations.
Discussion: from sneaky rats to power, Maquiavel revisited.

Politics and cynicism: oiling the machine; pros and cons of the hidden side of organisations.
Discussion: what do managers do when they are managing?

Conflict: weathering the storm; negotiation and conflict management.
Discussion: is there a case for a healthy level of conflict?

Organisational culture: of organisations and icebergs; visible and invisible aspects of culture; collective behaviour and culture; managing by culture.
Discussion: like old couples, why do people in an organisation tend to look alike?

Change management: "against all odds"; managing people and the organisation through change; managing resistance to change.
Discussion: why change if we have always done like this?

Assessment Methods

Inclass Assessment: 0 % Duration : hours

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 100 % Duration : 1.5 hours

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Open book exam (all materials allowed except any kind of electronic or digital devices)

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	TC	
Title			% DDRSE	
Communication interculturelle			De 20 à 40%	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Bertrand AGOSTINI	S3	2	15 h	FRA
Course description and Teaching Methods				
<p>Le but de ce module est de familiariser les étudiants aux théories et outils de la communication interculturelle.</p>				
Content				
<ol style="list-style-type: none"> 1) Comprendre la communication interculturelle 2) Acquérir une compétence en diversité culturelle 3) Interagir efficacement avec d'autres cultures 4) Comprendre l'impact de la culture sur les relations d'affaires 				
Learning objectives				
<p>Use critical thinking in order to select the obvious elements of a problem and summarize them critically and argumentatively; Decypher the codes of a different cultural environment ; Develop critical thinking as related to one's own competences and find appropriate measures to develop them.</p>				
Référence				
<p>Hofstede, G. <i>Cultures and Organisations: Software of the Mind - Intercultural Co-operation and its Importance for Survival</i>, AMED, USA, 1997 Trompenaars, F. <i>Ringling the Waves of Culture: Understanding Cultural Diversity in Global Business</i>, NB Beamer, Linda and Varner, Iris, <i>Intercultural Communication in The Global Workplace</i>, Mcgraw-Hill, 2008.</p>				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			
Aucun	-			

Course Sequence and Homework Description

- 1) Comprendre la communication interculturelle (étude de cas, partie 1)
- 2) Acquérir une compétence en diversité culturelle (étude de cas, partie 2)
- 3) Interagir efficacement avec d'autres cultures (étude de cas, partie 3)
- 4) Comprendre l'impact de la culture sur les relations d'affaires (étude de cas, partie 4)

Assessment Methods

Inclass Assessment: % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 100 % Duration : 1h30

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Questions clés basées sur le cours

Programme		Year	Route		
ICN Grande Ecole		2A	TC		
Title			% DDRSE		
Intercultural Communication			De 20 à 40%		
Leader	Period	Credits	Volume	Language	
Bertrand AGOSTINI – Valery KRYLOV	S3	2 ECTS	15h	ENG	
Course description and Teaching Methods					
<p>The purpose of the module is to familiarize students with the fundamental theories and tools of intercultural communication.</p>					
Content					
<ol style="list-style-type: none"> 1) Understanding intercultural communication 2) Acquiring competence in intercultural diversity 2) Interacting efficiently with other cultures 3) Understanding the impact of culture on business relationships 					
Learning objectives					
<p>Use critical thinking in order to select the obvious elements of a problem and summarize them critically and argumentatively; Decipher the codes of a different cultural environment; Develop critical thinking as related to one's own competences and find appropriate measures to develop them.</p>					
Référence					
<p>Hofstede, G. <i>Cultures and Organisations: Software of the Mind - Intercultural Co-operation and its Importance for Survival</i>, AMED, USA, 1997 Trompenaars, F. <i>Ringling the Waves of Culture: Understanding Cultural Diversity in Global Business</i>, NB Beamer, Linda and Varner, Iris, <i>Intercultural Communication in The Global Workplace</i>, Mcgraw-Hill, 2008.</p>					
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process				

Course Sequence and Homework Description

- 1) Understanding intercultural communication (case study part 1)
- 2) Acquiring competence in intercultural diversity (case study part 2)
- 2) Interacting efficiently with other cultures (case study part 3)
- 3) Understanding the impact of culture on business relationships (case study part 4)

Assessment Methods

Inclass Assessment:	%	Duration			
<input type="checkbox"/> Written	<input type="checkbox"/> MCQ	<input type="checkbox"/> Oral	<input type="checkbox"/> Report	<input type="checkbox"/> Participation	
Final Exam :	100%	Duration :	1h30		
<input type="checkbox"/> Written	<input checked="" type="checkbox"/> MCQ	<input type="checkbox"/> Oral	<input type="checkbox"/> Report	<input type="checkbox"/> Participation	

Additional information:

Key questions based on course material

Programme		Year	Route		
ICN Grande Ecole		2A	TC		
Title			% DDRSE		
Contrôle de gestion			< 20%		
Leader	Period	Credits	Volume	Language	
Yves HABRAN	S3	2	15h	FRA	
Course description and Teaching Methods					
<p>Ce cours est un cours d'initiation au contrôle de gestion. Les problématiques de gestion abordées le sont à travers les outils les plus utilisés par les praticiens i.e. les indicateurs de performance, tableaux de bord et budgets.</p>					
Content					
<ul style="list-style-type: none"> • Introduction au contrôle de gestion (caractéristiques, CG et structures, prix de cession internes) • Indicateurs de performance (financiers/non financiers, internes/externes...) • Stratégie et tableaux de bords • Procédure budgétaire et démarche prévisionnelle • Articulation des différents budgets • Suivi des écarts et actions correctives 					
Learning objectives					
<p>AACSB : (1.1) L'étudiant saura analyser et mettre en évidence les points saillants d'un problème de gestion suite à une étude mobilisant tous les outils utiles.</p>					
Référence					
<p>TEXTBOOK : Bhimani, Horngren, Datar, Foster – Management and cost accounting – Pearson Education Customized ICN – 2012 ou 5ème édition 2011.</p> <p>Recueil de notes et d'exercices complémentaires sur certains points.</p>					
Prerequisite		Expected Profile and Selection Process			
<p>Cours de comptabilité Cours d'analyse des coûts</p>					

Course Sequence and Homework Description

Séance 1 : Introduction au Contrôle de Gestion et Prix de cession

Lecture du chapitre 18: Introduction au contrôle de gestion - Exercices: 18.17 et 18.18

Séance 2 : Budget

Lecture du chapitre 14: Contrôle budgétaire - Exercices : 4.24 (14.24, version anglaise)

Séance 3 : Budget

Exercices : Cas Bipalarm

Séance 4 : Budget

Exercices : Cas Mecanico

Séance 5 : Ecarts sur charges directes

Lecture du chapitre 15: Contrôle par exceptions et analyse d'écart – Sections 1 & 2

Lecture du chapitre 17 : Analyse d'écart dans un contexte multi produit et multi facteur de production – section 1
Exercices : 15.15, 15.16 et 17.12 (optionnel 17.20)

Séance 6 : Ecarts sur chiffres d'affaire

Lecture du chapitre 17: Analyse d'écart dans un contexte multi produit et multi facteur de production – section 2 -
Exercices : 17.13 + 6.23 (ouvrage en français)

Séance 7 : Ecarts sur charges et chiffres d'affaire

Exercices : Cas récapitulatif sur décomposition des charges directes - Cas récapitulatif de décomposition de l'écart sur chiffres d'affaires

Séance 8 : Tableaux de bord et Balanced Scorecards

Lecture du chapitre 22: Stratégie et tableaux de bord - section 1, 2 à 2.4, 3, 4 et 5

Lecture du poly complémentaire

Exercices: 22.15 et cas additionnel sur TdB avec inclusion CSR

Séance 9 : Séance de Révision

Séance de questions/réponses sur tous les chapitres couverts, y compris le chapitre 19: Les indicateurs de performance ; non-couvert directement en classe.

Assessment Methods

Examen final : 100 % Durée : 3 heures

Ecrit

QCM

Oral

Rapport

Participation

La partie écrite porte sur le budget. La partie QCM porte sur le reste des chapitres.

Programme		Year	Route		
ICN Grande Ecole		2A	TC		
Title			% DDRSE		
Management accounting			< 20%		
Leader	Period	Credits	Volume	Language	
Yves HABRAN	S3	2	15 h	ENG	
Course description and Teaching Methods					
<p>This is an introductory course to management accounting. Managerial issues are dealt with by referring to the most used management accounting tools by practitioners i.e. performance indicators, scorecards and budgets.</p>					
Content					
<ul style="list-style-type: none"> • Introduction to management accounting (characteristics, Management accounting and structures, transfer prices) • Performance indicators (financial/non-financial, internal/external...) • Strategy and scorecards • Planning and budgetary process • Building up different budgets types • Budget variances and corrective measures 					
Learning objectives					
<p>AACSB 1.1- to analyze and prioritize the major facets of a management problem, making confident use of all useful tools available.</p>					
Référence					
<p>TEXTBOOK : Bhimani, Horngren, Datar, Foster – Management and cost accounting – Pearson Education Customized ICN – 2012 ou 5ème édition 2011.</p> <p>Additional readings and case studies will be provided on some subjects.</p>					
Prerequisite		Expected Profile and Selection Process			
<p>Accounting course Cost accounting course</p>					

Course Sequence and Homework Description

Session 1: Control systems and transfer pricing

Reading of chapter 18 : Control systems and transfer pricing
Cases: 18.17 & 18.18

Session 2 : Budgets

Reading of chapter 14 : Motivation, budgets and responsibility accounting
Cases to prepare: 14.24

Session 3 : Budgets

Case: Bipalarm

Session 4 : Budgets

Case: Mecanico

Session 5: Cost variances

Reading of chapter 15 : Flexible budgets, variances and management control I
Reading of chapter 17 : Measuring yield, mix and quantity effects
Cases: 15.15, 15.16 et 17.12 (optional 17.20)

Session 6: Revenue and sales variances

Reading of chapter 17: Measuring yield, mix and quantity effects (from p. 586 to page 593)

Cases to prepare: 17.13 + One case translated from the french textbook (case 6.23)

Session 7: Cost and Revenue variances

Cases: Summary case on variances on direct expenses - Summary case on sales variances

Session 8 : Tableaux de bord – Balanced scorecards

Reading of chapter 22 : Strategic Management accounting and emerging issues
Reading of an additional document on 'Scorecards'.
Cases: 22.15 + One additional case study on Scorecards and CSR

Session 9 : Rehearsal sessions

Questions and answers based on the whole program including also chapter 19 : Control system and performance measurement, not covered in class.

Assessment Methods

Final Exam : 100 %

Duration : 3 hours

Written

MCQ

Oral

Report

Participation

The written part concerns budgets. The MCQ concerns the rest of chapters.

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	TC	
Title			% DDRSE	
Management de projet			20%	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Virginie ALLARD	S3	2	15 h	FRA
Course description and Teaching Methods				
<p>Approfondissement des notions nécessaires au management de projet.</p> <p>Finalisation du projet associatif choisi par l'étudiant – ce point concerne les étudiants sur le site de Nancy et de Metz ayant intégré une association en première année. Les AP2, IPM2 et ICN2 METZ et NUREMBERG suivent les séances de cours mais n'ont pas d'obligation associative à remplir, cependant ils sont libres de s'y investir si ils le souhaitent.</p>				
Content				
<p>Le module aborde les thématiques suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Manager et être managé - Team-building - Fondamentaux de la gestion de projet - Gouvernance et financement de projets - Méthodes de gestion de projet - Gestion des risques 				
Learning objectives				
<p>A l'issue de ce module, l'étudiant aura appris et appliqué la méthodologie du management des projets :</p> <ul style="list-style-type: none"> * planification des tâches * recherche et mobilisation des ressources humaines, matérielles et financières nécessaires à la réalisation du projet * communication externe et interne au projet * capacité à adapter le projet en fonction de l'environnement * Management d'une équipe. <p>L'étudiant sera en mesure de transférer ces acquis dans le cadre de ses stages et de son premier emploi.</p>				
Référence				
<p>Ouvrages de référence non obligatoires :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gestion de projet : 50 outils pour agir - Bouchaoui & Dentinger & Englander - Edition Vuibert - 2017 - La boîte à outils du chef de projet - Maes & Debois - Edition Dunod - 2017 <p>Documents complémentaires mis à disposition sous MyICN</p> <ul style="list-style-type: none"> - Supports et ressources abordés en séances de cours 				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			

Course Sequence and Homework Description

Séance **Manager et être managé** : typologie, rôle et activités d'un manager

Séance **Team-building** : facteurs pour augmenter l'efficacité d'une équipe – par l'appui de modèle et de retour d'expériences

Séance **Fondamentaux de la gestion de projet** :

Les différentes étapes d'un projet : pré-projet, planification, réalisation, terminaison.

L'objectif étant de sensibiliser à la problématique, à la difficulté de déterminer la durée des tâches, leurs relations d'ordre...

Présentation des outils tels que WBS, PBS, OBS.

Principes de suivi des coûts

Séance **Présentation de la problématique des projets collaboratifs de R&D financés** :

notions plus pointue liée au financement et à leur obtention ainsi qu'à la gestion d'un projet complexe (de type valorisation de la recherche). Toute cette partie est basée sur des éléments vécus.

la notion d'appel d'offre et d'appel à projet

comment présenter un projet vis à vis d'un financeur

les règles de gouvernance des projets complexes

illustration par un exemple de valorisation de recherche

Séance **Méthodes de gestion de projet** abordant des méthodes traditionnelles (PMI et Prince2) et des méthodes agiles (Scrum). Le cours aborde également la notion de gestion des risques du projet.

Références supplémentaires

A guide to the project management body of knowledge, fourth edition, PMI eds, 2009, [ISBN 1933890517](#)

Fundamental Project Management, P Lewis, Third edition, Copyright Material.

Critical chain : la chaine critique : Goldratt, AFNOR, 2002, **ISBN**: 2124656139

Reussir n'est pas une question de chance – Goldratt, AFNOR, 2002, **ISBN** : 2124650661

La gestion de projet : Principes et pratiques, AFITEP, 1998 , **ISBN** : 2124707213

Le dictionnaire du management de projet, AFITEP, 2010 **ISBN** : 2124843516

L'essentiel de la Gestion de projet - 5e édition, Roger Aim, 2010, Gualino Eds, **ISB** : 2297014945

Assessment Methods

Inclass Assessment: 0 % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 100 %

Duration : 1 hour

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Des travaux en rapport avec les séances de cours suivis seront à réaliser et viendront compléter l'évaluation suivante dépendant de chaque cursus : ICN2 NANCY ex ICN1 : Engagement associatif obligatoire, l'équipe présentera son projet au tuteur et au responsable des projets à l'occasion d'une soutenance finale collective. Elle devra présenter également les résultats atteints en fin de parcours lors d'un rapport final. L'évaluation faite par le tuteur et par la responsable des projets tient compte de la qualité du travail effectué. L'évaluation finale tient compte également des appréciations entre pairs (Peer Evaluations). En ce qui concerne les étudiants en voie apprentissage (ICN2 METZ), l'évaluation sera complétée d'une étude de cas ou un projet mené dans le cadre de votre route. Le rendu du rapport de projet est obligatoire,- Pour les alternants non issus des AP : Note Management de Projet = Note Module Management de Projet (50%) + Note Rapport de Projet (50%)- Pour les alternants issus des AP : Note Management de Projet = Note Module Management de Projet (50%) + Note Examens Ajustement (25%) + Note Rapport de Projet (25%).En ce qui concerne les étudiants ayant intégré la 2ème année par le biais d'admission parallèle (AP2 & IPM2 NANCY), l'évaluation sera complétée par les cours d'ajustement. Note Management de Projet = Note Module Management de Projet (50%) + Note Examens Ajustement (50%)

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	TC	
Title			% DD RSE	
Project Management			20%	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Virginie ALLARD	S3	2	15 h	FRA/ENG
Course description and Teaching Methods				
<p>Deepening of necessary concepts for project management.</p> <p>Finalization of the school draft chosen by the student - this refers to students on the sites of Nancy who enrolled in an association during the first year. The AP2, IPM2 and ICN2 Metz & Nuremberg follow the course sessions but have no obligation to take part in associative life. However they are free to invest if they wish.</p>				
Content				
<p>The module covers the following themes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Manager and be managed - Team-building - Fundamentals of Project Management - Governance and Project Finance - Project Management Methods - Risk management 				
Learning objectives				
<p>At the end of this module, the student will have learned and applied the methodology of project management:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Job scheduling * Research and mobilization of human, material and financial resources for the project * External and internal communication project * Ability to adapt the project depending on the environment * Management of a team. <p>The student will be able to transfer these assets as part of his internships and his first job.</p>				
Référence				
<p>Books not mandatory reference:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gestion de projet : 50 outils pour agir - Bouchaouir & Dentinger & Englender - Edition Vuibert - 2017 - La boîte à outils du chef de projet - Maes & Debois - Edition Dunod - 2017 <p>Documents released under MyICN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Supports and resources discussed in class sessions 				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			

Course Sequence and Homework Description

Session **Manager and be managed** session: types, role and activities of a manager

Session **Team-building** session: factors to increase the efficiency of a team - support for the model and experience feedback

Session **Recovery of the fundamentals of project management:**

The different stages of a project: pre-project planning, implementation, termination.

The aim is to raise awareness of the problem, the difficulty of determining the duration of tasks, their order relations

...

Presentation tools such as WBS, PBS, OBS.

Principles of cost tracking

Session **Presentation of the problem of collaborative R & D projects:**

More sophisticated concepts related to financing and obtaining them and the management of a complex project (research development type). This whole part is based on elements of experience.

the notion of tender and call for project

how to present a project against a funder

governance rules of complex projects

illustration by an example of valuation research

Session **Project management methods** addressing traditional methods (PMI and Prince2) or agile methods (like Scrum). The course also covers the concept of risk management of the project.

Additional References

A guide to the project management body of knowledge, fourth edition, PMI eds, 2009, [ISBN 1933890517](#)

Fundamental Project Management, P Lewis, Third edition, Copyright Material.

L'essentiel de la Gestion de projet - 5e édition, [Roger Aïm](#), 2010, [Gualino Eds](#), ISB : 2297014945

Critical chain : la chaine critique : Goldratt, AFNOR, 2002, **ISBN: 2124656139**

Reussir n'est pas une question de chance – Goldratt, AFNOR, 2002, ISBN : 2124650661

La gestion de projet : Principes et pratiques, AFITEP, 1998 , ISBN : 2124707213

Le dictionnaire du management de projet, AFITEP, 2010 ISBN : 2124843516

Assessment Methods

Inclass Assessment: % Duration :

Written

MCQ

Oral

Report

Participation

Final Exam : 100 %

Duration : 1 hour

Written

MCQ

Oral

Report

Participation

Additional information:

Work connected with the class sessions will be followed to achieve and will complete the following assessment depending on each course: Associative Project (ICN2 NANCY ex ICN1): The team will present its project to the tutor and project manager at the During a final collective defense. It will also present the results achieved at the end of course in a final report. The assessment made by the tutor and the project manager takes into account the quality of the work. The final evaluation also takes into account assessments peer (Peer Reviews). Regarding students learning path (ICN2 METZ), the evaluation will be completed with a case study or a project as part of your course project. In regard to who entered the second year through parallel admission (AP2 & IPM2 NANCY), student assessment will be completed by the course adjustment.

Programme		Year	Route		
ICN Grande Ecole		2A	TC		
Title				%DDRSE	
Marketing stratégique				-	
Leader	Period	Credits	Volume	Language	
Olivier MESLY	S3	2	15 h	FRA	
Course description and Teaching Methods					
<p>Approfondissement de la stratégie marketing de l'entreprise aux plans national et possiblement international. Jeu de simulation stratégie marketing.</p>					
Content					
<p>Jeu de simulation STRATSIM MARKETING : découverte de la stratégie marketing de l'entreprise au travers d'un jeu simulant des entreprises en concurrence.</p> <p>En équipe, l'étudiant élabore et met en place la stratégie de son entreprise dans un environnement concurrentiel.</p> <p>STRATSIM MARKETING prend en compte les autres domaines de la gestion (notamment finances, RH, production) et illustre l'interdépendance des domaines de la gestion.</p> <p>Approfondissement des notions suivantes : segmentation, ciblage, positionnement et capital-marque ; concurrence ; marketing et RSE.</p> <p>Applications de la stratégie marketing à différents secteurs / à l'international.</p>					
Learning objectives					
<ol style="list-style-type: none"> 1) Avoir une bonne connaissance des stratégies marketing de l'entreprise sur les marchés nationaux et possiblement internationaux. 2) Exploiter de façon pertinente la veille stratégique : marchés, concurrence, spécificités culturelles, etc. 3) Définir une stratégie marketing cohérente et traduire cette stratégie marketing par le marketing mix approprié, en lien avec les autres dimensions de la gestion. 4) Faire preuve d'adaptation et de réactivité 5) Appuyer ses efforts sur des sources valides, contemporaines et crédibles. 					
Référence					
<p>OBLIGATOIRES:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) MANUEL: KOTLER, P. / KELLER, K. (2015), Marketing Management, 15th Ed. + mymarketinglab, Pearson 2) JEU DE SIMULATION : STRATSIM MARKETING (jeu en ligne et manuel d'utilisation) 3) Etudes de cas et articles distribués par les enseignants 					
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process				
Comportement du consommateur (1A) Principes du marketing (1A) Etudes de marché (1A)					

Course Sequence and Homework Description

Vue d'ensemble du marketing stratégique : Kotler/CCDVTP + SDCP (Segmentation, Différenciation, Cible, Positionnement), capital-marque, concurrence, RSE + outils d'analyse stratégique.

Les séances suivantes sont consacrées à un jeu d'entreprise (jeu sérieux/serious game), ainsi qu'à l'exploration et à l'application du marketing stratégique dans des secteurs particuliers, par exemple : 1 Auto ; 2 Pharma ; 3 TIC ; 4 Services; 5 Digital/retail; 6 Alim/Food; 7 Luxe/Luxury ; 8 Sport ; 9 Finance

Format pour chaque séance portant sur un secteur particulier = présentation théorique du marché + étude de cas possible.

+ Examen final

+ Simulation StratSim Marketing

Assessment Methods

Inclass Assessment: 40 % Duration : Spread over the courses

Written MCQ Oral Report Participation

Quiz : 10 % (Written)

Final Exam : 50 % Duration : 1 h

Written MCQ Oral Report Participation

Respect : min. 10 % (système de note dite négative : la note est soustraite du total possible de 100 % [Inclass a., quizzes, final exam] au choix du professeur, en cas de manquements, le cas échéant)

Additional information:

Inclass assessment = Stratsim Marketing : jeu en continu sur 10 périodes + rapport de synthèse.

Quiz : au choix du professeur – début, milieu ou fin du cours, sert aussi de feuille de présence

Final exam : apprentissage de la matière du cours entier nécessaire

Respect : du cours, des consignes, du professeur, des autres étudiants, de l'environnement.

Accès au professeur : Les étudiants sont invités à fixer un rendez-vous avec le professeur pour toute question portant sur la matière du cours ou sur la correction des travaux et examens. Le professeur ne discute d'aucune note par mail car l'expérience prouve que cela ne permet pas l'apprentissage anticipé.

Programme		Year	Route		
ICN Grande Ecole		2A	TC		
Title				% DDRSE	
Strategic Marketing				-	
Leader	Period	Credits	Volume	Language	
Olivier MESLY	S3	2	15 h	ENG	
Course description and Teaching Methods					
<p>Deepening students' knowledge of both national and international business marketing strategy. Marketing strategy business game.</p>					
Content					
<p>STRATSIM MARKETING (Serious game): discovering business marketing strategies through a game which simulates businesses in a competitive environment. Students work in groups to put together and implement their marketing strategies. STRATSIM MARKETING takes into account other management fields (e.g., Finance, HR, production) and illustrates how these subjects are interdependent.</p> <p>The following concepts will be covered in depth: segmentation, targeting, positioning and brand equity; competition; marketing and CSR.</p> <p>Applications of strategic marketing to various industries and/or international marketing.</p>					
Learning objectives					
<ol style="list-style-type: none"> 1) Develop a thorough knowledge of marketing strategies both on national and international markets. 2) Use relevant competitive intelligence on markets, competition, cultural specificities, etc. 3) Define a coherent marketing strategy and translate it into the relevant marketing mix actions, in conjunction with other aspects of management. 4) Show adaptability and reactivity. 5) Use credible, contemporary and valid information 					
Référence					
<ol style="list-style-type: none"> 1) MANDATORY TEXTBOOK: KOTLER, P. / KELLER, K. (2015), Marketing Management, 15th Ed. + mymarketinglab, Pearson 2) MANDATORY BUSINESS GAME: STRATSIM MARKETING (online game and user's guide) 3) Case studies and readings given by instructors 					
Prerequisite		Expected Profile and Selection Process			
Consumer Behavior (1A) Principles of Marketing (1A) Market Research (1A)					

Course Sequence and Homework Description

Overview of strategic marketing: Kotler's CCDVTP mantra of marketing + STP (Segmentation, targeting, positioning), brand equity, competition, CSR + strategic marketing tools → the other course periods will focus on a serious game, as well as on applications of strategic marketing in various industries taken from the following: 1) Auto; 2) Pharma; 3) ICT; 4) Services; 5) Digital/retail; 6) Food; 7) Luxury; 8) Sport; 9) Finance.

Each class includes a theoretical lecture and a case study.

+ Final exam

+ StratSim Marketing Simulation Game

Assessment Methods

Inclass Assessment: 60 % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 40 % Duration : 1 h

Written MCQ Oral Report Participation

Respect: A min. of 10% will be taken off the final mark for lack of respect (negative marking system: the mark is subtracted from the total of 100% in accordance with the professor's judgment).

Additional information:

Access to the professor:

- Students are invited to book an appointment with the professor for any question related to the content of the course or regarding the grading. Marks are not discussed over e-mail but strictly in person.
- Respect: towards the course, the professor, the other students, the environment

Inclass assessment = Stratsim Marketing played through 10 time periods + final report. The inclass (ongoing) assessment may also include quizzes on specific parts of the material covered in the program. 10% are My Market Lab Exercises.

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	TC	
Title			% DDRSE	
Décisions de financement et d'investissement			< 20%	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Sandrine JACOB-LEAL	S3	2	15 h	FRA
Course description and Teaching Methods				
<p>Ce module traite des décisions financières (choix d'investissement et de financement) prises au sein des entreprises. Ce module consiste à présenter les concepts et les outils pertinents à mobiliser pour comprendre quand, pourquoi et comment ces décisions sont prises.</p> <p>L'enseignement est organisé en alternant :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Des séances de cours magistraux (CM) - présentation des concepts et des principales méthodes utilisées 2) Des séances de travaux dirigés (TD) - application des concepts et des outils 3) Un apprentissage personnel fondé sur la lecture du manuel de référence (voir détail ci-dessous) et l'utilisation de la plateforme en ligne associée (MyFinanceLab) 				
Content				
<p>Le cours s'articule autour des thèmes suivants:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Les choix d'investissement <ul style="list-style-type: none"> - évaluation des caractéristiques économiques des projets d'investissement - principaux critères de choix d'investissement 2) Le coût du capital et la structure financière <ul style="list-style-type: none"> - l'évaluation du coût des principales sources de financement - levier financier, structure optimale 3) Les choix de financement <ul style="list-style-type: none"> les principales sources de financement et la construction du plan de financement 				
Learning objectives				
<p>A l'issue de ce cours, les étudiants seront en mesure :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) de comprendre les raisons et la manière dont les décisions financières sont prises au sein des entreprises 2) de comprendre les principaux outils et techniques utilisés 3) d'identifier les méthodes et les outils utiles pour comprendre une décision financière 4) de prendre des décisions financières après une analyse scrupuleuse de ses conséquences et d'être capable de les justifier 				
Référence				
J. Berk et P. DEMARZO (2014); « Corporate Finance » EBook + MyFinanceLab, Pearson 3 rd Edition.				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			
Notions d'analyse financière (cours d'ICN1 et ajustement)				

Course Sequence and Homework Description

❖ Introduction

TE1 Lecture Ch. 2.4 et Ch. 4.1-4.2
CM1 Introduction

❖ Choix d'investissement

TE2 Lecture Ch. 4.3-4.5, Ch. 5 et Ch. 7
CM2 Choix d'investissement (1/2)

TE3 Lecture Ch. 22
CM3 Choix d'investissement (2/2)

TE4 Travail personnel sur MyFinanceLab préparatoire au TD1 – Choix d'investissement
TD1 Choix d'investissement

❖ Coût et structure du capital

TE5 Lecture Ch. 9.1-9.2, Ch. 12, Ch. 15.1 et Ch. 18
CM4 Coût du capital

TE6 Lecture Ch. 14, Ch. 15.2, 15.5, Ch. 16.1-16.4 et 16.8
CM5 Structure du capital

TE7 Travail personnel sur MyFinanceLab préparatoire au TD2 – Coût et structure du capital
TD2 Coût et structure du capital

❖ Choix de financement

TE8 Lecture Ch. 23
CM6 Choix de financement (1/2)

TE9 Lecture Ch. 6 et Ch. 24
CM7 Choix de financement (2/2)

TE10 Travail personnel sur MyFinanceLab préparatoire au TD3 – Choix de financement
TD3 Choix de financement

Assessment Methods

Inclass Assessment: 30% Duration : Travail personnel sur MyFinanceLab préparatoire aux TD

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 70% Duration : 1h30

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Le contrôle continu sera réalisé au travers de l'évaluation du travail qui sera fait par l'étudiant sur MyFinanceLab tout au long du semestre. Les étudiants sont également encouragés à participer en classe (CM and TD).

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	TC	
Title			DDRSE	
Investment and Financing Decisions			< 20%	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Sandrine JACOB-LEAL	S3	2	15 h	ENG
Course description and Teaching Methods				
<p>This course focuses on financial (mainly investment and financing) decisions made by managers of any company. It aims at presenting the main theoretical concepts and tools which are useful to understand why and how financial (mainly investment and financing) decisions are made within companies.</p> <p>Teaching consists in:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Lectures (CM) wherein the main concepts are presented, explained and discussed 2) Interactive sessions (TD) where students have the opportunity to apply the concepts and techniques learned 3) Personal learning through chapter reading of the relevant textbook chapters (see References below) and individual work on MyFinanceLab 				
Content				
<p>The course covers the following topics :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Investment decisions <ul style="list-style-type: none"> - Assess each investment project - main criteria/rules available to make investment decisions 2) Cost and Capital structure <ul style="list-style-type: none"> - Assess the cost of the main sources of finance - Leverage effect and optimal capital structure 3) Financing decisions <ul style="list-style-type: none"> Main sources of finance 				
Learning objectives				
<p>By the end of this course, students are expected to have developed the skills and the knowledge which should enable them:</p> <ol style="list-style-type: none"> 5) To understand how and why financial decisions are made within a company 6) To understand the main methods, tools and instruments used by financial managers 7) To identify and select the relevant methods in order to make the appropriate decisions 8) To make sound financial (investment and financing) decisions, through thorough analysis, and to be able to justify it 				
Référence				
<p>J. Berk et P. DEMARZO (2014); « Corporate Finance » EBook + My Finance Lab, Pearson 3rd Edition.</p>				
Prerequisite		Expected Profile and Selection Process		
Principles of financial analysis (ICN1 or adjustment courses)				

Course Sequence and Homework Description

❖ Introduction

HW1 Reading Ch. 2.4 and Ch. 4.1-4.2
CM1 Overview/Introduction

❖ Investment decisions

HW2 Reading Ch. 4.3-4.5, Ch. 5 and Ch. 7
CM2 Investment decisions (1/2)

HW3 Reading Ch. 22
CM3 Investment decisions (2/2)

HW4 Individual work on MyFinanceLab (TD1 – Investment decisions)
TD1 Investment decisions

❖ Cost and structure of capital

HW5 Reading Ch. 9.1-9.2, Ch. 12, Ch. 15.1 and Ch. 18
CM4 Cost of capital

HW6 Reading Ch. 14, Ch. 15.2, 15.5, Ch. 16.1-16.4 and 16.8
CM5 Structure of capital

HW7 Individual work on MyFinanceLab (TD2 – Cost and structure of capital)
TD2 Cost and structure of capital

❖ Financing decisions

HW8 Reading Ch. 23
CM6 Financing decisions (1/2)

HW9 Reading Ch. 6 and Ch. 24
CM7 Financing decisions (2/2)

HW10 Individual work on MyFinanceLab (TD3 – Financing decisions)
TD3 Financing decisions

Assessment Methods

Inclass Assessment: 30% Duration : Individual work done on MyFinanceLab before each interactive session

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 70% Duration : 1h30

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Continuous assessment will be made through individual work on MyFinanceLab (e-platform). Students are also expected to participate in class (CM and TD).

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	TC	
Title			% DDRSE	
Comptabilité de gestion			< 20%	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Edina EBERHARDT-TOTH	S3	2	15 h	FRA
Course description and Teaching Methods				
<p>Ce module enseigne, essentiellement au travers de cas, différentes méthodes d'analyse des coûts et de la rentabilité pour pouvoir aider les managers à prendre des décisions opérationnelles et stratégiques.</p>				
Content				
<p>Le contenu du module est le suivant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Introduction à la comptabilité de gestion : coûts variables/fixes, indirects/directs, méthodes de valorisation des stocks. - Méthodes traditionnelles d'analyse des coûts : méthode des centres d'analyse, méthode ABC. - Méthodes d'aide au pilotage de l'entreprise relatives à l'impact financier de prise de décisions. 				
Learning objectives				
<p>Différentes études de cas vues en classe permettent d'atteindre chaque objectif d'apprentissage (LO) suivant:</p> <p>LO 1.1 : Calculer la rentabilité d'une entreprise avec différentes méthodes d'analyse.</p> <p>LO 1.2 : Formuler des préconisations sur le maintien ou non d'un produit au catalogue de l'entreprise.</p> <p>LO 2.1 : Commenter les décisions de production quant à leur impact sur les autres fonctions de l'entreprise.</p>				
Référence				
<p>T. Jacquot et R. Milkoff, sous la direction de J. Caby, Comptabilité de gestion – Analyse et maîtrise des coûts – Avec un cas d'entreprise, Pearson, 2e édition, 03/2011, 336 pages.</p>				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			
Aucun				

Course Sequence and Homework Description

Le cours est constitué de 10 séances avec une alternance de cours en demi-promotion et en quart de promotion. Les étudiants seront informés à chaque séance du travail à faire pour la séance suivante.

Assessment Methods

Inclass Assessment: 0 % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 100 % Duration : 1,5 hours

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Le seul examen prévu est un QCM dans la semaine des examens après la fin des cours. Le QCM portera sur des questions de cours et des exercices du type vus en classe. Aucun document ne sera autorisé durant l'examen et des calculatrices ICN seront fournies.

Programme		Year	Route		
ICN Grande Ecole		2A	TC		
Title			% DDRSE		
Cost Accounting			< 20%		
Leader	Period	Credits	Volume	Language	
Edina EBERHARDT-TOTH	S3	2	15 h	ENG	
Course description and Teaching Methods					
<p>Mainly case studies are used in this course to teach the use of different cost analysis methods for operational and strategic decision-making by managers.</p>					
Content					
<p>The content of the course is the following :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Introduction to cost accounting: variable/fixed costs, direct/indirect costs, stock valuation methods. - Traditional cost analyses methods: overhead allocation in departments, ABC cost analysis method. - Cost accounting methods to help company management related to financial impact of decision-making. 					
Learning objectives					
<p>Different case studies seen in class, allow to attend each following learning objective (LO):</p> <p>LO 1.1 : Calculate the profitability of a company with different cost accounting methods.</p> <p>LO 1.2 : Make recommendations on whether or not to keep a product in the catalogue of a company.</p> <p>LO 2.1 : Comment on the impact on other functions of company production decisions.</p>					
Référence					
<p>Cost Accounting, 15/E, C.T. Horngren, S.M. Datar, M.V. Rajan, Pearson Education, 2015</p>					
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process				
None					

Course Sequence and Homework Description

The course is composed of 10 sessions.

50% of the sessions is with half of the students present at once and the other 50% is with a quarter of the students present at once, alternating at each session.

At each session will be given information on work to do for the following session.

Assessment Methods

Inclass Assessment: 0 % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 100 % Duration : 1,5 hours

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

The only exam is a MCQ during the week of exams after the classes. The MCQ will contain questions on the course and exercises. No documents will be allowed during the exam, ICN calculators will be provided.

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	TC	
Title			% DDRSE	
Compétences Professionnelles			-	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Jean-Pierre KVOT	S3	1 ECTS	10 h	FRA
Course description and Teaching Methods				
<p>Le cours se fonde sur un « code de conduite » qui s'appuie sur 3 piliers fondamentaux pour l'entreprise : conformité, déontologie et culture.</p> <p>L'étudiant est amené à prendre conscience de l'importance du Savoir-Etre dans la réussite de son intégration professionnelle.</p> <p>Il est mis en situation d'intégrer les systèmes de valeurs qui codifient les comportements attendus en entreprise.</p> <p>Le cours est participatif : exposés interactifs ; témoignages d'acteurs de l'Entreprise : cadres dirigeants, DRH ; exercices ; mises en situation, confrontations ...</p>				
Content				
<ul style="list-style-type: none"> - Qu'est-ce que la culture d'entreprise ? Comprendre les 3 piliers : conformité, déontologie, culture. - La notion de Savoir-Etre : les compétences comportementales. - Les attentes de l'entreprise par rapport au stagiaire. - Les attentes de l'Ecole par rapport au stagiaire. - Les attentes de l'étudiant par rapport aux stages - Les codes de conduite : 6 domaines (voir définition ci-dessous) 				
Learning objectives				
<ul style="list-style-type: none"> - Prendre conscience que les relations professionnelles obéissent à des codes fondés sur des valeurs propres à chaque entreprise et dont le respect est une garantie d'intégration et créateur de performance. - Acquérir les compétences comportementales favorables à une insertion réussie dans l'entreprise. - Intégrer les codes de conduite dans 6 domaines de savoir-être. 				
Référence				
<ul style="list-style-type: none"> - Comportements humains et Management : 4^e édition. PEARSON. 2013 - Management de la différence. Apprivoiser l'interculturel. Sylvie LAINE. AFNOR. 2004 - The leader's guide to managing people. Mike BRENT & Fiona ELSA DENT. FT Publishing- Financial Time. 2014 - Découvrez vos points forts. M. BUCKINGHAM & D. CLIFTON. PEARSON. 2008 - Culture and Organizations Software of the mind - Geert Hofstede, Gert Jan Hofstede, Michael Minkov. 2010 				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			

Course Sequence and Homework Description

Préalables :

- L'étudiant doit venir en cours dans la tenue avec laquelle il irait travailler le 1^{er} jour de stage. Il choisit l'entreprise et adapte sa tenue à celle-ci.
- Il devra apporter une photo en pied de lui-même dans cette tenue le premier jour de la formation.
- L'étudiant prépare un dossier contenant : l'annonce du poste ou le libellé du stage qu'il va faire, les documents qu'il a pu recueillir sur l'entreprise, la liste des « talents » qu'il pense posséder pour occuper ce poste ou faire ce stage, ses attentes « profondes » par rapport à ce stage (qu'est-ce que je veux apprendre techniquement et professionnellement ainsi que sur moi ?).

Les CM : 5 h

- Exposé des aspects théoriques : la culture d'entreprise, les codes de conduites, le savoir-être, les compétences comportementales
- Courts exercices de prise de conscience
- Apports et échanges avec des « grands témoins » (cadres dirigeants, DRH) sur leurs attentes/ stagiaires et les 6 domaines suivants :
 - La culture de l'entreprise : comprendre le contexte de travail
 - Poser des questions, exprimer ses inquiétudes et obtenir des conseils : s'intégrer et évoluer dans l'entreprise.
 - Faire preuve de respect envers autrui.
 - Utiliser correctement les ressources et les idées : se donner les moyens d'être efficace et faire évoluer ses compétences techniques.
 - Intégrité personnelle et professionnelle.
 - Responsabilité sociale de l'entreprise.

Les TD : 5 h

- Entraînement aux codes de conduite : en sous-groupes, les étudiants sont interrogés sur les réactions à avoir et les conduites à tenir dans des situations professionnelles se référant aux 6 domaines. Les situations sont issues, en partie, d'expériences vécues en stage (positives et négatives) recensées par le Service Carrières et Stages. Les réponses sont discutées et les solutions sont apportées.

Assessment Methods

Inclass Assessment: %

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

La participation est appréciée par une présence de 100 %.

Programme		Year	Route		
ICN Grande Ecole		2A	TC		
Title			% DDRSE		
Professional skills			-		
Leader	Period	Credits	Volume	Language	
Jean-Pierre KVOT	S3	1	10 h	ENG	
Course description and Teaching Methods					
<p>This course will take an in-depth look at the three fundamental elements that make up a “code of conduct”: compliance, ethics and culture. This is a highly interactive class designed to increase awareness of the importance of social skills as part of a successful integration in a company. Members of company HR divisions will come to explain how they expect interns to behave. During each session we will engage in a range of interactive activities which will include readings, presentations, tutorial inputs and small/plenary group discussions. From this we will develop an applicable code of conduct for the students to use during their own internships.</p>					
Content					
<ul style="list-style-type: none"> - Defining corporate culture and its three principles: compliance, ethics and culture - Critical social skills and behaviors - Expectations of the various players: company/intern, school/intern, intern/internship. - The 6 key areas of a code of conduct (see below). 					
Learning objectives					
<p>Understanding that relationships in a corporate environment adhere to principles that pertain to a specific company's values and that respecting them will ensure success within the company.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mastering the social skills that enable successful integration within a company. - Incorporating the 6 key areas of a code of conduct into a company environment. 					
Référence					
<ul style="list-style-type: none"> - Comportements humains et Management : 4e édition. PEARSON. 2013 - Management de la différence. Apprivoiser l'interculturel. Sylvie LAINE. AFNOR. 2004 - The leader's guide to managing people. Mike BRENT & Fiona ELSA DENT. FT Publishing- Financial Time. 2014 - Découvrez vos points forts. M. BUCKINGHAM & D.CLIFTON. PEARSON. 2008 - Culture and Organizations Software of the mind - Geert Hofsted, Gert Jan Hofstede, Michael Minkov. 2010 					
Prerequisite		Expected Profile and Selection Process			

Course Sequence and Homework Description

Pre-requisites:

- Students must have prepared an application packet containing the following: the job advert for an internship you wish to apply to, all the documentation and other information researched on the company/position, a list of skills the student has that matches the company’s requirements (with concrete examples), a detailed description of what the student expects to gain professionally and personally from his/her internship.
- The student must come to class dressed in the same attire that he/she would wear for the first day of the internship. A full body shot “selfie” in this outfit needs to be taken before class.

Lecture course (5 hours):

- Theoretical presentation: corporate culture, codes of conduct, social skills and behaviors.
- Awareness exercises.
- Professional testimony and discussion with HR managers on company expectations pertaining to the 6 key areas of the code of conduct:
 - Corporate culture: putting things into context in a professional environment.
 - Asking questions, raising concerns and getting guidance: involving and evolving in a company.
 - Respect for others.
 - Proper use of assets and ideas: finding ways to be more effective and to develop professional skills.
 - Personal and professional integrity.
 - Corporate social responsibility.

Lab sessions (5 hours):

- Code of conduct training: In small groups, students will explore behaviors in various professional situations in regards to the 6 key areas of the code of conduct mentioned above. These positive and negative situations are from past internships with this school.
- Multiple choice test on the code of conduct.

Assessment Methods

Inclass Assessment: %

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 100% **Duration :**

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

100% attendance is required of this course.

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		IPM 2	TC	
Title			% DDRSE	
Communication Professionnelle			-	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Malika KACED	S3-S4	1	15	FRA

Course description and Teaching Methods	
<ul style="list-style-type: none"> • L'accent sera surtout mis sur la communication orale au moyen de présentations orales.(travaux de groupe, individuels) Les étudiants seront encouragés à participer activement à des jeux et des simulations en langue française. • Le travail écrit consistera à la rédaction de compte rendus, résumés, commentaires en langue française afin de permettre aux étudiants internationaux d'améliorer leurs compétences à l'écrit.. 	
Content	
<ul style="list-style-type: none"> • Présentation en langue française d'une personne, d'une entreprise, d'un produit ou d'un service. • Correspondance commerciale. • Culture d'entreprise. • Culture française générale. • Actualités. • Mises au point syntaxiques et lexicales liées à la communication en entreprise. 	
Learning objectives	
<ul style="list-style-type: none"> • Sensibiliser les étudiants étrangers aux divers aspects de la communication professionnelle dans un univers francophone. • Les étudiants devront à terme être à même d'évoluer avec aisance dans une entreprise française et de faire preuve de leurs compétences dans les techniques de communication liées à une activité commerciale. 	
Référence	
<p>Les documents seront fournis par l'enseignant. Un dictionnaire français est souhaité (Larousse Illustré).</p>	
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process

Course Sequence and Homework Description

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50 % Duration : 3 hours

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50 % Duration : 1h30

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Programme		Year	Route		
ICN Grande Ecole		IPM 2	TC		
Title				% DDRSE	
Société et culture française contemporaine				20 – 40%	
Leader	Period	Credits	Volume	Language	
Malika KACED	S3-S4	1	15	FRA	

Course description and Teaching Methods

Ce cours balaye les grands faits de société qui sont matière à débat aujourd'hui. Il explore entre autres la société française à travers le prisme de ses médias des années 60 à aujourd'hui. (les médias comme reflet de la société française, comme outil de compréhension de celle-ci).

Il offre aussi une ouverture sur le cinéma français, la littérature française contemporaine... Enfin, il explore la culture française à travers l'analyse de thèmes emblématiques de celle-ci.

Content

Analyse de thèmes, problèmes et préoccupations de la société française d'aujourd'hui (polychronisme, Art de Vivre, l'Exception Française, la francophonie dans le monde, la place de la France dans l'Europe, les banlieues etc..).

Analyse des médias français (interactions entre la société et ses medias.).

Découverte de quelques cinéastes français et de leur univers cinématographique. Découverte d'un mouvement cinématographique : La Nouvelle Vague. (Truffaut, Chabrol...).

Découverte de quelques écrivains français.

Learning objectives

- Objectifs culturels : sensibiliser les étudiants internationaux à divers aspects emblématiques de la société et la française d'aujourd'hui et de la culture française des années 60 à aujourd'hui. Leur permettre de comprendre la complexité de la culture française et de favoriser ainsi sa lecture.

- Objectifs langagiers : permettre aux étudiants de développer leurs compétences linguistiques de productions orale et écrite. Leur permettre d'acquérir des stratégies d'exposition de faits, d'idées et débats.

Référence

MONNERIE Anne, La France aux cent visages. Paris Hatier/Didier 1996.

STANGER, Ted, Sacrés Français! Un Américain vous regarde, Michalon, 2003.

TINARD Yves, l'Exception Française ! Pourquoi pas ? Maxima. Laurent Dumesnil Editeur. 2003.

WYLIE Laurence et Jean-François BRIERE. Les Français. Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice Hall. 2001

Prerequisite

Expected Profile and Selection Process

Course Sequence and Homework Description

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50 %

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50 % Duration : 1h30

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Cours du tronc commun / Core Curriculum
Semestre 2 / Semester 2

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	TC	
Title			% DDRSE	
Analyse Stratégique			-	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Theo STENGELHOFEN	S4	2	15 h	FRA
Course description and Teaching Methods				
<p>Les étudiants se familiarisent avec les outils et méthodes d'analyse stratégique. En parallèle de la connaissance et maîtrise opérationnelle des notions et concepts, l'accent est mis sur une logique de consolidation : la capacité à analyser et résumer un discours cohérent incluant le recul critique nécessaire.</p>				
Content				
<p>Chaque organisation a besoin d'objectifs clairs pour aujourd'hui et le futur. Ces pistes de développement peuvent être apparues par hasard, mais c'est le rôle du management des organisations d'identifier les objectifs de celles-ci, et de développer les plans d'action afin d'atteindre ce but.</p> <p>La difficulté réside dans le fait que l'objectif et les plans d'action résultant doivent être établis dans l'environnement de l'entreprise, à savoir en prenant en compte l'influence des facteurs environnementaux sur les stratégies efficaces. Celles-ci déterminent à leur tour les opérations commerciales. L'objectif principal du cours est de savoir reconnaître et comprendre ces dépendances en identifiant également la marge de manœuvre de l'organisation.</p>				
Learning objectives				
<p>A la fin du cours, les participants doivent donc être capables de comprendre, analyser et évaluer :</p> <ul style="list-style-type: none"> a) l'environnement général d'une entreprise b) l'environnement industriel et concurrentiel d'une entreprise, c) les capacités et ressources d'une entreprise d) les possibilités d'une entreprise en termes de développement et/ou de changement <p>En se basant sur ces analyses, les participants doivent également être capables de développer des options stratégiques pour des entreprises nationales et/ou internationales, et peuvent également évaluer les stratégies existantes.</p>				
Référence				
<p>Johnson, G.; Whittington, R, Scholes, K, Frey, F.: Stratégique, Harlow: Pearson, 9e edition 2011 Ppour les aspects internationaux: Prime, N. ; Usunier, J.-C. : Marketing international : Marchés, cultures, et organisations, Harlow: Pearson 2012</p>				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			
-	-			

Course Sequence and Homework Description

En plus de l'examen final, les étudiants doivent travailler en groupe sur une étude de cas. Dans la première partie du cas, les étudiants analysent un environnement concurrentiel et industriel, et dans la seconde partie ils analysent les capacités et ressources d'une entreprise. Le papier ne doit donc pas être descriptif, mais être évaluatif/analytique.

Session 1:	Introduction à la Stratégie <i>Johnson/ Whittington/ Scholes/ Frey, Chap. 1</i>
Session 2:	Le Macroenvironnement <i>Johnson/ Whittington/ Scholes/ Frey, Chap. 2</i>
Session 3:	Les Concurrents et les Marchés <i>Johnson/ Whittington/ Scholes/ Frey, Chap. 2</i>
Session 4:	La Capacité Stratégique <i>Johnson/ Whittington/ Scholes/ Frey, Chap. 3</i> Distribution du CAS (Groupes def 5/6 étudiants)
Session 5:	L'Intention Stratégique <i>Johnson/ Whittington/ Scholes/ Frey, Chap. 4</i>
Session 6:	Les Stratégies par Domaine d'Activité <i>Johnson/ Whittington/ Scholes/ Frey, Chap. 6</i>
Session 7:	La Diversification et la Gestion d'un Portefeuille d' Activités <i>Johnson/ Whittington/ Scholes/ Frey, Chap. 7+8+10</i>
Session 8:	L'Evaluating des Stratégies <i>Johnson/ Whittington/ Scholes/ Frey, Chap. 11+12</i>
Session 9:	Gérer Le Changement Stratégique <i>Johnson/ Whittington/ Scholes/ Frey, Chap. 14</i>
Session 10:	Discussion du CAS Conclusion <i>Johnson/ Whittington/ Scholes/ Frey, Chap. 15</i>

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50 % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50 % Duration : 1h30

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

En plus de l'examen final, les étudiants doivent travailler en groupe sur une étude de cas. Dans la première partie du cas, les étudiants analysent un environnement concurrentiel et industriel, et dans la seconde partie ils analysent les capacités et ressources d'une entreprise. Le papier ne doit donc pas être descriptif, mais être évaluatif/ analytique.

Programme		Year	Route		
ICN Grande Ecole		2A	TC		
Title				% DDRSE	
Strategic Analysis				-	
Leader	Period	Credits	Volume	Language	
Theo STENGELHOFEN	S4	2	15 h	ENG	
Course description and Teaching Methods					
<p>The students become familiar with the tools and methods of strategic analysis. In parallel to the knowledge and operational mastery of the notions and concepts, emphasis is placed on consolidating logic: the capacity to analyze and summarize a coherent discourse including the necessary critical distance.</p>					
Content					
<p>Every organisation needs a basic direction for today and the future. These directions might have come in by chance, but it is the task of the organisations management to identify the purpose of the organisation and to develop the plans and actions to achieve that purpose.</p> <p>The difficulty is that the purpose and the resulting plans and actions have to be made within the company's environment, i.e. environmental factors influence effective and efficient strategies and structures, and these shape the business operations. The main goal of the course is the recognition and the understanding of these dependencies by also identifying the organisation's room to manoeuvre.</p>					
Learning objectives					
<p>At the end of the course participants should therefore be able to understand, analyse and evaluate:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) a company's general business environment b) a company's industrial and competitive environment, c) a company's objectives and governance structure, d) a company's capabilities and resources, and e) a company's options for development and/ or change. <p>Based on these aspects, participants should also have gained the abilities to develop strategic options for domestic and/ or international businesses, as well as to evaluate existing strategies.</p>					
Référence					
<p>Johnson, G.; Scholes, K.; Whittington, R: Exploring Corporate Strategy, Harlow: Pearson, 10th edition 2014 For international aspects see: Hill, C. W. L.: International Business, Competing in the Global Marketplace, 9th edition, Boston et al.: McGraw Hill 2012</p>					
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process				
-	-				

Course Sequence and Homework Description

In addition to the final exam student have to work in group on a case study. In the first part of the case students analyse a competitive and industrial environment, in the second part they analyse the capabilities and resources of a business. The paper should therefore not be descriptive but need to be evaluative/ analytical.

Session 1:	Introduction: Corporate Strategy <i>Johnson/ Scholes/ Whittington, Chap. 1+4</i>
Session 2:	Analysis of General Environment <i>Johnson/ Scholes/ Whittington, Chap. 2</i> <i>Hill, Chap. 2, 3+8</i>
Session 3:	Analysis of Industry (Task) Environment <i>Johnson/ Scholes/ Whittington, Chap. 2</i> <i>Hill, Chapters 5+7</i>
Session 4:	Internal Diagnostic (Value Chain) <i>Johnson/ Scholes/ Whittington, Chap. 3</i>
Session 5:	Internal Diagnostic (Capabilities and Resources) <i>Johnson/ Scholes/ Whittington, Chap. 3</i>
Session 6:	Business Strategies <i>Johnson/ Scholes/ Whittington, Chap. 6</i>
Session 7:	Corporate Strategies (Diversification/ Integration/ Internationalisation) <i>Johnson/ Scholes/ Whittington, Chap. 7+8+10</i> <i>Hill, Chap. 12+14</i>
Session 8:	Developing and Evaluating Strategies <i>Johnson/ Scholes/ Whittington, Chap. 3+11</i>
Session 9:	Managing Strategic Change <i>Johnson/ Scholes/ Whittington, Chap. 14</i>
Session 10:	Discussion of CASE Summary/ Conclusion <i>Johnson/ Scholes/ Whittington, Chap. 15</i>

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50 % Duration :

Written
 MCQ
 Oral
 Report
 Participation

Final Exam : 50 % Duration : 1h30

Written
 MCQ
 Oral
 Report
 Participation

Additional information:

Programme		Year	Route		
ICN Grande Ecole		2A	TC		
Title			% DDRSE		
Risques et évaluation de l'entreprise			< 20%		
Leader	Period	Credits	Volume	Language	
Sandrine JACOB LEAL	S4	2	15 h	FRA	
Course description and Teaching Methods					
<p>Ce module traite de la gestion des risques financiers et de l'évaluation des entreprises. L'objectif est double. Tout d'abord, il s'agit de comprendre comment évaluer les risques financiers (de taux d'intérêt et de change) auxquels les entreprises sont régulièrement exposées et d'identifier les méthodes et outils utilisés par les dirigeants pour se couvrir contre ces risques. Ensuite, ce module vise à comprendre comment évaluer une entreprise et quelles sont les méthodes disponibles.</p> <p>L'enseignement est organisé en alternant :</p> <ul style="list-style-type: none"> 4) Des séances de cours magistraux (CM) - présentation des concepts et des principales méthodes utilisées 5) Des séances de travaux dirigés (TD) - application des concepts et des outils 1) Un apprentissage personnel fondé sur la lecture du manuel de référence (voir détail ci-dessous) et l'utilisation de la plateforme en ligne associée (MyFinanceLab) 					
Content					
<p>Le cours s'articule autour des thèmes suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> 1) Gestion des risques financiers Présentation des différentes stratégies utilisées par les entreprises pour gérer les risques auxquels elles sont exposées, notamment risque de taux d'intérêt et risque de change. 2) L'évaluation de l'entreprise Présentation des outils disponibles pour évaluer une entreprise 					
Learning objectives					
<p>A l'issue de ce cours, les étudiants seront en mesure :</p> <ul style="list-style-type: none"> 9) de comprendre les raisons de la couverture du risque et la manière dont les dirigeants se couvrent et gèrent les risques financiers 10) de comprendre les principales raisons et méthodes de l'évaluation des entreprises 11) d'identifier et de sélectionner les méthodes et les outils pertinents pour comprendre une décision financière 12) de prendre des décisions financières après une analyse scrupuleuse de ses conséquences et d'être capable de les justifier 					
Référence					
Berk J. and DeMarzo P. (2014), Corporate Finance (E-Book) + MyFinanceLab, Pearson 3 rd Edition					
Prerequisite		Expected Profile and Selection Process			
<p>Notion d'analyse financière (cours ICN1 ou ajustement)</p> <p>Bonnes connaissances en matière de choix d'investissement et de financement (ICN2 1^{er} semestre)</p>					

Course Sequence and Homework Description

❖ Introduction

CM1 Introduction

❖ Risk management

TE1 Lecture Ch. 30.4 et Ch.6 Appendix (p.201-203)

CM2 Gestion du risque de taux d'intérêt

TE2 Travail personnel sur MyFinanceLab préparatoire au TD1 – Gestion du risque de taux d'intérêt

TD1 Gestion du risque de taux d'intérêt

TE3 Lecture Ch. 30.3 et Ch. 31.5

CM3 Gestion du risque de change

TE4 Travail personnel sur MyFinanceLab préparatoire au TD2 – Gestion du risque de change

TD2 Gestion du risque de change

❖ L'évaluation de l'entreprise

TE5 Lecture Ch. 9.4

CM4 Evaluation de l'entreprise (1/2)

TE6 Lecture Ch. 9.3 et 9.5

CM5 Evaluation de l'entreprise (2/2)

TE7 Travail personnel sur MyFinanceLab préparatoire au TD3 – Evaluation de l'entreprise

TD3 Evaluation de l'entreprise

❖ Etude de cas

TE8 Travail préparatoire CM6 Lecture Etude de cas #1

CM6 Q&R Etude de cas #1

TE9 Travail préparatoire au TD4 Lecture Etude de cas #2 et Travail personnel sur MyFinanceLab préparatoire au TD4

TD4 Q&R Etude de cas #2

Assessment Methods

Inclass Assessment: 30% Duration : Travail personnel sur MyFinanceLab préparatoire aux TD

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 70% Duration : 1h30

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Le contrôle continu sera réalisé au travers de l'évaluation du travail qui sera fait par l'étudiant sur MyFinanceLab tout au long du semestre. Les étudiants sont également encouragés à participer en classe (CM and TD).

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	TC	
Title			% DDRSE	
Risk and Company valuation			< 20%	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Sandrine JACOB LEAL	S4	2	15 h	ENG
Course description and Teaching Methods				
<p>This course focuses on Risk management and Company valuation. Its aim is twofold. First, it aims at understanding how financial managers assess financial risk (mainly interest rate and exchange rate risk) which any company faces and what are the methods available to hedge against these risks. Second, it aims at understanding how financial managers value a company's business.</p> <p>Teaching consists in:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lectures (CM) wherein the main concepts are presented, explained and discussed 2. Interactive sessions (TD) where students have the opportunity to apply the concepts and techniques learned 3. Personal learning through chapter reading of the relevant textbook chapters (see References below) and individual work on MyFinanceLab 				
Content				
<p>The course covers the following topics :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Financial risk management Study of the main techniques employed to hedge against financial risks (interest rate and exchange rate) 2. Company valuation Study of the main tools used to value companies 				
Learning objectives				
<p>By the end of this course, students are expected to have developed the skills and the knowledge which should enable them:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) To understand why and how financial managers hedge against financial risks 2) To understand why and how financial managers value a company's business 3) To identify and to select the relevant techniques in order to make the appropriate decisions 4) To make sound financial decisions, through thorough analysis and to be able to justify it 				
Référence				
Berk J. and DeMarzo P. (2014), Corporate Finance (E-Book) + MyFinanceLab, Pearson 3 rd Edition				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			
Principles of financial analysis (ICN1 or adjustment courses) Sound knowledge in Investment and financing decisions (ICN2 1 st semester)				

Course Sequence and Homework Description

❖ Introduction

CM1 Overview/Introduction

❖ Risk management

HW1 Reading Ch. 30.4 and Ch. 6 Appendix (p.201-203)

CM2 Interest rate risk management

HW2 Individual work on MyFinanceLab (TD1 – Interest rate risk management)

TD1 Interest rate risk management

HW3 Reading Ch. 30.3 and Ch. 31.5

CM3 Exchange rate risk management

HW4 Individual work on MyFinanceLab (TD2 – Exchange rate risk management)

TD2 Exchange rate risk management

❖ Company valuation

HW5 Reading Ch. 9.4

CM4 Company valuation (1/2)

HW6 Reading Ch. 9.3 and 9.5

CM5 Company valuation (2/2)

HW7 Individual work on MyFinanceLab (TD3 – Company valuation)

TD3 Company valuation

❖ Case study

HW8 Reading case study #1

CM6 Q&A Case study #1

HW9 Reading case study #2 Ch.19 and Individual work on MyFinanceLab (TD4 – Case study)

TD4 Q&A Case study #2

Assessment Methods

Inclass Assessment: 30% Duration : Individual work done on MyFinanceLab before each interactive session

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 70% Duration : 1h30

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Continuous assessment will be made through individual work on MyFinanceLab (e-platform). Students are also expected to participate in class (CM and TD).

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	TC	
Title			% DDRSE	
Marketing industriel et des services			< 20%	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Matthew HAWKINS	S4	2	15 h	ENG
Course description and Teaching Methods				
<p>Building on business-to-business (B to B) marketing, this course presents the characteristics of the selling of products and services to industrial clients, including their buying process.</p> <p>The course also addresses services marketing as well as the main characteristics of services versus that of products. The course will explore the topics of service standardization, communication of services, determinants of the perceived quality of services and customer satisfaction.</p> <p>The course is organized to improve the students' understanding of the mechanisms and issues associated with industrial and service marketing. Exchange and interactivity are fully encouraged by the professor. The learners will carry out case studies in teams and they will present their work to the class for debate. Participatory and critical attitude will be strongly encouraged</p>				
Content				
<ul style="list-style-type: none"> Industrial Marketing / B to B Markets <ul style="list-style-type: none"> • Characteristics of industrial environment • Main stages of the purchasing process • Customer relationship management in B to B context • 4 Ps within industrial marketing Marketing Services <ul style="list-style-type: none"> • Services characteristics and specificities • Managing the drivers of service quality • Service standardization • Communication of services • Determinants of the perceived service quality and customer satisfaction 				
Learning objectives				
<p>Understanding</p> <ul style="list-style-type: none"> • service marketing principles and problems related to the provision of service offers. • The main determinants of service quality and customer satisfaction. • the organizational dimensions of Service Marketing. • industrial marketing specificities, including the characteristics of supply and procurement processes, main purchasing criteria and segmentation methods. • the industrial marketing mix: product, price, communication and distribution. 				
References				
<p>Required Reading :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marketing Management - Chapters 7 & 14 (MyMarketingLab) <p>Supplemental reading:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Industrial Marketing Strategy – Chapters 1 & 2 (ScholarVox) 				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			
Student must to have followed the module ICN2 "Marketing Strategy"	Compulsory core curriculum			

Course Sequence and Homework Description

Topics to be discussed include :

What is industrial marketing? / What is B to B marketing?

- Analyzing the industrial marketing environment

Develop and drive a relevant and effective marketing strategy in an industrial market context

- The specificities of the buying situation
- Relationship management with the B to B context

Diversity of Stakeholders

- 4 Ps of industrial marketing
- The specificities of the marketing mix within B to B

Service Marketing

- Service characteristics & specificities
- Service standardization
- Service communication

SERVQUAL

- Discuss SERVQUAL and perceived service quality
- Perceived service customer satisfaction

Assessment Methods

Inclass Assessment: 30 %

Written MCQ Oral Report Participation

Duration :

Final Exam : 70 % Duration : hours

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

The professor will post case studies on MyICN. The professor reserves the right to replace a case study with the creation of a short video related to a topic discussed in class.

Programme	Year	Route		
ICN Grande Ecole	2A	TC		
Title				% DDRSE
Industrial and Services Marketing				<20 %
Leader		Credits	Volume	Language
Matthew HAWKINS		2	15h	ENG

Course description and Teaching Methods	
<p>Building on business-to-business (B to B) marketing, this course presents the characteristics of the selling of products and services to industrial clients, including their buying process.</p> <p>The course also addresses services marketing as well as the main characteristics of services versus that of products. The course will explore the topics of service standardization, communication of services, determinants of the perceived quality of services and customer satisfaction.</p> <p>The course is organized to improve the students' understanding of the mechanisms and issues associated with industrial and service marketing. Exchange and interactivity are fully encouraged by the professor. The learners will carry out case studies in teams and they will present their work to the class for debate. Participatory and critical attitude will be strongly encouraged</p>	
Content	
<p>Industrial Marketing / B to B Markets</p> <ul style="list-style-type: none"> • Characteristics of industrial environment • Main stages of the purchasing process • Customer relationship management in B to B context • 4 Ps within industrial marketing <p>Marketing Services</p> <ul style="list-style-type: none"> • Services characteristics and specificities • Managing the drivers of service quality • Service standardization • Communication of services • Determinants of the perceived service quality and customer satisfaction 	
Learning objectives	
<p>Understanding</p> <ul style="list-style-type: none"> • service marketing principles and problems related to the provision of service offers. • The main determinants of service quality and customer satisfaction. • the organizational dimensions of Service Marketing. • industrial marketing specificities, including the characteristics of supply and procurement processes, main purchasing criteria and segmentation methods. • the industrial marketing mix: product, price, communication and distribution. 	
References	
<p>Required Reading :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marketing Management - Chapters 7 & 14 (MyMarketingLab) <p>Supplemental reading:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Industrial Marketing Strategy – Chapters 1 & 2 (ScholarVox) 	
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process
Student must to have followed the module ICN2 "Marketing Strategy"	Compulsory core curriculum

Course Sequence and Homework Description

Topics to be discussed include :

What is industrial marketing? / What is B to B marketing?

- Analyzing the industrial marketing environment

Develop and drive a relevant and effective marketing strategy in an industrial market context

- The specificities of the buying situation
- Relationship management with the B to B context

Diversity of Stakeholders

- 4 Ps of industrial marketing
- The specificities of the marketing mix within B to B

Service Marketing

- Service characteristics & specificities
- Service standardization
- Service communication

SERVQUAL

- Discuss SERVQUAL and perceived service quality
- Perceived service customer satisfaction

Assessment Methods

Inclass Assessment: 30 % Duration : hours

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 70 % Duration : hours

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

The professor will post case studies on MyICN. The professor reserves the right to replace a case study with the creation of a short video related to a topic discussed in class.

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	TC	
Title			%DDRSE	
Management interculturel			De 20 à 40 %	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Bertrand AGOSTINI - Valery KRYLOV	S4	1 ECTS	10h	FRA
Course description and Teaching Methods				
<p>Le but de ce module est de familiariser les étudiants au processus consistant à appliquer la communication interculturelle aux contextes de management international. Les défis de la gestion des ressources humaines en milieu international tels que le travail effectif en équipes multiculturelles et les missions internationales revêtent une importance particulière pour les futurs managers.</p>				
Content				
<p>1) Processus d'internationalisation de l'entreprise 2) Travailler efficacement dans une équipe multiculturelle 3) Missions internationales</p>				
Learning objectives				
<p>Use critical thinking in order to select the obvious elements of a problem and summarize them critically and argumentatively; Identify disciplinary fields, methods and tools in view of problem solving; Make decisions after a scrupulous analysis of its consequences and provide justification; Decipher the codes of a different cultural environment; Develop critical thinking as related to one's own competences and find appropriate measures to develop them.</p>				
Référence				
<p>Hofstede, G. Cultures and Organisations: Software of the Mind - Intercultural Co-operation and its Importance for Survival, AMED, USA, 1997 Trompenaars, F. Ringing the Waves of Culture: Understanding Cultural Diversity in Global Business, NB Beamer, Linda and Varner, Iris, Intercultural Communication in The Global Workplace, Mcgraw-Hill, 2008.</p>				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			

Course Sequence and Homework Description

- 1) Processus d'internationalisation de l'entreprise (étude de cas, partie 1)
- 2) Travailler efficacement dans une équipe multiculturelle (étude de cas, partie 2)
- 3) Missions internationales (étude de cas, partie 3)

Assessment Methods

Inclass Assessment: % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 100 % Duration : 1 hour

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Questions basées sur le cours

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	TC	
Title			%DDRSE	
Intercultural Management			De 20 à 40%	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Bertrand AGOSTINI – Valery KRYLOV	S4	1 ECTS	10h	ENG
Course description and Teaching Methods				
<p>The purpose of the module is to familiarize students with the process of applying human resource management to international contexts. Human Resource Management challenges in the global workplace are of particular relevance to future managers such as working effectively in multicultural teams and successfully carrying out international assignments.</p>				
Content				
<p>1) Internationalization Process of a Company 2) Working Effectively in Multicultural Teams 3) International Assignments</p>				
Learning objectives				
<p>Use critical thinking in order to select the obvious elements of a problem and summarize them critically and argumentatively; Identify disciplinary fields, methods and tools in view of problem solving; Make decisions after a scrupulous analysis of its consequences and provide justification; Decipher the codes of a different cultural environment; Develop critical thinking as related to one's own competences and find appropriate measures to develop them.</p>				
Référence				
<p>Hofstede, G. Cultures and Organisations: Software of the Mind - Intercultural Co-operation and its Importance for Survival, AMED, USA, 1997 Trompenaars, F. Ringing the Waves of Culture: Understanding Cultural Diversity in Global Business, NB Beamer, Linda and Varner, Iris, Intercultural Communication in The Global Workplace, Mcgraw-Hill, 2008.</p>				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			
None	-			

Course Sequence and Homework Description

- 1) Internationalization Process of a Company (case study part 1)
- 2) Working Effectively in Multicultural Teams (case study part 2)
- 3) International Assignments (case study part 3)

Assessment Methods

Inclass Assessment: % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 100 % Duration : 1 hour

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Key questions based on course material

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	TC	
Title			% DDRSE	
Organizational Design			%	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Nicolas BATTARD	S4	2	15 h	ENG
Course description and Teaching Methods				
<p>Organisational design refers to the choices that are made in order to control collective actions such as the division of labour, authority, coordination, decentralisation, and so on. This module aims to tackle the basic questions of organizational design through a step-by-step approach.</p> <p>This module provides an original pedagogical approach with both face-to-face and e-learning sessions. This blended-learning method allows, first, students to manage their own time for the preparation of the theoretical concepts and the application to a case study and, second, to benefit from enriched discussions during the face-to-face sessions. The same case study is used through the module for the students to have a comprehensive analysis of a case.</p>				
Content				
<p>The module is based on a step-by-step approach (Burton, Obel and DeSanctis, 2011) which provides 5 steps to study organizational design: Step 1: Define the scope of the organization and assess its goals, Step 2: Strategy, Step 3: Structure, Step 4: Process and people, and Step 5: Coordination and control. An addition session is dedicated to organizational change.</p> <p>The analysis is based on the notions of fit and misfits between each element of the five steps. Moreover, it also deals with organizational change as well as whether or not misfits can be changed and how they can be managed.</p>				
Learning objectives				
<p>1.1- to analyze and prioritize the major facets of a management problem, making confident use of all useful tools available.</p> <p>1.2- to design an appropriate and, where possible, creative solution to a given problem.</p> <p>2.1- to make well thought-out and well-argued decisions, fully aware of their impact on the organization and its environment.</p>				
Référence				
<ul style="list-style-type: none"> - Burton, R.M., Obel B. and DeSanctis G. 2011. <i>Organizational Design: A step-by-step approach (2nd ed)</i>. Cambridge University Press - March, J.G. 1991. Exploration and exploitation in organizational learning. <i>Organization Science</i>, 2(1): 71-87. - Mintzberg H. 1983. <i>Structure in Fives: Designing effective organizations</i>. Prentice Hall: Englewood Cliffs, NJ. <p>Additional references are provided in the e-learning modules.</p>				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			
Basics of organization theory	-			

Course Sequence and Homework Description

Teacher : Nicolas Battard

The module is constructed as an equivalent of a 15 hour face-to-face module.

Session 1 : Introduction to the module(1h30)

- Presentation of the module and pedagogical method
- Presentation of the case study
- Reminders of the basics of organizational structure (Based on Mintzberg, 1983)

E-learning

- Reading 1
- Step 1: Define the scope of the organization and assess its goals
- Step 2: Strategy
- Step 3: Structure
- Application of the theoretical concepts to a case study

Session 2: tutorial 1 (1h30)

- Q/A on the theoretical concepts and the mandatory reading
- Presentation from the students of the case study
- Correction of the case study
- General discussion
- Guidelines for the next e-learning sessions

E-learning

- Reading 2
- Step 4: Process and people
- Step 5: Coordination and control
- Design dynamics: managing change
- Application of the theoretical concepts to a case study

Session 3: tutorial 2 (1h30)

- Q/A on the theoretical concepts and the mandatory reading
- Presentation from the students of the case study
- Correction of the case study
- General discussion
- Conclusion

It is essential that the case study and reading must be prepared before each tutorial.

Assessment Methods

Inclass Assessment: % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 100% Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Programme		Year	Route		
ICN Grande Ecole		2A	TC		
Title			% DDRSE		
Design organisationnel			-		
Leader	Period	Credits	Volume	Language	
David DUCHAMP	S4	2	15 h	FRA	
Course description and Teaching Methods					
<p>Ce cours vise à appréhender la problématique structurelle dans une perspective processuelle et systémique. Le design organisationnel désigne globalement les choix structurels effectués en vue de la maîtrise d'une action collective finalisée (notamment choix relatifs à division des tâches, autorité, coordination, décentralisation...).</p> <p>Le cours alterne des séquences théoriques et des applications par le biais de cas, exercices....</p> <p>Une étude de cas – fil rouge sera par ailleurs utilisée tt au long et fera l'objet de l'élaboration d'une note de synthèse par groupes.</p>					
Content					
<p>I) Fondamentaux relatifs au design organisationnel (dont rappels).</p> <p>II) Présentation d'une perspective processuelle et systémique en 4 étapes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conception - Mise en place - Evaluation - Amélioration <p>III) Ouverture sur la problématique de l'organisation ambidextre.</p>					
Learning objectives					
<ul style="list-style-type: none"> - Prendre conscience de l'importance du design organisationnel pour la réussite d'un projet collectif finalisé. - Connaître les théories, méthodes et outils adéquats et quelques auteurs incontournables relatifs au design organisationnel. - Pouvoir appliquer une perspective processuelle et systémique. - Prendre conscience des enjeux relatifs à l'organisation ambidextre 					
Référence					
Prerequisite		Expected Profile and Selection Process			
Néant					

Course Sequence and Homework Description

Intervenants :

M DUCHAMP David (Site de Nancy et Metz en français)

M BATTARD Nicolas (Site de Nancy et Nuremberg en anglais)

Session 1 (3h)

Thématique : Fondamentaux du design organisationnel

- Définitions, problématiques classiques, différents types structurels (rappels)
- La nécessité d'une perspective processuelle et systémique
- Exemples d'applications
- Application spécifique à l'étude de cas fil rouge

Cette session nécessite la consultation de supports transmis au préalable (rappel de cours sur les fondamentaux, l'approche structurelle de H Mintzberg ainsi qu'une étude de cas fil rouge)

Session 2 (3h)

Thématique : Première et deuxième étape du processus : la conception et la mise en place.

- La conception et la mise en place dans une perspective systémique
- Les outils d'aide à la conception et à la mise en place
- Exemples d'applications
- Application spécifique à l'étude de cas fil rouge

Session 3 (3h)

Thématique : Troisième étape du processus : l'évaluation

- Une première analyse via la balance structurelle
- Autres méthodes et outils utiles à l'évaluation
- Exemples d'applications
- Application spécifique à l'étude de cas fil rouge

Session 4 (3h)

Thématique : Quatrième étape du processus : l'amélioration

- Le caractère inévitable de l'amélioration
- Les principales logiques d'amélioration (radicales, incrémentales)
- La problématique du changement structurel (changement intentionnel versus apprentissage organisationnel)
- Exemples d'applications
- Application spécifique à l'étude de cas fil rouge

Session 5 (3h)

Thématique : Vers l'organisation ambidextre ?

- Problématique de l'organisation ambidextre : impact sur le design organisationnel
- Exemples d'applications
- Application spécifique à l'étude de cas fil rouge, rédaction et remise de la note de synthèse

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50 % Duration : hours

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50 % Duration : 1 h 30

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		IPM 2	TC	
Title			% DDRSE	
Communication Professionnelle			-	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Malika KACED	S3-S4	1	15	FRA
Course description and Teaching Methods				
<ul style="list-style-type: none"> • L'accent sera surtout mis sur la communication orale au moyen de présentations orales.(travaux de groupe, individuels) Les étudiants seront encouragés à participer activement à des jeux et des simulations en langue française. • Le travail écrit consistera à la rédaction de compte rendus, résumés, commentaires en langue française afin de permettre aux étudiants internationaux d'améliorer leurs compétences à l'écrit.. 				
Content				
<ul style="list-style-type: none"> • Présentation en langue française d'une personne, d'une entreprise, d'un produit ou d'un service. • Correspondance commerciale. • Culture d'entreprise. • Culture française générale. • Actualités. • Mises au point syntaxiques et lexicales liées à la communication en entreprise. 				
Learning objectives				
<ul style="list-style-type: none"> • Sensibiliser les étudiants étrangers aux divers aspects de la communication professionnelle dans un univers francophone. • Les étudiants devront à terme être à même d'évoluer avec aisance dans une entreprise française et de faire preuve de leurs compétences dans les techniques de communication liées à une activité commerciale. 				
Référence				
<p>Les documents seront fournis par l'enseignant. Un dictionnaire français est souhaité (Larousse Illustré).</p>				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			

Course Sequence and Homework Description

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50 % Duration : 3 hours

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50 % Duration : 1h30

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Programme	Year	Route		
ICN Grande Ecole	IPM 2	TC		
Title				% DDRSE
Société et culture française contemporaine				-
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Malika KACED	S3-4	1	15	FRA

Course description and Teaching Methods	
<p>Ce cours balaye les grands faits de société qui sont matière à débat aujourd'hui. Il explore entre autres la société française à travers le prisme de ses médias des années 60 à aujourd'hui. (les médias comme reflet de la société française, comme outil de compréhension de celle-ci). Il offre aussi une ouverture sur le cinéma français, la littérature française contemporaine... Enfin, il explore la culture française à travers l'analyse de thèmes emblématiques de celle-ci.</p>	
Content	
<p>Analyse de thèmes, problèmes et préoccupations de la société française d'aujourd'hui (polychronisme, Art de Vivre, l'Exception Française, la francophonie dans le monde, la place de la France dans l'Europe, les banlieues etc..).</p> <p>Analyse des médias français (interactions entre la société et ses medias.).</p> <p>Découverte de quelques cinéastes français et de leur univers cinématographique. Découverte d'un mouvement cinématographique : La Nouvelle Vague. (Truffaut, Chabrol...).</p> <p>Découverte de quelques écrivains français.</p>	
Learning objectives	
<ul style="list-style-type: none"> • Objectifs culturels : sensibiliser les étudiants internationaux à divers aspects emblématiques de la société et la française d'aujourd'hui et de la culture française des années 60 à aujourd'hui. Leur permettre de comprendre la complexité de la culture française et de favoriser ainsi sa lecture. • Objectifs langagiers : permettre aux étudiants de développer leurs compétences linguistiques de productions orale et écrite. Leur permettre d'acquérir des stratégies d'exposition de faits, d'idées et débats. 	
Référence	
<p>MONNERIE Anne, La France aux cent visages. Paris Hatier/Didier1996. STANGER, Ted, Sacrés Français! Un Américain vous regarde, Michalon, 2003. TINARD Yves, l'Exception Française ! Pourquoi pas ? Maxima. Laurent Dumesnil Editeur. 2003. WYLIE Laurence et Jean-François BRIERE. Les Français. Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice Hall. 2001</p>	
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process

Course Sequence and Homework Description

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50 %

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50 % Duration : 1h30

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Ateliers ARTEM / ARTEM Workshop / Nancy

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	AT ARTEM	
Title			%DDRSE	
Atelier Anglo-Saxon Project Management			20%	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Bertrand AGOSTINI	S3-S4	10	90h	ENG
Course description and Teaching Methods				
<p>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 culture and 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.</p>				
Content				
<p>Business Culture: Attitudes, Behaviour, Values Cultural and Business environments (in UK, USA, Canada, Ireland and Australia) Creative thinking in Business Business Plan Contract Management In each of the countries studied, discussion will include aspects of the market, entrepreneurship, and consumer behaviour.</p>				
Learning objectives				
<p>(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.</p>				
Référence				
None				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			
Good level of English	-			

Course Sequence and Homework Description

Learning Objectives

- To enhance students' awareness of the characteristics of the business environment and the culture of the five Anglo-Saxon countries studied,
- To develop an operational awareness of enterprise creation via the launch of a new product, concept, project or service in one of the five countries,
- To develop competence and confidence in the language of English for business.

Schedule

- Introduction to the workshop (B. Agostini)
- Creative Thinking (S. Gangloff)
- Preparing Your Business Plan (P. Karski)
- US Culture and Business (B. Agostini)
- Contract Management (T. Duong, Nicolas Forest)
- Communication Skills (B. Agostini)
- Australian Culture and Business (P. Karski)
- UK Culture and Business (J. Bramley)
- Irish Culture and Business (E. Burnard)
- Canadian Culture and Business (S. Gangloff)

In each of the countries studied, discussion will include aspects of the market, entrepreneurship, and consumer behaviour.

Assessment Methods

Inclass Assessment: 100 %

Duration : 4h

Written

MCQ

Oral

Report

Participation

Additional information:

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	AT ARTEM	
Title			% DDRSE	
Atelier ARTEM Tranches de Paysage			%	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Gérald DUFFING	S3-S4	10 ECTS	90h	FRA
Course description and Teaching Methods				
<p>On définit le paysage comme « la partie d'un pays que la nature présente à un observateur ». Le paysage serait donc une affaire de frontières. Et bien non, dans cet atelier c'est tout le contraire, l'objectif est de repousser les limites de son paysage intérieur !</p> <p>Au fil des semaines vous aurez l'occasion unique de rencontrer des passionnés issus d'univers très divers. Futur ingénieur, plasticien, manager, attention, on ne sort pas indemne de cet atelier ! Osez élargir votre champ de vision à 360°, à l'occasion d'un voyage singulier et intime entre enrichissement personnel et développement professionnel.</p>				
Content				
<p>Un même objectif a rassemblé nos intervenants, celui de vous accompagner sur les sentiers de l'exploration et de la création pour que vous développiez la perception de votre environnement naturel et urbain à l'occasion d'expériences étonnantes, de savoirs insoupçonnés, de curiosités rares...</p> <p>Au fil de visites en extérieur, de découverte de lieux peu fréquentés du grand public, à l'occasion d'exercices ou de causeries, vous manierez du pinceau à la caméra, vous serez initié au sextant et à bien d'autres outils que vous saurez utiliser pour réaliser en groupe un projet de fin d'année.</p>				
Learning objectives				
<p>La participation à l'atelier ASB permet aux étudiants des écoles ARTEM de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Décrypter les codes d'un environnement différent d'un point de vue disciplinaire ou culturel; - Savoir s'insérer dans une équipe pluridisciplinaire, comprendre la contribution de chacun, et y apporter la sienne propre 				
Référence				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			
Curiosité et ouverture d'esprit	30 places ouvertes. Sélection sur la note obtenue au module « Creative Thinking » du 1 ^{er} semestre de 1 ^{ère} année.			

Course Sequence and Homework Description

L'Atelier aborde des thématiques très variées afin d'aider les participants à « sortir du cadre » et à adopter des points de vues divers. Cette pratique doit développer les qualités créatives de chacun.

Cette année, nous nous intéresserons plus particulièrement au transport et à ses infrastructures.

Le premier semestre est consacré à la naissance de l'idée. Une alternance de cours et de séances de travail personnel permettra aux étudiants d'imaginer et d'affiner leur projet. Les thèmes abordés au 1^{er} semestre sont :

- Smart cities, smart territories
- Paysage sonore
- Prospective
- Visites de sites

Travail demandé : rapport d'étape définissant notamment le projet retenu, et soutenance orale.

Le second semestre est consacré à la mise en œuvre du projet imaginé précédemment. Le cycle de cours continue, toujours avec des séances de travail personnel. Les thèmes sont :

- Le paysage
- La poésie des formes
- Le design
- L'écriture
- Visites de site

Travail demandé : rapport et maquette. Eléments de valorisation du projet.

Le travail hors atelier consiste en des lectures, recherches et découvertes personnelles, afin d'alimenter le projet. De façon régulière, les groupes de travail rencontre leur tuteur pour faire le point sur l'avancée des projets.

Assessment Methods

Inclass Assessment: 100% Duration : soutenances de 30 mn pour chaque semestre

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 0 % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	AT ARTEM	
Title			% DDRSE	
Marketing d'enseigne et innovation commerciale			-	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Michel MAKIELA	S3-S4	10 ECTS	90h	FRA
Course description and Teaching Methods				
<p>Les séances se déroulent alternativement sur le campus ICN & dans le magasin de Cora à Houdemont. Déroulement détaillé : cf. ci-dessous</p>				
Content				
<p>Les sujets de travail sont déterminés en concertation avec l'entreprise partenaire CORA lors de la rentrée. L'objectif est de travailler sur une thématique qui concerne l'ensemble des enseignes de la grande distribution. Par exemple le développement de services de type e-commerce pour les clients d'un hypermarché.</p> <p>Le cursus se déroule de la manière suivante :</p> <ul style="list-style-type: none"> - prise de connaissance du secteur de la grande distribution et du marketing d'enseigne - prise de connaissance de l'entreprise CORA (positionnement, organisation du magasin de référence) - étude de la zone de chalandise du grand Nancy - présentation des familles de produits ou des nouveaux concepts à étudier <p>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 :</p> <ul style="list-style-type: none"> - étude des attentes de la clientèle (enquête via questionnaire) - analyse des ventes des magasins Cora de Nancy - benchmark des concurrents de la grande distribution alimentaire et de la distribution spécialisée - diagnostic (matrice SWOT, ..) - test de concepts via une table ronde avec les clients - préconisations et plan d'actions 				
Learning objectives				
<p>Ce que l'étudiant doit savoir (ou savoir faire, etc.) à l'issue du module. Ne pas reprendre les Learning Objectives d'AACSB.</p>				
Référence				
-				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			
<p>Principes fondamentaux Marketing (recommandé) Chaque concept/outil utile pour l'atelier fait l'objet d'un développement spécifique (ex : programme de fidélisation)</p>				

Intended Learning Objectives

Découvrir ou approfondir sa connaissance des enjeux de la grande distribution et du marketing d'enseigne et des produits de grande consommation

Acquérir une expérience professionnelle de conseil en organisation, avec l'analyse stratégique d'un marché et d'une offre produits suivie de préconisations et d'un plan d'actions prenant en compte les contraintes organisationnelles.

Maîtriser des méthodes d'analyse du comportement du consommateur : enquête par questionnaires, organisation de table ronde

Développer ses compétences comportementales :

- management de projet transverse avec travail en équipe
- méthodes de recherche d'information via entretiens, étude clientèle, analyse concurrence, analyses documentaires
- capacité à mettre son travail en valeur et à défendre ses idées face à un public de professionnels.

Exemple de projets :

- Développement de l'offre et des partenariats avec les producteurs locaux
- Développement des Marques De Distributeurs face aux nouveaux enjeux alimentaires (Bio, Vegan , Sans Gluten, Terroirs,...)
- Développement d'un marketing omnicanal dans la continuité du service DRIVE
- Utilisation des smartphones et des réseaux sociaux dans la grande distribution : communication, promotion, fidélisation, point de vente.

Assessment Methods

Inclass Assessment: 0 % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 100 % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Pour 1er semestre : soutenance intermédiaire devant jury réduit avec remise d'un dossier PWT sur étude de l'existant et de la concurrence

Pour 2nd semestre : soutenance devant jury direction du magasin & direction marketing enseigne avec remise d'un dossier sur une problématique spécifique avec analyse et recommandations

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	AT ARTEM	
Title			% DDRSE	
<h2 style="text-align: center;">Atelier ARTEM L'humain Augmenté</h2>			-	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Didier FASS – Laurent CIARLETTA	S3 – S4	10 ECTS	90h	FRA
Course description and Teaching Methods				
<p>Un thème : « l'humain augmenté ». Deux dispositifs : drone et exosquelette. Un atelier par projet en entreprise ou à l'hôpital et dans un laboratoire (LORIA). Une mission réelle de création et de conception confiée aux élèves. Séminaires de sensibilisation à la problématique avec des professionnels et avec des chercheurs. Manipulation d'outils : objets intelligents connectés et mobiles, imprimantes 3D, imagerie numérique, simulation virtuelle...</p>				
Content				
<p>Rechercher et développer des solutions du futur pour « l'humain augmenté », les mettre en œuvre, les tester !</p> <p>Les exosquelettes au service de la médecine : la fabrication par impression 3D d'exosquelettes de contention ou de suppléance questionne les pratiques thérapeutique et de réadaptation en traumatologie et orthopédie. Votre mission, si vous l'acceptez, sera de comprendre la problématique d'extension du corps appliquée à la conception (design) des prothèses et des orthèses médicales. Vous serez amenés à proposer des solutions innovantes pour ces dispositifs (passif ou robotisé), à les produire en laboratoire et à les expérimenter avec des praticiens (médecins, orthoprothésistes, kinésithérapeutes...) dans un service hospitalier.</p> <p>Unmanned vehicle (drone) : La maturité des technologies de véhicules autonomes permet de concevoir de nouveaux services. Par delà la prise de vue ou la livraison de paquets, il est possible de penser le « drone » comme une extension des capacités de perception et d'action d'une personne. Votre mission si vous l'acceptez sera de comprendre la problématique d'extension du corps et d'intégration humain machine dans le contexte de téléopération en environnement sécurité critique. Vous serez amené à proposer des solutions innovantes intégrant personnes, robots et des drones dans un contexte industriel. Il propose une expérience hyperconcrète de projets uniques vers l'infini et au-delà.</p>				
Learning objectives				
<p>Analyser une situation complexe et en faire la synthèse pertinente ; Résoudre des problèmes conceptuels et pratiques en élaborant une solution adaptée et innovante ; Décider en acteur éthique et responsable ; Communiquer efficacement, aussi bien à l'écrit qu'au digital ; S'adapter et s'intégrer avec aisance dans un environnement pluridisciplinaire ou multiculturel ; Mettre à jour et étendre les connaissances et les compétences Artem ; Travailler en groupe et gérer une équipe en mode projet. Développer les capacités de création et de production innovante pragmatique.</p>				
Référence				
<p>Gilbert SIMONDON, « Sur la technique », PUF, 2014</p> <p>Hannah ARENDT, « The human condition » The University of Chicago Press, 1958</p>				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			
Esprit ouvert et ouvert aux autres. Prise de risques.	12 à 15 élèves maximum prêts à s'engager avec nos partenaires sur deux projets conceptuels et pratiques.			

Course Sequence and Homework Description

- Le temps de la découverte, de l'observation et du diagnostic de mi-octobre à mi-décembre : avec comme consigne « soyez des anthropologues sur mars ! ». Les élèves doivent découvrir et observer le territoire de l'atelier dans toutes ses dimensions métiers, scientifiques et pratiques, artistiques et techniques, humaines et organisationnelles, symboliques et anthropologiques.

De cette appropriation du thème de l'humain augmenté, les élèves dégagent des images, des éléments constatés qui selon eux posent problèmes et sont les sources potentielles de solutions innovantes pour chacun des dispositifs. Les résultats de cet « audit » et des diagnostics font l'objet de présentations et de discussions avec les différents partenaires professionnels. Les échanges et le dialogue avec les élèves sont constants, l'accompagnement, pour ne pas dire le compagnonnage, permet l'évolution d'une posture d'élèves passifs à celle de professionnels actifs. A chaque séance, les élèves rédigent une note de synthèse des tâches effectuées et devant être réalisées lors de la séance suivante. Ils utiliseront des techniques de creative thinking.

- Le temps de l'invention, de la conception et de la réalisation de janvier à fin mai : une fois le diagnostic posé et les constatations exposées clairement ; les élèves doivent formuler de façon simple et compréhensible la question ou le problème qu'ils se proposent de résoudre. Après validation par les partenaires, les élèves doivent concevoir les solutions à développer et réaliser des prototypes fonctionnels. La présentation de ces solutions possibles fait l'objet d'une présentation argumentée sous forme de story-board, de maquettes animées ou de simulation. A ce stade les élèves, présentent leurs propositions aux professionnels impliqués qui décideront de la mise en expérimentation réelle. La décision de produire ou non la solution proposée repose désormais sur la capacité professionnelle des élèves à convaincre sur la forme et sur le fond les décideurs en étant capable de répondre aussi bien à des questionnements « art, science, technique ou management » et humain. Ceci préfigure leur activité professionnelle en devenir. Si la solution est acceptée, l'équipe réalise avec l'aide du LORIA et des partenaires (faculté de médecine et entreprises) la production d'un prototype et son expérimentation. L'objectif est de valider la pertinence opérationnelle de leur solution.

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50 % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50 % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Programme		Year	Route		
ICN Grande Ecole		2A	ARTEM		
Title			% DDRSE		
Becoming an Online Influencer			<20%		
Leader	Period	Credits	Volume	Language	
Matthew HAWKINS	1-2	10	90	ENG	
Course description and Teaching Methods					
<p>Do you want to become an online influencer? Do you want to be an Instagram star or YouTube celebrity? Or, are you interested in promoting your hobbies (politics, sports) or artwork (music, paintings...) through your blog?</p> <p>Well, you are in luck. This workshop will help you become an online influencer.</p> <p>This workshop has two main parts: 1) You will develop a social media account and actively manage this account. Specifically, you will select a platform (Instagram, YouTube, Twitter, etc..) and then become a Star! 2) We will discuss the theoretical concepts behind online influencers. This will help you develop the best strategy to become a social media star.</p> <p>Therefore, this course fully embraces the workshop philosophy. You will work on becoming a social media star by developing an understanding of how social status is developed and maintained.</p>					
Content					
<p>The course addresses social dynamics through investigating various contexts, such as:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Overweight fashion bloggers • The Star Trek subculture <p>The course will also investigate the challenges and strategies involved in online personal branding, by discussing the role objects play in consumers' lives, how meaning moves across communities and how social capital is accrued.</p>					
Learning objectives					
<p>At the end of this workshop the learner should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Explain how objects become meaningful in a consumer's life. 2. Describe the role consumption plays in social systems and subcultures. 3. Develop a detailed strategy on how to become an online influencer. 4. Implement multiple social media identity management strategies on a social media platform. 					
Reference					
<p>Below is a select list of some of the topics we will cover and the associated reading. Additional readings will be provided by the instructor</p> <p>Online personal branding and challenges Labrecque, L.I., Markos, E. and Milne, G.R., 2011. Online personal branding: processes, challenges, and implications. <i>Journal of Interactive Marketing</i>, 25(1), pp.37-50.</p> <p>Online personal brand building McQuarrie, E.F., Miller, J. and Phillips, B.J., 2013. The megaphone effect: Taste and audience in fashion blogging. <i>Journal of Consumer Research</i>, 40(1), pp.136-158.</p> <p>Market inclusion through online blogs Scaraboto, D. and Fischer, E., 2013. Frustrated fatshionistas: An institutional theory perspective on consumer quests for greater choice in mainstream markets. <i>Journal of Consumer Research</i>, 39(6), pp.1234-1257.</p>					
Prerequisite		Expected Profile and Selection Process			
		<p>English proficiency. Basic knowledge on how to post/use social media platforms.</p>			

Intended Learning Objectives

Students will learn how to manage an online persona or brand.
See Learning Objectives for more information (above).

Course Sequence and Homework Description:

The course relies on three teaching methods: readings, discussions, and in-class activities that support the final project (in-lieu of a final exam).

The course will begin by discussing how social capital is developed and gradually move to managing meanings over the year.

Students will also need to decide which social media platform they want to become an online influencer (or star) on. With guidance from the instructor, the student will produce their own social media goals to achieve. For example, # of likes, # of videos, retweet ratio, Clout score, etc. Throughout the course, we will implement specific strategies to help you achieve your objectives.

The final grade will be based on the final report – which will detail your growth/learning throughout the course – and if you achieved the social media performance objectives.

Assessment Methods

Inclass Assessment: 40% Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 60 % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

The final exam is an individual report detailing your experience in becoming an Online Influencer and meeting your self-selected objectives on your social media platform.

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	AT ARTEM	
Title			% DDRSE	
Atelier ARTEM Intelligence économique et décision			-	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Carine SONNTAG	S3-S4	10 ECTS	90h	FRA
Course description and Teaching Methods				
<p>Se faire une opinion professionnelle "vraie" et "en live" de sujets d'actualités comme la réalité de la candidature de paris aux JO de 2024, les probabilités d'accession de Michel Platini à la tête de la FIFA ou la fusion "ratée" d'Uramin et d'Areva, c'est de l'investigation proposée dans l'atelier d'IE. « 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.</p>				
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>Mobiliser les outils analytiques utiles pour identifier un problème de gestion et le problématiser Identifier les situations à risques et évaluer les conséquences d'une démarche non éthique Réaliser des rapports professionnels, documentés et argumentés Savoir s'insérer dans une équipe pluri-disciplinaire, comprendre la contribution de chacun et y apporter la sienne propre 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>				
Référence				
<p>Références non obligatoires :</p> <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	Expected Profile and Selection Process			

Course Sequence and Homework Description

Vous trouverez ci-dessous les instructions pour les travaux à réaliser sur l'année, avec les échéances, dans l'atelier d'intelligence économique.

SEMESTRE 1

Phase UNE : Sourcing et problématisation

Constituez des groupes pluridisciplinaires et choisissez un thème à traiter avec l'aide de vos tuteurs. Puis déterminez à partir de recherches préliminaires une problématique. Une problématique est une question précise sur un sujet choisi que vous devez pouvoir analyser d'ici à avril prochain.

Phase DEUX : Sourcing et problématisation

Pour fin novembre, rendre un rapport de 4 pages à M. Stalla Bourdillon et à Carine Sonntag par email (ou sous myicn, auquel cas nous vous transmettrons des instructions précises). Ce rapport devra **justifier une proposition de problématique** sur la base des informations sourcées que vous avez pu réunir sur votre sujet. Cela nécessite donc de citer les sources d'information à la fin du rapport ET dans le rapport. Faites bien attention à proposer une problématique qui puisse être résolue dans le temps imparti. Vous utiliserez les trois focales lorraine, France ou Europe et si possible mondialisée. **Ce travail donnera lieu à une note (25% de la note du semestre).**

Phase TROIS : Rapport de sourcing

Une journée de décembre sera consacrée à la présentation (7 slides 7 minutes par groupe) de votre travail de sourcing et problématisation pour discussion avec l'ensemble de la promo. Vous transmettez également par écrit votre rapport méthodologique + Sourcing de recherche d'information (collecte, validation et traitement des informations) sur une quinzaine de pages minimum (bibliographie incluse et rédigée correctement). Pensez à intégrer tous types de sources (techniques et humaines, les sources noires sont interditeset le plagiat aussi bien sûr!!!). La problématique doit être explicite. **Ce travail donnera lieu à une note (75% de la note du semestre).**

SEMESTRE 2

Phase UN : Travail d'analyse d'intelligence économique à rendre en groupe auprès de m. Rechemann

Rapport d'analyse en groupe à rendre à M. Rechenmann – Les instructions sont disponibles sous myicn

Ce rapport donnera lieu à une note comptant pour 20% de la note semestrielle

Phase DEUX : Rapport d'analyse (et amélioration du rapport de sourcing en continu)

Fin mars, remise du rapport d'étape du dossier final pour commentaires intermédiaires.

Phase TROIS : Rapport d'analyse

Rapport analytique : résolution de la problématique proposée au premier semestre

Il vous est demandé d'inclure le plus possible des analyses empiriques et scénarios chiffrés. Les groupes qui désirent rendre le rapport en anglais peuvent le faire et seront récompensés en conséquence.

Phase QUATRE : Rapport d'analyse

Enfin votre soutenance finale de projet : 15 minutes de présentation et 15 minutes de discussion par le jury. Les soutenances seront publiques (tout le monde écoute et apprend des autres).

Ce travail rapport final + soutenance donnera lieu à une note (75% de la note du semestre), incluant la progression depuis mars et la qualité de la soutenance. Un bonus sera accordé si le groupe invite une source humaine ou un stakeholder pour la discussion lors de la soutenance.

Assessment Methods

Inclass Assessment: 100 %

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 0 %

Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	Atelier ARTEM	
Title			% DDRSE	
La Banque du Futur			10%	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Elisabeth PAULET	S3-S4	10 ECTS	90h	FRA
Course description and Teaching Methods				
<p>L'atelier ARTEM « La Banque du Futur » est développé en partenariat avec la CELCA (Caisse d'Epargne Lorraine Champagne Ardenne). Dans le cadre de cet atelier, les étudiants apportent une contribution attendue par le partenaire professionnel sur la conception de la banque du futur, en lien avec les évolutions en cours (montée en puissance du digital, nouveaux modes de consommation des prestations bancaires, etc...).</p> <p>Les méthodes d'enseignement s'appuient sur une démarche d'accompagnement des étudiants et sur une pédagogie de la découverte au service d'un apprentissage de type <i>learning by doing</i>. Les étudiants, répartis en petits groupes, bénéficient d'un double accompagnement pédagogique du côté ICN et professionnel du côté CELCA.</p>				
Content				
<p>L'atelier développera deux projets concernant l'introduction du digital et de l'innovation technologique dans le Business Model des banques. L'ouverture du numérique, la transformation progressive des parcs d'agences et la moindre fréquentation des clients au guichet du fait de la réalisation de transactions à distance sont autant de phénomènes qui rendent indispensables la connaissance fine et exhaustive des offres/ services/ innovations que le client trouvera dans son établissement bancaire (et ce à la fois en agence physique et sur internet ou sur les différentes solutions multicanales).</p> <p>Chaque année, la direction de la CELCA propose les thématiques à traiter par les étudiants autour d'une dynamique prospective et créative au service des enjeux stratégiques de l'établissement.</p> <p>Le thème pour l'année académique 2018-2019 se centre sur le digital et la satisfaction client voire même relier les deux aspects.</p> <p>Le projet intègre plusieurs dimensions: marketing, (étude, concept produit, positionnement offre...), technique (réalisation de support, de restitution), design (designer l'offre, la forme de restitution...).</p>				
Learning objectives				
<p>Objectifs pédagogiques de cet atelier sont les suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ concevoir une solution adaptée et créative à un problème donné ■ communiquer efficacement au moyen de présentations écrites et orales convaincantes ■ apporter une contribution impliquée et positive aux projets concernés ■ développer un esprit de leadership d'équipe et accroître les compétences comportementales de chaque membre 				
Référence				
<p>Références de base</p> <p>Eric Lamarque, Gérard Hirigoyen (2011) Le management de la Banque : risque, relation client, organisation Pearson 2011</p> <p>Michel Badoc et Elodie Trouillard (2012) Le marketing bancaire et de l'assurance Nouvelles tendances</p> <p>Revue Banque (2013) Les essentiels de la banque Revue Banque 2013</p> <p>Skinner, C. (2014). <i>Digital bank: Strategies to launch or become a digital bank</i>. Marshall Cavendish International Asia Pte Ltd.</p> <p>Baxter, M., & Vater, D. (2014). Building the retail bank of the future. <i>Bain & Company</i>.</p> <p>Les références seront fournies aux étudiants en fonction des thématiques spécifiques qu'ils auront à traiter en sous-groupes au cours de l'atelier.</p>				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			
Intérêt pour le secteur bancaire et les nouvelles technologies.	<p>Seront particulièrement bienvenus les étudiants avec le profil suivant (avéré ou en cours de développement):</p> <p>Curieux avec un gout de la découverte Aptitude à l'esprit critique Mobile physiquement et intellectuellement Audacieux et envie de faire bouger les choses Intrigués par les nouvelles technologies et leur impact sur les comportements</p>			

Course Sequence and Homework Description

Semestre 1 :

Séance 1: Introduction
Séance 2 & 3: Cours de sensibilisation Banque
Séance 4 & 5: Visite de la banque CELCA
Séance 6&7 : sensibilisation au digital
Séance 8 & 9: sensibilisation marketing des services
Séance 10&11: Travail étudiant
Séance 11 – 12: point d'étape
Séance 13: Travail étudiant
Séances 14 : Présentations finales (power point + rapports écrits)

Semestre 2 :

Séance 15 : Introduction (lancement du challenge) et feedback
Séance 16 &17 : cours gestion de projet
Séance 18 &19 : Digital
Séance 20 & 21 : sensibilisation communication design
Séance 22 & 23 : Travail supervisé
Séance 24 &25 : Travail en groupe indépendant
Séance 26 &27 : Travail supervisé et Point d'étape
Séance 28 &29 : Travail étudiant et Présentations finales (power point + rapports écrits)

Assessment Methods

Inclass Assessment: % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Les soutenances orales finales de l'atelier (qui complètent le rapport écrit) sont l'occasion d'innover sur le fond (en lien avec l'orientation générale de l'atelier) mais aussi sur la forme (modes de présentation). Aucun examen de rattrapage ne sera fourni compte tenu de l'aspect spécifique du projet.

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	AT ARTEM	
Title			% DDRSE	
Atelier ARTEM Le Manager Cré'Actif			-	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Nicole LE ROUVILLOIS	S3 - S4	10 ECTS	90h	FRA
Course description and Teaching Methods				
<p>Comment valoriser la valeur ajoutée « Human-ware » de l'entreprise ?</p>				
Content				
<p>Team Building (Séance en anglais) Pratiques de management individuelles et collectives Comment mesurer les compétences du leadership et les développer Le leader et son équipe – Les différents styles de management La gestion des situations conflictuelles La Conduite du changement Former des collaborateurs Prise de parole en public</p> <p><u>Séances d'improvisation théâtrale : (Cf verso)</u></p>				
Learning objectives				
<p>Prendre conscience du rôle RH du manager. Inclure dans la responsabilité opérationnelle du manager les objectifs humains et relationnels Comment garder les meilleurs ? Se rendre responsable du développement personnel des collaborateurs et entretenir l'employabilité.</p>				
Référence				
<p>Développez vos qualités de manager – Daniel KLUGER – Editions Eyrolles, 2010 Le Manager au quotidien – Henry MINTZBERG – EYROLLES, Ed d'Organisation, 2009 Devenez Manager! – Peter DRUCKER – Village Mondial, 2003</p>				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			

Course Sequence and Homework Description

Outre les séances sur la vision et valeurs du manager, son rôle de formateur : coaching...sur la mesure des compétences du leadership et comment les développer, sur la conduite du changement, sur la prise de parole en public, sur la gestion du stress, sur les différents styles de management sont incluses des séances de théâtre d'improvisation car l'improvisation théâtrale est un outil pertinent qui possède de multiples vertus. Elles peuvent aider l'individu dans son développement personnel.

Le travail sur la connaissance de soi, la confiance en soi, l'écoute, l'empathie, la canalisation de sa créativité, l'aspect théâtral de la discipline sont autant de facteurs de développement personnel.

L'objectif de former un manager Cré'Actif (Créatif et Actif) passe tout d'abord par la formation d'un être humain qui se connaît mieux, qui communique mieux, car il est plus qu'un rôle dans une hiérarchie.

Il doit donc être capable de lire, de comprendre et d'accepter les logiques de son équipe tout en faisant accepter la sienne. C'est un rôle qui, au-delà de son aspect exécutif, reste humain.

Les séances d'improvisation théâtrale sont basées sur les verbes clé du manager, tel que : Communiquer, gérer, déléguer, anticiper, motiver, valoriser, mettre en place une stratégie etc...

A noter :

Tout comportement non conforme au règlement, absences répétées « non excusées », manque d'implication et de participation pourra faire l'objet d'une sanction.

Assessment Methods

Inclass Assessment: 100 %

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Travail sur un projet en groupe – Présentation du projet à la fin du 1er et 2ème semestre.

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	AT ARTEM	
Title			% DDRSE	
Atelier ARTEM Living consulting culture			-	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Rossella SORIO	S3-S4	10 ECTS	90 h	FRA
Course description and Teaching Methods				
<p>Living Consulting est un atelier où les participants doivent mener à bien une mission de conseil pour le compte d'une entreprise ou tout autre type d'organisation (association, collectivité, établissement public). Chaque mission est supervisée par un tuteur entreprise et un ou deux professeurs de l'atelier. Le travail, tout au cours de l'année, se fait en mode "gestion de projet", combinant plusieurs métiers du consulting, marketing, stratégie, finance, innovation.... Le cursus pédagogique s'articule en temps d'acquisition de fondamentaux (méthodes et outils) et en temps terrain. L'atelier est conçu et organisé en partenariat avec des entreprises, soucieuses du process pédagogique et demandeuses d'apports pragmatiques. Le module est fondé sur un concept pédagogique innovant, celui de l'interaction en direct entre l'entreprise, les étudiants et les professeurs.</p> <p>Les étudiants seront amenés à répondre à une problématique d'entreprise via la proposition de solutions business originales élaborées en groupe de travail, sous la conduite des professeurs. Une aide « sur mesure » sera proposée par les entreprises partenaires pour répondre aux questions des groupes au fur et à mesure de l'avancée des travaux.</p>				
Content				
<p>Le module est scindé en 3 temps : Apports méthodologiques, Appréhension des besoins du client « nos entreprises partenaires » et travail de réponse concrète aux problématiques des clients. La première phase prévoit l'intervention des professionnels partenaires qui viendront exposer leur problématique. Les présentations seront suivies par des cours apportant les notions théoriques nécessaires à l'approche du métier de consultant et à la conception des solutions pour les entreprises. Plusieurs volets sont abordés: Méthodologie et posture du consultant, rédaction d'un cahier des charges, techniques de présentation, conduite de projet, gestion du changement, techniques de créativité, approche du modèle économique et de ses composantes...</p> <p>Les intervenants, majoritairement professionnels externes présentent leurs modalités d'intervention sur les problématiques de communication de crise, gestion des compétences, innovation, gestion des risques, audit auprès de comités d'entreprises, de montage financier et juridique. La deuxième phase est celle de l'autonomie : les équipes étudiants sont en relation directe avec leurs clients et travaillent en mode « conseil ». La troisième est celle de la rédaction des solutions et de la communication interne et externe.</p>				
Learning objectives				
<p>Vivre une expérience de conseil en direct et apprendre à travailler en groupe, tout en étant en interaction avec des professionnels.</p> <p>Comprendre la complexité d'un modèle économique et l'interaction entre ses composantes</p> <p>Analyser et définir une problématique d'entreprise en tenant compte du modèle économique inhérent et donc de toutes ses relations. Rédiger une lettre de mission.</p> <p>Organiser, piloter et documenter un projet tout au long de la mission.</p> <p>Concevoir une solution à un problème clairement défini, rédiger et défendre un cahier des charges. Savoir communiquer. Présenter et défendre les résultats d'une mission.</p>				
Référence				
<p>Des dossiers seront remis aux participants, tout au cours de l'atelier en fonction des apports des professionnels.</p> <p>BENOIT-CERVANTES G. : La boîte à outils de l'Innovation. Dunod, 2008.</p> <p>RASIEL E. M. : The McKinsey Way. McGraw-Hill, 1998.</p> <p>STERN P, TUTOY, P. : Le métier de consultant, principes, méthodes, outils. Ed. D'organisation, 2003.</p>				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			
Aucun, si ce n'est une forte motivation et une grande implication dans le travail	Un processus de sélection, par lettre de motivation, voire entretien sachant que l'atelier ne sera ouvert qu'à 25 personnes maximum.			

Course Sequence and Homework Description

L'atelier est organisé sous forme d'un séminaire en trois phases, réparties en jours en présentiel et en jours « terrain » (soit recherche, soit en entreprise)

- La première phase prévoit l'intervention des professionnels partenaires. Ils viendront partager leur expérience ou convieront les étudiants dans leurs locaux pour exposer leur problématique commerciale. Les présentations seront suivies par les interventions de professeurs ICN, apportant les notions nécessaires à la compréhension du métier de consultant et aux attentes pédagogiques de l'atelier.
- Une deuxième phase, mise en place immédiatement après, sera consacrée à la rencontre en toute autonomie des étudiants avec leurs clients et avec des retours ICN, à la rencontre de professionnels experts consultants afin d'aider les étudiants dans la compréhension des problématiques et dans l'élaboration des solutions. Les étudiants travailleront en groupe et seront en contact avec les entreprises et les professeurs. Une plateforme informatique pourra permettre d'échanger en direct et de vérifier l'avancée des travaux et d'apporter réponse face aux éventuelles difficultés.
- Enfin, au cours de la troisième phase les étudiants présenteront leurs solutions. Les solutions les plus pertinentes seront proposées et discutées directement avec les entreprises partenaires. Ce qui permettra d'avoir le point de vue des entreprises sur la faisabilité et la qualité des propositions. Les solutions business les plus attractives pourront être adoptées par les entreprises et les groupes de travail dont les étudiants seront à l'origine !

Assessment Methods

Inclass Assessment: 100% Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 0% Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

A la fin du 1er semestre, une première soutenance présentant le cahier des charges fera l'objet d'une notation à hauteur de 30% de la note finale. Les entreprises évalueront les apports étudiants à hauteur de 30%. Le solde de la note, soit 40% correspondra à la soutenance finale (Dossier écrit 20%, Présentation orale 20%)

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	AT ARTEM	
Title			% DD RSE	
Management des technologies innovantes			< 20%	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Nathalie DAGORN	S3-S4	10 ECTS	90h	FRA
Course description and Teaching Methods				
<p>Cet atelier est organisé en collaboration avec le groupe ALTRAN autour d'un projet conçu et tutoré en commun. Il permet de comprendre comment les technologies et systèmes d'information innovants contribuent au fonctionnement des organisations et d'appréhender leur impact sur celles-ci. Des technologies émergentes seront abordées telles que les objets connectés et l'Internet des Objets (IoT), la réalité augmentée, la réalité virtuelle, l'intelligence artificielle, la robotique, etc.</p> <p>Les enseignements comprennent un ensemble de cours fondamentaux dispensés par des spécialistes académiques et des interventions externes d'experts issus d'entreprises innovantes (par exemple VWR) et sociétés de conseil réputées (telles qu'Altran, IBM, Oresys et Xerox).</p> <p>Ces enseignements sont complétés par un projet d'application annuel au travers duquel les étudiants doivent, à partir d'une problématique donnée, réaliser un diagnostic et élaborer des recommandations. Les technologies approfondies en 2017-18 seront la réalité augmentée et la réalité virtuelle.</p>				
Content				
<p>L'atelier vise à former des managers capables de mettre en place et gérer des projets innovants, des politiques ou programmes de management dans lesquels les technologies tiennent une place importante, de s'intégrer et de travailler professionnellement dans un environnement technologique moderne.</p> <p>Les cours fondamentaux apporteront les éléments théoriques nécessaires à la réalisation du projet, par exemple des méthodes et outils de résolution de problème et de management de projet. Les interventions d'experts externes approfondiront ces aspects en les illustrant par des expériences de terrain. Le travail sur projet appliquera les connaissances acquises à un cas concret (projet annuel). La problématique définie pour le projet 2017-18 est la valorisation de la réalité augmentée et de la réalité virtuelle dans différents contextes avec une vision d'industrie 4.0.</p>				
Learning Objectives				
<p>A l'issue de l'atelier, par rapport à la problématique posée, les étudiants devront être en mesure :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. De réaliser une revue de littérature faisant ressortir les textes de référence du domaine 2. D'appliquer une méthodologie de résolution de problème pour déterminer la (ou les) solution(s) possible(s) 3. De développer une proposition viable découlant de cette analyse 4. De justifier cette proposition par une preuve de concept crédible 5. D'élaborer un cas d'affaire permettant de défendre la proposition devant des décideurs. 				
References				
<p>Becker J. (2015), <i>Emerging Trends in Information Systems : Recent Innovations, Results and Experiences</i>, Springer Heck T. (2016), <i>The Art of IT Strategy Technology Innovation</i>, CreateSpace Independent Publishing Jordan J.M. (2012), <i>Information, Technology, and Innovation : Resources for Growth in a Connected World</i>, Wiley Laudon K.C., Laudon J.P.(2015), <i>Management Information Systems: Managing the Digital Firm</i>, 14th Gl. Ed. Pearson Loshkovska S. (2016), <i>ICT Innovations 2015: Emerging Technologies for Better Living</i>, Springer</p>				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			
∅	<p>Cet atelier s'adresse aux étudiants intéressés par les systèmes d'information et les technologies innovantes, aux étudiants souhaitant préparer le double diplôme ICN / Ingénieur Civil des Mines ou s'orienter professionnellement vers les sociétés de conseil (notamment en informatique et organisation).</p>			

Course Sequence and Homework Description

Ce module comporte 30 séances de 3 heures (hors travail personnel) réparties comme suit sur deux semestres.

Cours fondamentaux apportant les bases pédagogiques nécessaires au projet (45 heures) :

- Introduction / N. Dagorn ICN
- Méthodes d'audit et de gestion des projets innovants (TRIZ, innovation frugale, PMBOK, méthodes agiles...) / L. Staub ALTRAN (6 heures)
- Management et modélisation des SI (COBIT, rétroingénerie) / G. Duffing ICN (6 heures)
- Historique et prospective des TI : l'innovation continue / J.L. Pierrel IBM (6 heures)
- TI pour la gestion de l'information produit (PIM) et de la relation client (CRM) / A. Aranda VWR (6 heures)
- Systèmes décisionnels / L. Caron ORESYS (12 heures)
- Vente de solutions complexes / B. Lang & X. Cartigny XEROX (6 heures)
- Etude de cas de synthèse / N. Dagorn ICN (3 heures)

Travail encadré sur projet en groupes (45 heures) :

- Présentation de la problématique et des attentes en termes de résultats, méthodologie, rédaction d'une fiche projet / L. Staub ALTRAN (6 heures)
- (Si possible) visite de site / L. Staub ALTRAN & N. Dagorn ICN (3 heures)
- Travail encadré sur projets / N. Dagorn ICN (25 heures)
- Évaluation intermédiaire en décembre 2017 / L. Staub ALTRAN et N. Dagorn ICN (1 heure par groupe)
- Finalisation d'une vidéo de présentation de l'atelier en février-mars 2018 / N. Dagorn ICN (9 heures)
- Évaluation finale en mai 2018 / L. Staub ALTRAN et N. Dagorn ICN (1 heure par groupe).

Le projet retenu pour 2017-18 est porté par la société ALTRAN. Il propose de valoriser les technologies de **réalité augmentée et réalité virtuelle** dans différents contextes comme la navigation ou l'entreprise avec une vision d'**industrie 4.0**.

À partir de cette problématique, les étudiants devront, en groupes :

1. Prendre connaissance de la littérature académique et professionnelle sur le sujet choisi (réalité augmentée ou virtuelle) et rédiger une **revue de littérature** faisant ressortir les textes de référence du domaine
2. Appliquer les **méthodologies de résolution de problème** introduites par Altran (TRIZ, innovation frugale...), pour imaginer un nouveau contexte d'utilisation de la technologie choisie
3. Développer une **proposition viable** découlant de cette analyse
4. Justifier cette proposition par une **preuve de concept** (*proof of concept*) crédible
5. Élaborer un **cas d'affaire** (*business case*) permettant de défendre la proposition devant des décideurs.

Idéalement, cet atelier accueillera entre 25 et 30 étudiants en vue de former cinq groupes de 5 à 6 étudiants maximum (effectif restreint pour un meilleur encadrement du projet). Le thème de la réalité augmentée / virtuelle a été choisi de sorte que **les étudiants des 3 Écoles (Arts, Mines, ICN) y trouvent leur place et apportent leur vision spécifique (artistique, scientifique, managériale)**. Si la richesse des résultats le permet, un ou plusieurs projets pourront être sélectionnés au 2^e semestre par N. Dagorn pour valorisation par une contribution intellectuelle, par exemple la soumission d'un article à une revue académique ou le dépôt d'une étude de cas ICN à la Centrale de Cas et de Médias Pédagogiques de Paris (<http://www.ccmp.fr>).

N.B. : Au deuxième semestre, les candidats au double diplôme ICN / Ingénieur Civil des Mines qui suivront le cours de Programmation Python (30 heures) seront dispensés des activités en conflit avec ce cours.

Assessment Methods

Inclass Assessment: 30% Duration : -

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 70% Duration : - (projet en groupes)

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Durant les cours fondamentaux et interventions externes, les professeurs et intervenants externes tiendront compte de la présence des étudiants, de leur participation au cours et pourront demander des devoirs écrits. Le projet annuel sera noté sur la base d'un rapport écrit et d'une soutenance orale ; la participation individuelle au projet de groupe sera évaluée par les pairs.

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	AT ARTEM	
Title			% DDRSE	
Atelier ARTEM Modélisation financière			-	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
AVOUYI-DOVI Sanvi	S3-S4	10 ECTS	90h	FRA
Course description and Teaching Methods				
<p>L'objectif de cet atelier consiste à doter les étudiants de moyens leur permettant de comprendre voire de maîtriser l'analyse des prix d'actifs dans divers contextes. Pour cela, ils doivent être en mesure de mettre en place divers traitements des informations. En outre, ils doivent appréhender les forces et faiblesses des outils, notamment quantitatifs d'analyse. L'atelier est centré autour de quatre principales problématiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les données et leurs traitements - Les outils usuels d'analyse quantitative - La dynamique des prix d'actifs - La modélisation des variables financières - Choix de portefeuille des ménages <p>Course Sequence and Homework Description:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cours magistraux accompagnés de lectures d'articles en Anglais ou en Français (travaux à réaliser en sous-groupes et à présenter en séance) et d'analyses de cas pratiques. - Des tests pourraient également être proposés sous forme de « mini » projets à réaliser en groupe et donnant lieu à une exploitation de données de marchés. 				
Content				
<p>I. Les données : sources, caractéristiques et propriétés, traitements de base, analyse descriptive</p> <p>II. Quelques outils d'analyse chartiste</p> <p>III. Quelques méthodes d'analyse quantitative : les modèles statistiques purs ; les modèles à fondements « économiques »</p> <p>IV. Exemples de modèles statistiques appliqués à la dynamique des prix des actifs financiers et/ou des prix des matières premières</p> <p>V. Les événements rares et leur modélisation en finance</p> <p>VI. Le choix de portefeuille des ménages ; les indicateurs de performance</p>				
Learning objectives				
<p>Au terme de l'atelier, les étudiants doivent être capables de poser un diagnostic clair et précis sur l'évolution des prix des actifs fondés sur une utilisation appropriée de certains outils d'analyse quantitative. Ils devraient également être en mesure de mettre en œuvre (concrètement) des outils d'analyse des prix d'actifs via la maîtrise des sources d'informations.</p>				
Référence				
<p>Des documents (articles et supports de cours) de base seront fournis à l'entame de chaque partie du cours.</p>				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			
<p>Module d'analyse statistique descriptive ; des notions sur les prix d'actifs financiers ; des notions sur la modélisation statistique et mathématique</p>	<p>Étudiants ayant une bonne base en analyse des données, en statistique et plus généralement en analyse quantitative. Des connaissances en finance appliquée seront appréciées.</p>			

Intended Learning Objectives

L'atelier sera organisé sous la forme de 10 séminaires et d'ateliers pratiques effectués dans des sous-groupes définis à l'année (commentaires d'articles en Anglais ou en Français, commentaires de graphiques et de tableaux de statistiques, etc.). Les ateliers pratiques prendront appui sur les notions acquises dans le cadre du Bloomberg Market Concepts (BMC) (e-learning effectué au centre Bloomberg de l'école).

- I. Les données : sources, caractéristiques et propriétés, traitements de base, analyse descriptive.
Exemples de données : prix d'actifs financiers et prix des matières premières
- II. Outils d'analyse quantitative en économie et en finance
- III. Analyse chartiste : principaux indicateurs
- IV. Les modèles : généralités
- V. Les modèles sans a priori théorique
- VI. Les modèles à fondements économiques (un bref aperçu)
- VII. Une application de modèles à l'analyse des prix des actifs financiers et /ou des prix des matières premières
- VIII. Les événements rares : une application en finance
- IX. Le choix de portefeuille
- X. Les mesures de performance et de risque

Les étudiants ayant obtenu la certification BMC auront des points bonus dans « l'in class assessment ».

Assessment Methods

Inclass Assessment: 40% Duration : On average 45' per report

Written MCQ Oral Report (4) Participation

Final Exam : 60 % Duration : 3 hours

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Assiduité requise

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	AT ARTEM	
Title			% DDRSE	
Design Thinking for Sustainable Change			> 80%	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Dr. Krista FINSTAD-MILION	S3-S4	10 ECTS	90h	ENG
Course description and Teaching Methods				
<p>Regions and enterprises throughout the world today face great challenges in embracing change in a sustainable way. Sustainable change means not only providing products and services that continue to satisfy the customer, but doing so while respecting the environment and operating in a socially and economically responsible way. The challenge is how to put sustainable development principles into practice! Sessions will be conducted in English with field trips to the Vosges (ranked 6th most industrialised county in France) to meet entrepreneurs, executives, engineers, managers, employees and government officials committed to putting sustainability values into practice. Students will carry out CSR audits and project management with international industrial partners such as Michelin, Trane, Numalliance and Cunin as well as the <i>Conseil Départemental</i> and <i>Chambre des Métiers</i>. They will also meet CSR-minded artists, craftspeople, musicians and top cooks. Creativity-enhancing learning methods compliment field visits to provide international and internationally-minded students with a balanced skill set to contribute to making a difference in tomorrow's work environment. This ARTEM workshop is designed by an international teaching team alternating interactive conferences and hands-on work sessions, using computer tools to collect and share key information and map project progress, e-data banks to carry out strategic business research, design thinking sessions with company and regional stakeholders, conducting on-site interviews, surveys and audits, and carrying out team projects and presentations.</p>				
Content				
<p>As a student of this workshop you will acquire theoretical and hands-on knowledge in Sustainable Development (SD) and Corporate Social Responsibility (CSR) and develop skills in interacting with multiple stakeholders such as government officials, entrepreneurs, members of top management teams, administrative staff, and factory workers. You will acquire hands-on skills in project management, change management, sustainable development, strategy development, art-based intervention, design thinking, creative visual presentations, CSR auditing, and leadership and intercultural team work. In addition, a project management certificate will be delivered to all those students who meet the requirements.</p>				
Learning objectives				
<p>This workshop accompanies students of the 3 ARTEM Schools in:</p> <ul style="list-style-type: none"> - developing knowledge about SD and CSR and how they contribute to strategic differentiation in companies and regional attractiveness today; - contributing to CSR projects that make a difference for companies and governments; - developing creative approaches to managing projects with multiple stakeholders; - developing effective business research skills and on-site field investigation techniques; - designing and delivering convincing visual and oral presentations to key company and government stakeholders in English; - identifying personal team player and leadership characteristics and designing a personal development plan. 				
Référence				
<p>Company and government websites and social networks, company and government documents. Articles and exercises made available by team of instructors. SOL e-data bank Moratis, L. & Cochius, T. (2011), ISO 26000: The Business Guide to the new Standard on Social Responsibility, Greenleaf Pub.</p>				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			
Strong personal motivation to improve oral and written English. Motivation to improve is more important than the	<p>This workshop recruits students who:</p> <ul style="list-style-type: none"> - value CSR and would like to work for a CSR-minded company in the future; - believe that being able to work in English is vital for their career; - are curious and would like to develop their creative potential; - enjoy problem-solving in multi-cultural teams; - would like to build skills in interacting with professionals. 			

Course Sequence and Homework Description

SEMESTER 1 September – December 2018

*The following is subject to change depending on availability of partners

Sessions 1 & 2 Leader: Krista Finstad-Milion (Canadian) ICN Business School
Topic : Kick-off session : Introduction to course, CSR awareness building activities and team-building

Session 3 Leader: Pascal Thomas, AFNOR (*Association Française des Normes*) Regional Delegate (French)
Topic: Organisational and Corporate Social Responsibilities and CSR Flash Audits

Sessions 4 & 5 Leader: Krista Finstad-Milion
Topic: Field trip to visit partners in the Vosges/Business research methodology applied to the field

Session 6 Leader: Wendelin Küpers (German) ICN Business School
Topic: Design Thinking for Sustainable Change I

Session 7 Leader: Angie Celaya (Argentina) Alternativa'Com Marketing
Topic: Strategic Visual Presentations I

Sessions 8 & 9 Leader: Cyril Miel (French) Central Bank of Luxembourg
Topic: Project Management I & II

Session 10 Leader: Wendelin Küpers
Topic: Design Thinking for Sustainable Change II

Sessions 11 & 12 Leader: Krista Finstad-Milion
Topic: Field trip to visit partners in the Vosges/Business research methodology applied to the field

Session 13 Leader: Angie Celaya
Topic: Strategic Oral & Visual Presentations

Sessions 14 & 15 Leader: Krista Finstad-Milion
Topic: Field trip to company partners and midway presentations

SEMESTER 2 January-April 2019

Session 16 Leader: Krista Finstad-Milion
Topic: Teamwork II (usually new international students join the workshop)

Session 17 Leaders: Krista Finstad-Milion & Virginie Richard (French) ICN Business School
Topic: Business Research Methodology and e-data banks

Sessions 18 & 19 Leader: Krista Finstad-Milion
Topic: Theory applied to field investigations

Session 20 Leader: Wendelin Küpers
Topic: Design Thinking for Sustainable Change III

Session 21 Leader: Angie Celaya
Topic: Internal Communication

Session 22 Leader: Angie Celaya
Topic: External Communication

Session 23 Leader: Cyril Miel
Topic: Project Management III

Session 24 Leader: Krista Finstad-Milion
Topic: Stakeholder Relations

Sessions 25 & 26 Leaders: Krista Finstad-Milion
Topic: Design Thinking with partners

Session 27 Leader: Angie Celaya
Topic: Strategic Visuals II

Session 28 Leader: Cyril Miel
Topic: Project Management IV

Session 29 & 30 Leader: Krista Finstad-Milion
Topic: Final presentations before company partners and team and individual debriefing

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50 % Students will regularly be tested to encourage self –monitoring of individual development and team performance

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50% Duration : hours

Written MCQ Oral & PPT Report Participation

Additional information:

The students will engage in regular field observation notes, audits and team progress reports. In-class exercises will favor high interactivity between instructors and students. Student teams will be directly responsible for updating a CSR audit in partner company. Regular team progress reports on team project will contribute to a midway point and final formal report and oral presentations before key stakeholders. Students who perform well are rewarded according to the Ecole de Mines Grade Scheme.

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	AT ARTEM	
Title			% DDRSE	
Acteur de l'économie de demain			-	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Marie-France CLERC-GIRARD	S3 – S4	10 ECTS	90 h	FRA
Course description and Teaching Methods				
<p>L'atelier est scindé en 3 temps :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Apports méthodologiques (appréhension des modèles économiques en appui de la démarche de l'analyse stratégique, appréhension des organisations et de leur gouvernance) Définition des concepts : analyse des valeurs ajoutées et décryptage des clés de succès de nouveaux modèles entrepreneuriaux ou de tout projet. - Présentation de porteurs de projets et étude de cas « terrain » Découverte d'entreprises. Mise en relief des apports méthodologiques aux problématiques réelles d'entrepreneurs. - Réalisation de travaux concrets, recherche et présentation de pistes de développement pour les projets présentés en atelier. 				
Content				
<p>Cours co animés par 3 professeurs stratégie, économie, droit & RSE et complétés par des professionnels experts, sociétés de consultants. Travaux donnés régulièrement aux étudiants pour des recherches individuelles ou en groupe afin de capitaliser une ouverture d'esprit et un apprentissage économique. L'ensemble des travaux sont discutés, débattus en salle avec les enseignants. Des visites d'entreprises « significatives » sont organisées ainsi que des visites de laboratoires. L'idée sous-jacente de cette démarche est la recherche de mise en veille et en situation des étudiants. Parallèlement, des missions d'accompagnement de sociétés, sont proposées.</p>				
Learning objectives				
<p>Autonomie, réflexion, analyse critique, prise de recul/économie classique, capacité à établir des scénarii d'anticipation, et des diagnostics formulation de solutions innovantes. Organiser, piloter et documenter un projet.</p>				
Référence				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			

Intended Learning Objectives

Innovation organisationnelle, sociale, technologique, territoriale. Propositions de valeurs de rupture. Modalités d'accompagnement et d'appui auprès de tout type d'organisations.

Projets déjà traités :

Valopneu : une innovation technologique au service d'une innovation sociale dans une démarche d'économie circulaire

Assessment Methods

Inclass Assessment: 0% Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 100 % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Une soutenance orale en décembre sur l'analyse de nouveaux modèles économiques choisis et retenus par l'étudiant, une 2^{de} soutenance orale et un projet formulé sur la mission entrepreneuriale proposée

Programme		Year	Route		
ICN Grande Ecole		2A	AT ARTEM		
Title			% DDRSE		
Atelier ARTEM : Family Business and Entrepreneurship			-		
Leader	Period	Credits	Volume	Language	
Mahamadou Biga-Diambeidou	S3-S4	10 ECTS	90h	ENG/FR	
Course description and Teaching Methods					
<p>It's well-known that family businesses are the predominant form of firms in the world, have longevity, incubate new business and create wealth contributing an estimated 70 to 90% of the global GDP. In Europe family enterprises represent 60 to 80% of existing companies, contribute around 50% of GDP and generate more than 60 million jobs in private sector. The family-owned businesses also have strong entrepreneurial activity over time and while they are similar to non-family enterprises in some respects, they are unique in others specifically by the significant influence of the controlling family on the creation, development, mode of growth, and exit of a business. Despite this significant level of entrepreneurial activity over time, family business management remains challenging, it is thus important to understand the unique dynamics challenge and opportunities available to these firms. This course prepares students (1) to explore their interest in joining family enterprise and (2) to be effective managers and leaders of entrepreneurial family companies. The teaching methods include lecture, guest speakers, case studies, research papers, field research and extensive class discussion.</p>					
Content					
<p>This class provides students with a useful framework for exploring the dynamic of entrepreneurial family firm through the family system, business system, the ownership system and their intersection. More specifically, focus will be on the examination of some critical issues such as inter-generational dynamics, managing of conflict, succession planning and transfer of power from one family member to another, perspective of different stakeholders in family firms, professionalization and strategic solution to improve family firm performance.</p> <p>There is unique opportunity for sponsorship and coaching of a selected team of three students to compete in the UVM Global Family Enterprise Case Competition in Vermont (USA). In addition, students are exposed to some professionals who deal with family firms. Finally, the course is a real opportunity for extensive interaction and discussion in class as well as to view an entrepreneurial family enterprise closely through a field project.</p>					
Learning objectives					
<p>This course aims to:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Allow you to explore your interest in joining family enterprise as a family member that owns the business, or as supplier, a customer or an employee. -Develop your understanding of the complexity related with the dynamic of family firms, the challenges facing family enterprises and the opportunities available to these firms -Enhance your ability to be more creative, effective managers and leaders knowing how to navigate, to address problem facing family business and to contribute in the development of sustainable entrepreneurial family firms. 					
Référence					
<p>Detailed information and the course materials (including required readings: BOOK, CASES and ARTICLES) will be offered to the participants</p>					
Prerequisite		Expected Profile and Selection Process			
<ul style="list-style-type: none"> - Fundamental management (for the ICN students) - Good level of English, - Motivation to participate 		<ul style="list-style-type: none"> - The FBE program is limited to 20 high motivated students. - The selection is based on the application form and resumes (CV). - Depends on the number and the quality of applications, a short list of selected candidates may be contacted by mail for a short individual meeting. 			

Course Sequence and Homework Description

The program is organized around three main phases as follows:

1. Phase I : **Professional Development & Training for FECC (30h)**
(*Period of September to June*)
 - Lecture, Seminar, Workshop, training, coaching and ICN team selection for FECC
2. Phase II: **UVM Global Family Enterprise Case Competition in Vermont (FECC) (15h)**
(*Period of January*)
 - Case Competition
 - International exposure
3. Phase III: **Entrepreneurial Family Firms Lab (EFF Lab) (45h)**
(*Period of January to June*)
 - Company visits and field trips
 - Family Business Interviews
 - Case development and/or research activities

Assessment Methods

Inclass Assessment: 100 %

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	Atelier ARTEM/MSc	
Title			% DDRSE	
Approche sectorielle de la communication digitale			-	
Leader		Credits	Volume	Language
Christophe RETHORÉ		9 ECTS	90h	FRA/ENG
Course description and Teaching Methods				
<p>Etude globale des stratégies de communication utilisées dans les entreprises, les institutions publiques, etc. Lectures, discussions, cours magistraux/conférences, études de cas.</p>				
Content				
<p>Etude approfondie des stratégies de communication B2B et B2C : entreprises, organisations culturelles, clubs de sport, banques, distribution et commerce de détail, collectivités territoriales, instances gouvernementales, organisations internationales, partis politiques, ONG, hôpitaux, presse en ligne, etc.</p>				
Learning objectives				
-				
Référence				
-				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			
-	-			

Intended Learning Objectives

Dans cet atelier, nous étudierons plusieurs exemples de stratégies créatives de communication (numérique et classique) à travers une approche sectorielle :

B2B et B2C

entreprises

organisations culturelles

clubs de sport

banques

distribution et commerce de détail

collectivités territoriales

instances gouvernementales

organisations internationales

partis politiques

ONG

hôpitaux

presse en ligne, etc.

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50% Duration :

Written

MCQ

Oral

Report

Participation

Final Exam : 50 %

Duration :

Written

MCQ

Oral

Report

Participation

Additional information:

Cliquez ici pour taper du texte.

Atelier IRE / IRE Workshop / Nancy

Programme		Year	Route		
ICN Grande Ecole		2A	Audit		
Title			% DDRSE		
Atelier IRE			<20%		
Leader	Period	Credits	Volume	Language	
Stéphanie THIERY DUBUISSON	S3-S4	10	102	FRA/ENG	
Course description and Teaching Methods					
<p>L'atelier IRE est destiné à compléter la route audit pour les étudiants qui souhaitent bénéficier des équivalences du révisorat d'entreprises luxembourgeois. Le cours se scinde en une partie d'approfondissement et de révision de la comptabilité financière, de la comptabilité bancaire, ainsi que par les spécificités de l'audit de fonds et de droit des sociétés appliqué à l'audit.</p>					
Content					
<p>Comptabilité financière : révisions de première année, approfondissement Comptabilité bancaire Audit de fonds Droit des sociétés appliqué à l'audit</p>					
Learning objectives					
<p>Approfondissement et découverte des notions manquantes pour le diplôme de réviseur</p>					
Référence					
<p>Comptabilité, apprentissage programmé avec tests et corrigés (Joseph A & Dehan-Maroye R), 2010, De Boeck DCG 10 - Comptabilité approfondie (Robert Obert, Marie-Pierre Mairesse), 2013 - 4ème édition, Dunod, Collection : Expert Sup</p>					
Prerequisite		Expected Profile and Selection Process			
Route audit		Route audit			
Course Sequence and Homework Description					

Comptabilité financière révisions (en French Gaap, en comptes sociaux) (54h)

- Opérations sur les actifs : définition des actifs, pertes de valeur
- Opérations sur les passifs : définition des passifs, comptabilisation
- Opérations de régularisation de produits et de charges
- Fonctionnement et comptabilisation de la TVA
- Les contrats à long terme : problématiques, comptabilisation et analyse des documents de synthèse
- La gestion de l'entreprise : analyse financière des différents cycles de l'entreprise, outils de diagnostic
- La gestion de la trésorerie : besoin ponctuel et structurel de trésorerie, modalités de financement des besoins
- La constitution et la variation du capital de l'entreprise
- L'affectation du résultat des entreprises

Spécificités de la comptabilité bancaire (12h)

Spécificités de l'audit de fonds (12h)

Droit des sociétés appliqué à l'audit (12h)

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50% Duration : 20 to 30 minutes each sequence

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50% Duration : 6 hours (3 x 2 hours)

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Spécialisations classiques NANCY / classic specializations NANCY

Banks, funds and markets (english)

Programme		Year	Route		
ICN Grande Ecole		2A	F_BFM		
Title			% DDRSE		
Asset and Fund Managemet			<20%		
Leader	Period	Credits	Volume	Language	
Michel Verlaine	S4_1	4	30 h	ENG	
Course description and Teaching Methods					
<p>The module starts with the modelling of investor preferences and with an overview of the standard portfolio theory. We learn how to estimate the risk profile of investors from utility functions. We then develop a portfolio construction process in standard environments. We then move on with more advanced behavioural theories of investor behaviour and an overview of behavioural finance theory. We then discuss how these theories are used to develop a behavioral approach to portfolio theory and style analysis. Factor models are presented and rationalized. Afterwards, tactical and strategic asset allocation and behavioural portfolio theory are presented. Finally, risk adjusted performance measures as well as benchmarks are discussed.</p>					
Content					
<p>Utility functions and behaviour under uncertainty.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Portfolio Theory. • Fund Separation and the Asset allocation Puzzle • Equilibrium in Capital Markets. • New theories of behaviour under uncertainty. • Categorization of different investor profiles. (Assess + questionnaires) • Strategic and Tactical Asset Allocation Techniques • Introduction to the notion of benchmarking. • Performance measurement and managers' control. 					
Learning objectives					
<p>The student should be able to evaluate the risk aversion from a utility function The student should be able to construct a portfolio The should should be able to allocate funds according the their risk aversions The student should be able to evaluate expected returns of different assets The student should be able to detect market timing and a annormal performance The student should be able to construct a benchmark for a fund</p>					
Référence					
<p>Michel Verlaine (2016) « The Economics of the Asset Management Industry: A Behavioral Economics Approach », Editions Universitaires Européennes Brown et al. (.) « Modern Portfolio Theory »</p>					
Prerequisite		Expected Profile and Selection Process			
ICN 2 Standard		Analytical skills and a good level in English			

Course Sequence and Homework Description

States and Bernoulli Utility Functions
Expected Utility function
Functional Forms and Risk aversion
Taylor Expansions and Mean-Variance selection criteria
Mean-Variance space
Efficient Frontier
Fund allocations and Mutual Fund Theorem
Indifference Curves
Market Price of Risk
Market Equilibrium and CAPM
The Security Market Line
Introduction of Frictions;

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50 % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50 % Duration : 3 hours

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	F_BFM	
Title			% DDRSE	
International Banking			<20%	
Leader		Credits	Volume	Language
Michel VERLAINE	S4_2	4 ECTS	30 h	ENG
Course description and Teaching Methods				
<p>The course starts by analyzing Financial Institutions in light of transaction costs and asymmetry of information. We explain why companies are not necessarily financed through the stock market and focus on the value added of banks. We then analyze the emergence of the Shadow Banking System and how it led to the crisis. We then focus on the Management of banks with a special focus Liquidity Management, ALM, Capital Adequacy and Credit Risk. Off-balance sheet finance will also be discussed. The course explains how financial regulation can partly “solve” the asymmetry of information problem. This leads us to develop an understanding the structure of the Banking system. Finally, Central Banks in a global perspective will be analyzed. The course consists of in-class discussions and presentations of the relevant topics. Some exercises will also be done in class.</p>				
Content				
<p>The course aims at providing an understanding of the international banking system. We start by analysing the relationship between asymmetry of information and the Financial Structures. This enables us to understand the origin of the subprime crisis and shed light on the functioning and the complexity of the banking system. We discuss the way banks should be managed as well as the role of financial regulation. This leads us to analyse the banking industry, namely its structure and the degree of competition. We close by analysing the role of Central Banks in a Global Perspective.</p>				
Learning objectives				
<p>The student should be able to understand the way the banking system works The student should understand the distinction between shadow banks and regular banks The student should be able to understand the Risk Management problems in the Banking system</p>				
Référence				
<p>Mishkin (2013), The Economics of Money, Banking and Financial Markets (Chap. 8- Chap. 14)</p>				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			
ICN 2 Standard	Analytical skills and a good level in English			

Course Sequence and Homework Description

Economic Analysis of Financial Structures (Chap 8 : Mishkin book) 4h

Financial Crisis and the role of the Shadow Banking System Chap 9+10 Mishkin Book + Lecture Notes Verlainé (4h)

Banking and Management of Financial Institutions Chap 11 Mishkin Book (4h)

Economic Analysis of Financial Regulation Chap 12 Mishkin Book (4h)

Banking Industry: Structure and Competition Chap 13 Mishkin Book (4h)

Central Banks: Global Perspective Chap 14 Mishkin Book (4h)

The Architecture of Finance (6h)

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50 % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50 % Duration : 3 hours

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Programme		Year	Route		
ICN Grande Ecole		2A	F_BFM		
Title			% DDRSE		
Valuation of Financial Products			<20%		
Leader	Period	Credits	Volume	Language	
Michel VERLAINE	S4_3	4	30 h	ENG	
Course description and Teaching Methods					
<p>The course is a first pass on the valuation methodologies in Finance, with a special focus on standard derivative products such as plain vanilla put and calls. The course starts by analyzing valuation approaches in a discrete framework. We discuss non-arbitrage possibilities and the complete markets approach. We then move on to more advanced continuous time models. We introduce the notion of a Brownian motion and Stochastic Calculus. This will enable us to formulate option pricing equations in terms of continuous asset price dynamics. Basically,, the course is an introduction for more advanced courses with path-dependent derivatives and credit derivatives. The course also introduces notions that are useful to understand risk models. The teaching approach consists in short theoretical developments followed by exercises done in class on the board.</p>					
Content					
<p>The course aims at familiarizing students with valuation techniques in simple environments and for simple financial products using binomial trees. The student learns how a pricing problem is solved in discrete spaces. The course introduces the notions of risk neutral versus standard pricing using historical probabilities. It also analyzes the pricing of American options with multistep trees. The students also learn how to calibrate the trees to be consistent with market data. Finally we introduce continuous time models used in more advanced courses. We discuss Ito calculus and Brownian motions.</p>					
Learning objectives					
<p>The student should be able to understand the non-arbitrage approach The student should be able to understand and use the stochastic continuous time models The student should be able to value plain vanilla put and call options</p>					
Référence					
<p>Michel Verlain (2016) « The Economics of the Asset Management Industry: A Behavioral Economics Approach », Editions Universitaires Européennes</p> <p>John Hull, "Options, Futures and Other Derivatives"</p>					
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process				
ICN 2 Standard	Analytical skills and a good level in English				

Course Sequence and Homework Description

The Arbitrage Theorem and Complete Markets(4h)

Payoff strategies using options (4h)

Valuation of European Options in a Discrete Framework (4h)

Valuation of American Options in a Discrete Framework (4h)

Random Walks, Brownian Motion (4h)

Stochastic Calculus: Ito's Integral and Girsanov's Theorem (4h)

Valuation of Standard Plain Vanilla Options in Continuous Time (6h)

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50 % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50 % Duration : 3 hours

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Audit (English/French)

Programme		Year	Route		
ICN Grande Ecole		2nd	Audit		
Title			% DDRSE		
Principles and Practice of Group accounts			20% à 40%		
Leader	Period	Credits	Volume	Language	
Cristiane BENETTI	S4_1	4	30h	ENG	
Course description and Teaching Methods					
<p>What is a 'group' company ? How is it controlled ? For major companies, the group accounts are the statement to which most attention is paid. Worldwide, however, there are disputes about the way in which such accounts are compiled. Consolidation involves theories about the composition of the group itself. And more difficult questions arise about special purpose entities : when should they be consolidated ? How a parent company is required to prepare and present a set of consolidated accounts ?</p> <p>Lectures, participation, directed work</p>					
Content					
<p>Background of financial reporting Consolidated Balance Sheet Consolidated Profit and Loss account Regulatory Framework Other Aspects of Consolidation</p>					
Learning objectives					
<p>Appreciate the conceptual background underlying the preparation of group accounts Differentiate group accounts and consolidated accounts Appreciate various methods of combining businesses Understand different types of group structure</p>					
Référence					
<p>Pierce A. & Brennan N. (2010), Principles and Practice of Group accounts, a european perspective, Cengage learning Melville A., International Financial Reporting, A practical guide, Ed : Prentice Hall, 3rd ed, 2011 IASB siteweb: http://www.ifrs.org/IFRSs/Pages/IFRS.aspx</p>					
Prerequisite		Expected Profile and Selection Process			
		Audit Route			

Course Sequence and Homework Description

- √ Background of financial reporting
 - Business combinations and introduction to group accounts
 - Control definition
 - Presentation of Financial Statements and Segmental Analysis : IAS 1- IAS 8 - IFRS 1
- √ Consolidated balance sheet(IFRS 10,11 and 12)
 - Basic working accounts
 - Consolidation adjustments
 - Inter company dividends
 - Indirect Holdings
 - Equity accounting
 - Merger Accounting
- √ Consolidated profit and loss account (IFRS 10,11 and 12)
 - Preparation
 - Equity accounting
 - Shares in subsidiaries
- √ Regulatory Framework (IFRS 10,11 and 12)
 - Introduction
 - Parent and subsidiary undertakings
 - Joint Ventures
 - Acquisition and merger accounting
 - Goodwill
- √ Other aspects
 - Foreign subsidiaries
 - Consolidated cash flow statements

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50% Duration : 27 hours

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50% Duration : 1,5 hours

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Cliquez ici pour taper du texte.

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	AUD	
Title			% DDRSE	
<h2 style="text-align: center;">Audit Governance Internal Control</h2>			-	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Stephanie THIERY DUBUISSON	S4_2	4 ECTS	30h	ENG
Course description and Teaching Methods				
<p>What is meant by corporate governance and the relationship between a client's corporate governance and the audit? What is Internal Control? How to implement it? There is a urgent need to understand internal control as an integrated part of corporate governance and risk management process and its effects on the financial statement audit.</p> <p>Lectures, participation and directed work</p>				
Content				
<p>Understand the concept of corporate governance and its major elements Evaluate the role of the auditor in corporate governance Identify and explain the components of audit risk Discuss internal control as integrated part of corporate governance and risk management process Discuss how the auditors design further audit procedures in response to audit risk Define what is meant by internal control Distinguish among the major components of a client's internal control Define and understand Internal Control Discuss the techniques used by auditors to obtain an understanding of internal control and the communication of internal control</p>				
Learning objectives				
<p>Be able to define and understand : Audit and Governance, Audit Committees, Audit Risk and Business Risk Internal Control : definitions, objectives, components, IT, techniques used by auditors</p>				
Référence				
<p>Thiéry-Dubuisson S. (2009), L'Audit, éditions la Découverte, collection repères, Paris Whittington O. & Pany K. (2014), Principles of auditing and other assurance services, MacGraw Hill, 19th ed.</p>				
Prerequisite		Expected Profile and Selection Process		
-		Audit Route		

Course Sequence and Homework Description

√ Internal control as part of the corporate governance process

- Audit, Governance and Internal Control: Key Concepts and Regulations
- Auditors and the parties involved in a European Context
- The Audit Market
- Audit Committees
- Communication between auditors and the parties involved

√ Internal Control as part of the risk management process

- The Audit Process Model: Planning the Audit
- Assessing Audit Risks and Business Risks
- Responses to assessed Risks

√ Articulate the internal control framework

- Definitions of Internal Control
- Main objectives of Internal Control
- Myths and Reality of Internal Control
- Fraud prevention by Internal Control
- Hard and Soft Controls
- Internal Control Frameworks (COSO, AMF...)
- Internal Control Components (SoD, Control Activities....)
- Flow Charts
- Implementation of IC on a day-to-day basis
- IT Controls
- Auditors' evaluation of IC: processes' identification, controls to test, how to make a plan
- How to deal with control weaknesses

•

Inclass Assessment: 50% Duration : 28,5h

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50% Duration : 1,5 hours

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	AUD	
Title			Code	
External and Internal Auditing			-	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Stephanie THIERY DUBUISSON	S4_3	4	30h	ENG
Course description and Teaching Methods				
<p>Public expectations include questions such as: is the company a going concern? Is it free of fraud? Is it managed properly? Is there integrity in its database? Are there adequate controls? These matters of corporate governance are all concern of the auditors...The new auditing environment will demand new skills of auditors if they are to be reporters and assessors of governance and measurements.</p> <p>Lectures, participation and directed work</p>				
Content				
<p>Auditing : an overview The audit market Ethics for auditors Client acceptance and planning the audit Audit evidence and documentation Audit reporting Internal auditing</p>				
Learning objectives				
<p>Be able to explain why financial audit is demanded by society Contrast the various types of audits and types of auditors Describe how public accounting firms and internal audit divisions are organized Know the contents of client engagement proposal Understand audit risk and materiality Understand analytical procedures Performing audit procedures</p>				
Référence				
<p>Thiéry-Dubuisson S. (2009), L'Audit, éditions la Découverte, collection repères, Paris Whittington O. & Pany K. (2014), Principles of auditing and other assurance services, MacGraw Hill, 19th ed.</p>				
Prerequisite		Expected Profile and Selection Process		
-		Audit Route		

Course Sequence and Homework Description

- √ Professional standards and Ethics
 - Ethics for auditors
 - Professional codes of ethics
 - Independence and competence
 - Professional scepticism
- √ The Audit Market
 - Drivers for audit regulation
 - Public Oversight
 - Audit firms
 - Current developments in the audit market
- √ Planning the Audit
 - General objective
 - Standard planning procedures
 - Understand the knowledge of a client's business required to plan the audit
 - Define and understand each type of risk
 - Materiality
- √ Audit Evidence and Documentation
 - Analytical procedures
 - Audit Sampling
 - Audit assertions
 - Substantive procedures
 - Discuss evidence-gathering techniques
 - Audit documentation and working papers
- √ Audit Reporting
 - Basic elements of the auditor's report, content and form
 - Types of opinions
 - Long form audit report
 - Management Letter
- √ Internal Audit
 - Internal Auditing
 - Operational Auditing
 - Compliance Auditing

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50% Duration : 28,5 hours

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50% Duration : 1,5 hours

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Finance d'entreprise (French)

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	FIN	
Title			U ddrse	
Comptes annuels et consolidés			20% a 40%	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Cristiane BENETTI	S4_1	4 ECTS	30h	ENG
Course description and Teaching Methods				
<p>What is a 'group' company? How is it controlled? For major companies, the group accounts are the statement to which most attention is paid. Worldwide, however, there are disputes about the way in which such accounts are compiled. Consolidation involves theories about the composition of the group itself. And more difficult questions arise about special purpose entities: when should they be consolidated? How a parent company is required to prepare and present a set of consolidated accounts?</p> <p>Lectures, participation, directed work</p>				
Content				
<p>Background of financial reporting Consolidated Balance Sheet Consolidated Profit and Loss account Regulatory Framework Other Aspects of Consolidation</p>				
Learning objectives				
<p>Appreciate the conceptual background underlying the preparation of group accounts Differentiate group accounts and consolidated accounts Appreciate various methods of combining businesses Understand different types of group structure</p>				
Référence				
<p>Pierce A. & Brennan N. (2010), Principles and Practice of Group accounts, a european perspective, Cengage learning Melville A., International Financial Reporting, A practical guide, Ed : Prentice Hall, 3rd ed, 2011 IASB siteweb: http://www.ifrs.org/IFRSs/Pages/IFRS.aspx</p>				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			

Course Sequence and Homework Description

- √ Background of financial reporting
 - Business combinations and introduction to group accounts
 - Control definition
 - Presentation of Financial Statements and Segmental Analysis : IAS 1- IAS 8 - IFRS 1
- √ Consolidated balance sheet(IFRS 10,11 and 12)
 - Basic working accounts
 - Consolidation adjustments
 - Inter company dividends
 - Indirect Holdings
 - Equity accounting
 - Merger Accounting
- √ Consolidated profit and loss account (IFRS 10,11 and 12)
 - Preparation
 - Equity accounting
 - Shares in subsidiaries
- √ Regulatory Framework (IFRS 10,11 and 12)
 - Introduction
 - Parent and subsidiary undertakings
 - Joint Ventures
 - Acquisition and merger accounting
 - Goodwill
- √ Other aspects
 - Foreign subsidiaries
 - Consolidated cash flow statements

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50% Duration :

Written (inclass) MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50% Duration : 1,5 hours

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	F_FIN	
Title			% DDRSE	
Evaluation et diagnostic financiers			-	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Sondes MBAREK – Aziza GARSAA	S4_2	4 ECTS	30 h	FRA
Course description and Teaching Methods				
<p>La première partie de ce module a pour objet de permettre aux étudiants la production d'un diagnostic financier professionnel concernant une PME réelle. Les séances alternent cours et encadrement-accompagnement du travail des groupes d'étudiants (simulation du travail d'un Junior en Cabinet).</p> <p>La deuxième partie doit permettre l'évaluation d'une entreprise. Au terme les étudiants seront en mesure :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comprendre les principes et identifier les principales hypothèses sous-jacentes aux différentes méthodes d'évaluation afin de choisir les méthodes pertinentes - Connaître et savoir recueillir l'information nécessaire - Réaliser un diagnostic financier de l'entreprise - Réaliser une évaluation et rédiger un rapport d'évaluation. 				
Content				
<p>Ce module reprend pour l'essentiel le « Programm Curriculum » du CFA pour la partie « Equity Investments », « Fixed Income » et "financial analysis"</p> <p>La première partie porte sur l'analyse financière</p> <p>La seconde aborde les concepts fondamentaux de l'évaluation des obligations</p> <p>Les trois suivantes traitent de l'évaluation des actions (DDM, DCF, Comparables..)</p> <p>Les trois dernières séances sont consacrées à la mise en œuvre opérationnelle des méthodes d'évaluation</p>				
Learning objectives				
<ul style="list-style-type: none"> - Mobiliser les outils analytiques utiles pour identifier un problème de gestion et le problématiser - Réaliser des rapports professionnels, documentés et argumentés - Développer un esprit critique par rapport à ses propres compétences et prendre les mesures appropriées pour les développer 				
Référence				
<p>Caby J et Koehl J "Analyse financière" Pearson 2° Edition 2012 Thauvron A. « Evaluation d'Entreprise » 2009 Economica 3° Ed Hoarau C. « Analyse et Evaluation financières des entreprises et des groupes », 2008, Vuibert Damodaran A. « Investment Valuation » 2012, Wiley 3° Ed Vernimmen P. "Finance d'entreprise" 2013, Dalloz Christophe Thibierge, Jacky Koehl et alii "Finance" Vuibert 2018</p>				
Prerequisite		Expected Profile and Selection Process		

Course Sequence and Homework Description

Première partie

Analyse de l'activité

Analyse des moyens et rentabilité économique

Analyse du financement et solvabilité-liquidité

Mise en perspective stratégique

Deuxième partie

Introduction générale, l'évaluation dans son contexte, exploitation d'une note d'équité.

Les méthodes patrimoniales : théorie et exercices

Les méthodes actuarielles : la détermination du coût du capital

Les méthodes actuarielles : Les Discounted Cash Flow

Les méthodes fondées sur les revenus résiduels et optionnels

Les méthodes analogiques

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50% Duration :

Written

MCQ

Oral

Report

Participation

Final Exam : 50%

Duration :

Written

MCQ

Oral

Report

Participation

Additional information:

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	F_ASS	
Title			% DDRSE	
Business plan et gestion de trésorerie			-	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Elisabeth PAULET	S4_3	4 ECTS	30h	FRA
Course description and Teaching Methods				
<p>Cet enseignement est constitué de trois ensembles articulés vers la maîtrise des projections financières Le premier module porte sur le business plan : gestion de la trésorerie stratégique Le deuxième module développe une application des outils de diagnostic et les produits de financement de la trésorerie Le troisième module est orienté vers la mise en œuvre opérationnelle en utilisant VBA</p>				
Content				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaboration du Business Plan 2. Les outils de la gestion de trésorerie 3. Les fondamentaux pour la mise en œuvre : VBA 				
Learning objectives				
<p>A l'issue du module, l'étudiant maîtrise les aspects de la gestion de trésorerie sous les trois aspects :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trésorerie stratégique - Trésorerie budgétaire - Trésorerie opérationnelle <p>Il est en capacité de développer les outils informatiques de base en utilisant VBA</p>				
Référence				
Vernimmen « Finance d'Entreprise » Dalloz 2014				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			

Course Sequence and Homework Description

Séquence 1 (9h) Les fondamentaux du plan d'affaires (business plan)

Etude de cas pratique et exercices

Séquence 2 (9h) les outils de gestion de la trésorerie appliquée à une simulation stratégique du business plan

Les supports de financement

Les supports de placement

Séquence 3 (12h) Les développements informatiques

VBA

Assessment Methods

Inclass Assessment: 0% Duration :

Written

MCQ

Oral

Report

Participation

Final Exam : 100 % Duration :

Written

MCQ

Oral

Report

Participation

Additional information:

Contrôle de gestion (French)

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	FIN	
Title			U ddrse	
Comptes annuels et consolidés			20% a 40%	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Cristiane BENETTI	S4_1	4 ECTS	30h	ENG
Course description and Teaching Methods				
<p>What is a 'group' company? How is it controlled? For major companies, the group accounts are the statement to which most attention is paid. Worldwide, however, there are disputes about the way in which such accounts are compiled. Consolidation involves theories about the composition of the group itself. And more difficult questions arise about special purpose entities: when should they be consolidated? How a parent company is required to prepare and present a set of consolidated accounts?</p> <p>Lectures, participation, directed work</p>				
Content				
<p>Background of financial reporting Consolidated Balance Sheet Consolidated Profit and Loss account Regulatory Framework Other Aspects of Consolidation</p>				
Learning objectives				
<p>Appreciate the conceptual background underlying the preparation of group accounts Differentiate group accounts and consolidated accounts Appreciate various methods of combining businesses Understand different types of group structure</p>				
Référence				
<p>Pierce A. & Brennan N. (2010), Principles and Practice of Group accounts, a european perspective, Cengage learning Melville A., International Financial Reporting, A practical guide, Ed : Prentice Hall, 3rd ed, 2011 IASB siteweb: http://www.ifrs.org/IFRSs/Pages/IFRS.aspx</p>				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			

Course Sequence and Homework Description

- √ Background of financial reporting
 - Business combinations and introduction to group accounts
 - Control definition
 - Presentation of Financial Statements and Segmental Analysis : IAS 1- IAS 8 - IFRS 1
- √ Consolidated balance sheet(IFRS 10,11 and 12)
 - Basic working accounts
 - Consolidation adjustments
 - Inter company dividends
 - Indirect Holdings
 - Equity accounting
 - Merger Accounting
- √ Consolidated profit and loss account (IFRS 10,11 and 12)
 - Preparation
 - Equity accounting
 - Shares in subsidiaries
- √ Regulatory Framework (IFRS 10,11 and 12)
 - Introduction
 - Parent and subsidiary undertakings
 - Joint Ventures
 - Acquisition and merger accounting
 - Goodwill
- √ Other aspects
 - Foreign subsidiaries
 - Consolidated cash flow statements

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50% Duration :

Written (inclass) MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50% Duration : 1,5 hours

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	F_CTL	
Title			% DDRSE	
Contrôle de Gestion opérationnel			< 20%	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Yves HABRAN	S4_2	4	30 h	FRA
Course description and Teaching Methods				
<p>Le module contextualise le contrôle de gestion en reprenant les rôles de la fonction Contrôle de gestion et les principaux outils et systèmes utilisés. Il aborde aussi les principales techniques de suivi de l'utilisation des ressources i.e. le suivi des coûts, de la qualité et des délais.</p> <p>Pour chaque cours, des lectures préparatoires et/ou exercices sont requis. Hormis quelques partages d'expériences, la méthode d'enseignement est essentiellement articulée autour de cas pratiques.</p>				
Content				
<ul style="list-style-type: none"> - Introduction à la fonction contrôle de gestion : rôles, rattachement, relations DG et opérationnels, compétences requises - Approfondissement CG et calculs de coûts : analyses de rentabilité en coût complet (centres d'analyses, ABC...), utilisations des techniques de calcul pour aider aux décisions managériales (faire ou faire faire, abandon de produits, commandes additionnelles...) - Calcul et gestion de la qualité / non qualité : Coûts de qualité et de non-qualité, Méthodes d'identification et de gestion de la qualité, Indicateurs qualité, Evaluation de l'impact des améliorations qualité...) - Calcul et gestion des délais : Indicateurs délais, gestion des stocks, théories de contraintes et amélioration des flux... 				
Learning objectives				
<p>AACSB (1.1) L'étudiant saura analyser et mettre en évidence les points saillants d'un problème de gestion suite à une étude mobilisant tous les outils utiles.</p> <p>Connaître les rôles du CG et son évolution Maitriser les techniques de suivi des coûts, de la qualité et des délais</p>				
Référence				
<p>TEXTBOOK : Bhimani, Horngren, Datar, Foster – Management and cost accounting – Pearson Education Customized ICN – 2012 ou 5ème édition 2011. – Utilisation de certains chapitres + Articles, recueil de notes et d'exercices complémentaires sur certains points.</p>				
Prerequisite		Expected Profile and Selection Process		
Comptabilité générale – Comptabilité de gestion				

Course Sequence and Homework Description

- S1 : Positionnement, rôles et missions du Contrôle de gestion 3H
- S2/3 : Calcul et gestion des coûts (1) : Introduction 3 h
- S4 : Calcul et gestion des coûts (2) : Approfondissement calcul de coûts complets : 3 h
- S5 : Calcul et gestion des coûts (3) : Approfondissement ABC/ABM : 3 h
- S6 : Calcul et gestion des coûts (4) : Approfondissement seuil de rentabilité, coût marginal : 3 h
- S7 : Calcul et gestion des coûts (5) : Calculs de coûts et aide à la décision managériale : 3 h
- S8 : Test Calcul et gestion des coûts : 1,5 h
- S9 : CG et gestion de la qualité (1) : 1,5 h
- S10 : CG et gestion de la qualité (2) : 3 h
- S11 : CG et gestion de la qualité (3) : 1,5 h
- S11 : CG et gestion des délais (1) : 1,5 h
- S12 : CG et gestion des délais (2) : 1,5 h
- Test : CG opérationnel (tout sauf gestion des coûts) : 1,5 h

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50% Duration : 1,5 h.

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50 % Duration : 1,5 h

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

L'examen intermédiaire porte sur le calcul des coûts. L'examen final porte sur le suivi de la qualité et/ou des délais.

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	F_CTL	
Title			% DDRSE	
Contrôle de gestion stratégique			< 20%	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Yves HABRAN	S4_3	4	30 h	ENG

Course description and Teaching Methods	
<p>Le cours aborde des outils destinés à mettre en œuvre, le suivi et l'amélioration de la stratégie d'une institution. Il concerne la fixation d'objectifs stratégiques via la planification stratégique et le business plan, la mise en place d'outils de suivis stratégiques comme le 'balanced scorecard', le suivi de la valeur ajoutée des activités et des processus clefs via l'ABC/ABM et le suivi de la performance produit sur l'ensemble du cycle de vie.</p>	
Content	
<ul style="list-style-type: none"> - Business plan : Utilités / limites du BP, business Model et Business Plan, éléments constitutifs du BP (CR, Trésorerie, Bilan prévisionnels), approfondissement sur certains éléments de planification particuliers - Tableaux de bords stratégiques et Balanced Scorecards : Démarches de conception, utilisation des outils à des fins stratégiques (communication, choix d'investissements et d'allocations, évaluations, apprentissage...)... - Management des activités et des processus : ABC approfondissement + ABM, gestion par processus / Indicateurs transverses - Gestion des coûts sur le cycle de vie : Life cycle costing, Coûts cibles et analyse de la valeur, Kaizen costing 	
Learning objectives	
<p>AACSB (1.1) L'étudiant saura analyser et mettre en évidence les points saillants d'un problème de gestion suite à une étude mobilisant tous les outils utiles.</p> <p>Maîtrise des outils de planification stratégique, de suivi stratégique (TDB + BSC), de l'ABC/ABM et des outils de gestion du cycle de vie.</p>	
Référence	
<p>TEXTBOOK : Bhimani, Horngren, Datar, Foster – Management and cost accounting – Pearson Education Customized ICN – 2012 ou 5ème édition 2011. – Utilisation de certains chapitres + Articles, recueil de notes et exercices complémentaires sur certains points.</p>	
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process
Comptabilité générale – Comptabilité de gestion	

Course Sequence and Homework Description

S1 : Business Plan (1) : 3 h
S2: Business Plan (2) : 3 h
S3 : Business Plan (3) : 3 h
S4 : Business Plan (4): 3 h
S5 : Tableaux de bord stratégiques / BSC (1) : 3 h
S6 : Tableaux de bord stratégiques / BSC (2) : 3 h
S7: Gestion de la performance des activités et des processus (ABC/ABM) : 3 h
S8 : Gestion de la performance des activités et des processus (ABC/ABM) : 3 h
S9: Gestion de la performance sur le cycle de vie : 2 h
S11 : Gestion de la performance sur le cycle de vie : 2 h
S12 : Test CG stratégique : 2 h.

Assessment Methods

Inclass Assessment: 0 % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 100 % Duration : 2 hours

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Distribution, e-commerce et management des grands comptes (French)

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	M_DEC	
Title			% DDRSE	
Marketing d'enseigne et de point de vente			<20%	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Michel MAKIELA	S4_2	4	30 h	FRA
Course description and Teaching Methods				
<p>Aspects fondamentaux des réseaux de distribution avec un focus particulier sur la grande distribution alimentaire (GSA) et la grande distribution spécialisée (GSS) Etudes de cas, lectures, conférences et participation au challenge Auchan</p>				
Content				
<p>Marketing des enseignes de la grande distribution. Etude de différents exemples : Grandes Surfaces Alimentaires et Grandes Surfaces Spécialisées (Habillement, Equipements sportifs, Ameublement, Electroménager, ..).</p>				
Learning objectives				
<ol style="list-style-type: none"> 1) Acquérir une grille d'analyse des différents réseaux de distribution 2) Comprendre les différentes stratégies des enseignes de distribution et leurs modes d'organisation 3) Maîtriser les facteurs essentiels du marketing d'enseigne : offre commerciale (assortiment), merchandising, design du point de vente, communication, politique tarifaire, relation client. 				
Référence				
<p>Références non obligatoires :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La distribution, Organisation & stratégie, M. Filser & al, EMS, 2012 (ed. 2) - La distribution, Stratégies des réseaux et management des enseignes, J. Dioux & M. Dupuis, Pearson, 2009 (ed. 2) 				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			
-				

Course Sequence and Homework Description

Séance 1 : Panorama des réseaux de distribution – Introduction au challenge Auchan
Séance 2 : Etude de cas Decathlon – Secteur Habillement (Laurent Polo)
Séance 3 : Challenge Auchan – état d'avancement
Séance 4 : Marketing d'enseigne
Séance 4b : Etude de cas Habillement (Laurent Polo)
Séance 5 : Challenge Auchan – Etat d'avancement
Séance 5bis : Challenge Auchan - Soutenance finale

L'ordre des séances peut être modifié pour cause de problème d'agenda des témoins mandatés par les entreprises partenaires.

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50 % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50 % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	M_DEC	
Title			% DDRSE	
Category Management & Trade Marketing			<20 %	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Michel MAKIELA	S4_3	4	30 h	FRA
Course description and Teaching Methods				
<p>Aspects fondamentaux du Category Management et du Trade Marketing dans la grande distribution Etudes de cas, lectures/échanges & conférences</p>				
Content				
<p>Category Management dans la grande distribution : principes, stratégies, mode de relations enseignes /industriels (marques) Management des opérations de trade marketing : promotions, coupons de réduction, ... Etude de différents exemples avec les industriels ou prestataires : Johnson & Johnson, Bongrain, Catalina...</p>				
Learning objectives				
<p>4) Comprendre les objectifs et les pratiques du Category Management pour développer le CA d'une catégorie de produits au sein d'une enseigne 5) Comprendre les mécanismes relatifs à la mise en place d'opérations de promotion conjointe entre les enseignes et les marques</p>				
Référence				
<p>Références non obligatoires :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Etudes de cas remises par les instructeurs - La distribution, Organisation & stratégie, M. Filser & al, EMS, 2012 (ed. 2) 				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			
Il faut avoir suivi le module ICN2 « Stratégie Marketing »				

Course Sequence and Homework Description

Séance 1 : Principes du Category Management (JM Drubay)
Séance 2 : Conférence Bongrain (C. Brouant)
Séance 3 : Etude de cas Category Management - 1ere partie(Johnson & Johnson)
Séance 4 : Marketing de l'offre (Auchan)
Séance 5 : Etude de cas Category Management - 2ere partie(Johnson & Johnson)
Séance 6 : Etudes de cas Catalina

L'ordre des séances peut être modifié pour cause de problème d'agenda des témoins mandatés par les entreprises partenaires.

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50 % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50 % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

9Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	M_DEC	
Title			% DDRSE	
Panels, environnement juridique et organisation logistique			<20%	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Michel MAKIELA	S4_1	4	30 h	FRA
Course description and Teaching Methods				
<p>Aspects fondamentaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Droit de la distribution (9h) - Logistique (9h) - Panels (12h) <p>Etudes de cas, lectures/échanges & conférences</p>				
Content				
<p>Principes de droit relatifs aux domaines spécifiques : fixation des prix, distribution, publicité Fondamentaux de la logistique appliquée à la grande distribution (alimentaire & non-alimentaire) Outils d'aide à la décision : panels distributeurs, panels consommateurs ...</p>				
Learning objectives				
<p>6) Acquérir les principes fondamentaux du droit en matière de prix, de distribution & de publicité. 7) Acquérir les principes fondamentaux en matière de logistique appliquée à la grande distribution 8) Comprendre comment pouvoir prendre une décision à partir de panels distributeurs ou panels consommateurs</p>				
Référence				
<p>Références non obligatoires :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Documents & études de cas remises par les instructeurs 				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			
Il faut avoir suivi le module ICN2 « Stratégie Marketing »				

Course Sequence and Homework Description

Séance 1 : Panels introduction (D. Caumont)
Séance 2 : Panels – mise en pratique (D. Filali)
Séance 3 : Panels – mise en pratique (D. Filali)
Séance 3 : Droit & distribution (A. Tosello)
Séance 4 : Droit & prix (A.Tossello)
Séance 5 : Droit & publicité (A.Tossello)
Séance 6 : Logistique – gestion plateforme logistique
Séance 7 : Logistique – gestion transports
Séance 8 : Logistique – management stratégique de la supply chain

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50 % Duration : 1 hour

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50 % Duration : 1 hour

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Design de l'offre et innovation (French)

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	M_ICD	
Title			% DDRSE	
Management de l'offre			< 20%	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Douniazed FILALI	S4_2	4 ECTS	30 h	FRA
Course description and Teaching Methods				
<p>1. Principes fondamentaux et méthodologie liés à la séquence diagnostic / stratégie / planification marketing. 2. Présentation des éléments techniques constitutifs de l'offre (produit/marque et prix) et développement des techniques pour une gestion de l'offre au niveau international.</p> <p>Méthode pédagogique : cours-conférences, lectures et travaux préparatoires, applications et études de cas.</p>				
Content				
<ul style="list-style-type: none"> • Du diagnostic stratégique à l'élaboration de l'offre • La gestion du portefeuille produit • La gestion de la marque (extension) • Les aspects marketing de la fixation des prix • La gestion de l'offre au niveau international 				
Learning objectives				
<p>1/ Maitriser la méthodologie d'un diagnostic marketing; savoir utiliser et construire des modèles d'analyse stratégique; apprendre à développer et à exploiter des outils d'aide à la décision marketing; comprendre les méthodes d'élaboration de stratégie et de planification marketing et leur cohérence. 2/ Maitriser les concepts théoriques 3/ Gérer un portefeuille produit, appréhender les différentes problématiques actuelles des marques (politique internationale, extension de l'offre, ...) Elaborer un prix vente en intégrant les différentes contraintes de coûts, du marché, de la demande,dans un contexte national et international</p>				
Référence				
<p>ARMSTRONG G., KOTLER Ph., LE NAGARD E. et LARDINOIT T. (2013), Principes de marketing, Pearson, 11^{ème} éd. MICHON ch (eds) (2010), Le Marketeur : fondements et nouveautés du marketing, Pearson, 3^{ème} Edition. VAN LAETHEM N. et MORAN S. (2014), La Boîte à outils du chef de produit – Dunod, 2eme éd., Collection La Boîte à Outils.</p>				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			
Choix de la Route Design de l'Offre et Innovation				

Course Sequence and Homework Description

Les différentes séances :

Du diagnostic stratégique à l'élaboration de l'offre PGC

Application : Etude de cas (notée)

La gestion portefeuille produit

Brand Management (extension de marque)

Le pricing

Application : Etude de cas (notée)

Gestion portefeuille produit à l'international

Evaluation de synthèse : QCM

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50 % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50% Duration : 1h30

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Contrôle continu : résolution d'études de cas par groupe (retour de dossiers avec éventuellement présentation orale pour certains groupes), évaluation pondérée par l'implication de l'étudiant.

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	M_DOI	
Title			% DDRSE	
Etude de marché			-	
Leader	Period	Crédits	Volume	Langage
Douniazed FILALI	S4_1	4 ECTS	30 h	FRA
Course description and Teaching Methods				
<p>L'étude de marché est une étape primordiale pour la préparation d'un projet avant son lancement. Elle permet de collecter et d'analyser toutes les informations nécessaires pour sa mise en place dans un cadre particulier. Une étude de marché est un processus de collecte et d'analyse d'informations concernant le marché dans lequel va s'inscrire le projet d'une entreprise. Cette étude permettra de statuer quant à la rentabilité du projet avant sa mise en place, et servira à élaborer un business plan suivant les nécessités définies par le marché.</p>				
Content				
<p>Il s'agira de choisir son marché selon le type de produit ou service à fournir, l'évolution du marché en question, les volumes de vente et le chiffre d'affaires à atteindre. Les consommateurs seront définis selon leur proximité, leurs besoins, leurs fréquences et leurs habitudes de consommation.</p> <p>Les concurrents, quant à eux, seront identifiés selon leur importance, leurs prix et leurs politiques technico-commerciales. Ceci permettra de s'aligner par rapport à une stratégie rodée, en identifiant les éléments à améliorer et les risques à anticiper.</p> <p>L'environnement du marché devra ensuite être abordé à travers le cadre réglementaire, ainsi que les opportunités et les risques pouvant en découler. Ceci permettra de statuer quant à l'importance du projet et les innovations qu'il pourrait apporter au niveau du marché.</p> <p>L'analyse de toutes ces données permettra de lancer le projet dans des conditions stables, à travers la détermination du chiffre d'affaire prévisionnel à atteindre et l'établissement d'un business plan adapté aux conditions du marché.</p>				
Learning objectives				
<p>Elaborer une étude de marché s'appuie sur une démarche rigoureuse et se fait selon des étapes précises. Il s'agit, en effet, de commencer par l'identification du problème, en mettant en relation l'activité exercée avec les objectifs à atteindre dans un certain environnement. La détermination des éléments nécessaires à l'étude se fera, ensuite, à travers l'identification de l'échantillon à étudier, des informations à recueillir et la définition du mode de collecte d'informations. Cette étape se fera en choisissant les sources d'informations selon leur fiabilité et la crédibilité de leurs résultats. Une analyse statistique de ces données permettra d'élaborer un rapport d'étude, qui servira à orienter le choix du projet et à répondre au premier point de toute la démarche.</p>				
Référence				
Y. Evrard, B. Prat et D. Roux « Market »				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			

Course Sequence and Homework Description

Séance 1 - Rossella SORIO -

Étude du marché comme source d'idées pour les nouveaux produits : les études usages et attitudes, les approches ethnographiques, le suivi des tendances, le test du concept (réunions de groupe, entretiens individuels, sondage par questionnaire), les tests de produits (tests techniques, tests sensoriels..), concept-use tests, l'évaluation du prix acceptable, les tests de packaging, les marchés tests, l'observation client

Séance 2, 3 et 4 - Douniazed FILALI -

Panels (1) : Définition et Méthodologie de construction et d'analyse du panel Distributeur ;
Panels (2) : Définition et Méthodologie de construction et d'analyse du panel Consommateur ;
Panels (3) : Définition et Méthodologie de construction et d'analyse du panel d'Audience + Introduction à la Single Source ;
Traitement des données (1) : Les outils pour la comparaison ;
Traitement des données (2) : Les outils pour l'analyse de la causalité ;
Traitement des données (3) : Les outils d'analyse d'un positionnement.

+ Des exercices d'application.

Séance 5 - Douniazed FILALI -

Le Big Data : L'apport du Big Data dans la connaissance client et le marché.

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50 % Duration : 3 hours

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50 % Duration : 1,50 hours

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Programme		Year	Route		
ICN Grande Ecole		2A	M_DOI		
Title			% DDRSE		
Design produit et packaging			20 – 40%		
			Leader	Period	Credits
Christine KRATZ		S4_3	4	30 h	FRA
Course description and Teaching Methods					
<p>Les différentes interventions proposées permettent à l'étudiant d'avoir une vision globale du design, d'étudier plus particulièrement certaines dimensions en lien avec le produit (packaging, identité visuelle), de mieux comprendre le travail du designer pour l'intégrer en amont du processus d'innovation</p> <p>Méthode pédagogique : cours-conférences, lectures et travaux préparatoires, applications et études de cas.</p>					
Content					
<ul style="list-style-type: none"> - La fonction générale du design - Exemples d'application du design dans différents secteurs d'activité : design produit grande consommation, design packaging, mode...) - Identité visuelle et l'entreprise : témoignage d'une agence de création - Le travail du designer et ses relations avec le marketing - Innovation et design 					
Learning objectives					
<ul style="list-style-type: none"> - Comprendre la fonction du design, son rôle dans la politique marketing de l'entreprise, - Appréhender le travail du designer dans sa création en réponse à un cahier des charges - Savoir Intégrer la démarche design dans sa réflexion marketing - Développer la créativité 					
Référence					
<p>Urvoy JJ., Sanchez-Poussineau S. & Le Nan E. (2012), Packaging : Toutes les étapes du concept au consommateur, Eyrolles, Collection Marques & Communication, 2e édition, 254 pages.</p> <p>Chaptal C. (2011), Le design management stratégique et opérationnel, Vuibert, 240 pages.</p> <p>Chaptal C. (2014), Le marketing de rupture : de nouvelles pratiques pour les marchés en mutation, De Boeck, 120 pages.</p> <p>Heilbrunn B. & Barré B. (2011), Le packaging, PUF, Collection Que sais-je ?, 128 pages.</p>					
Prerequisite		Expected Profile and Selection Process			
Choix de la Route Design de l'offre et innovation					

Course Sequence and Homework Description

Les différentes séances portent sur les thématiques suivantes :

L'approche design en entreprise (design management)

L'identité visuelle

L'analyse sensorielle

Design et mode

L'éco-design

L'agence de design, un acteur de l'innovation produit (conférence et travail noté sur une étude de cas).

Examen : dossier de synthèse

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50 % Duration :

Written

MCQ

Oral

Report

Participation

Final Exam : 50%

Duration :

Written

MCQ

Oral

Report

Participation

Additional information:

Contrôle continu : résolution d'études de cas par groupe (retour de dossiers avec éventuellement présentation orale pour certains groupes), évaluation pondérée par l'implication et la présence de l'étudiant. Examen final : réflexion sur une problématique design (dossier).

International business developement (English)

Programme		Year	Route		
ICN Grande Ecole		2A	IBD		
Title			% DDRSE		
International trade					
Leader	Period	Credits	Volume	Language	
Guy DELOFFRE	S4_1	4 ECTS	30 h	ENG	
Course description and Teaching Methods					
<p>En cours de rédaction, contacter : Guy DELOFFRE : guy.deloffre@icn-artem.com</p>					
Content					
Learning objectives					
Référence					
Prerequisite		Expected Profile and Selection Process			

Intended Learning Objectives

Assessment Methods

Inclass Assessment: % Duration :
 Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : % Duration :
 Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Programme		Year	Route		
ICN Grande Ecole		2A	IBD		
Title			% DDRSE		
International trade techniques					
Leader	Period	Credits	Volume	Language	
Guy DELOFFRE	S4_2	4 ECTS	30 h	ENG	
Course description and Teaching Methods					
<p>En cours de rédaction, contacter : Guy DELOFFRE : guy.deloffre@icn-artem.com</p>					
Content					
Learning objectives					
Référence					
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process				

Intended Learning Objectives

Assessment Methods

Inclass Assessment: % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Programme		Year	Route		
ICN Grande Ecole		2A	IBD		
Title			% DDRSE		
International environment					
Leader	Period	Credits	Volume	Language	
Guy DELOFFRE	S4_3	4 ECTS	30 h	ENG	
Course description and Teaching Methods					
<p>En cours de rédaction, contacter : Guy DELOFFRE : guy.deloffre@icn-artem.com</p>					
Content					
Learning objectives					
Référence					
Prerequisite		Expected Profile and Selection Process			

Intended Learning Objectives

Blank area for entering Intended Learning Objectives.

Assessment Methods

Inclass Assessment: % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Blank area for entering additional information.

Talent management in organisations (English)

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	TMO	
Title			% DDRSE	
HR Administration and Labour Law			< 20%	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Krista FINSTAD-MILION	S4_2	4 ECTS	30h	FRA/ENG
Course description and Teaching Methods				
<p>The course aims at equipping students with basic HR administrative tools and legal knowledge critical for understanding employees' and employers' rights and obligations. The choice of topics are based on common internship assignments offered to undergraduate students in business schools. The courses which are in French deal with the French labour law framework. The courses in English help understand who is involved and how in managing human resources in organisations and offer a practical hands-on approach to designing and implementing critical HR tools.</p>				
Content				
<p>This module is organised around key HR questions from an administrative, legal and implementation point of view facing companies today in France and abroad:</p> <ul style="list-style-type: none"> - employer-employee relations - recruitment - hiring and work contracts - training - work time - health and security - compensation - contract termination. 				
Learning objectives				
<p>At the end of the course, the student should have acquired:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ an understanding of underlying legal factors that shape HRM policies and practices; ▶ conceptual, critical and analytical abilities in the examination of HRM legal and managerial issues. <p>The student should also be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ apply HRM tools with their respective consequences for the functioning and the performance of organisations and in respect of employee and employer rights and obligations. ▶ discuss legal issues and managerial challenges when implementing HRM in organisations. 				
Référence				
Lectures, case studies, videos.				
Prerequisite		Expected Profile and Selection Process		
Student must have followed ICN1 Human Resource Management or similar course.		Student must have a functional level of spoken and written English and French.		

Course Sequence and Homework Description

Session 1

Topic: An introduction to Human Resource Management Roles and Responsibilities

Session 2

Topic: Employer-employee relations

Session 3

Topic: Recruitment and Hiring – part 1

Session 4

Topic: Recruitment and hiring – part 2

Session 5

Topic: HR Administration

Session 6

Topic: Employee Development

Session 7

Topic: Performance Appraisal

Session 8

Topic: Working conditions

Session 9

Topic: Compensation & Payroll

Session 10

Topic: Contract termination – conclusion of the course

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50 % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50% Duration : 2 hours

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

To be announced prior to first class

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	TMO	
Title			% DDRSE	
Advanced Organisational Behaviour			40 – 60%	
Leader		Credits	Volume	Language
Jean-François STICH		3 ECTS	30	ENG
Course description and Teaching Methods				
<p>As seen in previous classes on organizational behavior and human resources, people often adapt their behaviors to the rules they have been given. The jobs they hold often come with a set of objectives, resources, titles and incentives. This course will show you how jobs are designed in the first place, and how to design jobs that are both motivating and adapted to modern-day challenges such as sustainable development and technological innovation.</p> <p>Learn how to design motivating and ethical jobs Learn how to improve and craft existing jobs (yours and others) Find out more about your job design preferences</p>				
Content				
<p>Jobs will first be defined in the context of their organizations. Their key characteristics will then be investigated using multiple frameworks from HR and OB. You will also learn what HR does in terms of job design. Finally, we will investigate the impact of technological innovation on jobs and job design.</p>				
Learning objectives				
<ul style="list-style-type: none"> • Develop an understanding and critical appreciation of the main theoretical questions, themes, and debates in job design research. • Develop a critical ability to analyze and design jobs despite their diversity and ever-changing nature. • Appreciate how today's challenging business environment influence job design decisions. 				
References				
<ul style="list-style-type: none"> • Stroh, L. (2001). <i>Organizational Behavior</i>. Chapters 3, 11, 14, 16. http://www.scholarvox.com/catalog/book/docid/41001224 • Armstrong, M. (2017). <i>Armstrong's Handbook of Human Resources Management Practice</i>. Parts IV, V, VII, XI. http://www.scholarvox.com/catalog/book/docid/88838403 				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			
Principles of Management Human Resources Management Organisational Behaviour	The students must have a functional level of spoken and written English.			

Course Sequence and Homework Description

Session 1: Organisational theory and structure

Session 2 and 3: Jobs and job activities

Session 4: Job environment

Session 5: Flexible job design

Session 6: Digital job competencies and training

Session 7: HR design in a digital world

Session 8: Summary and in-class exam

Students will be grouped in teams. In each session, students will be asked to analyse a case study and prepare a powerpoint presentation, which must be uploaded to MyICN at the end of the session. Groups may then present in the remaining time.

Assessment Methods

In class Assessment: 50 % Duration : Ongoing

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50 % Duration : 2 hours

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

In-class assessment is composed of group case studies done in each session.
Final exam is an in-class written exam

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	R_TMO	
Title			% DDRSE	
Talent Management			30%	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Dr. Krista FINSTAD-MILION	S4_3	4 ECTS	30h	ENG
Course description and Teaching Methods				
<p>Effectively leading projects, building teams, and managing people require an in-depth understanding of the organisation and its competences. This module seeks to address critical issues facing organisations today through an investigation of key Human Resource Management functions. By investigating talent management challenges faced by organisations today evolving in an ever-changing internal and external environment, the student will learn to analyse, propose and put in place actions to achieve and support organisational development. This module will help the student discover that managing people and their competences requires responsible action.</p>				
Content				
<p>This module offers the possibility to the student to take courses in English only; course lectures, documents, presentations and examinations are in English. It also provides the base for modules offered within the TMO track in the third year of the Master programme.</p> <p>Building on the courses in the “tronc commun” of ICN1, the objective of this module is to deepen the student’s understanding of human resources management. Pre-class reading and research will encourage in-class discussion. Regular individual log entries will encourage the student to engage in active listening, take relevant notes and develop critical thinking.</p>				
Learning objectives				
<p>Upon completion of this programme, the student should be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Demonstrate curiosity and a solid knowledge of current events and their impact on the business world; - Make decisions based on a scrupulous analysis of the consequences and justifying his/her decisions; - Carry out professional reports, well documented and well defended; - Carry out professional oral presentations using appropriate technology. 				
References				
<p>Chapter readings from HR books and articles available on the e-library learning hub. Students will be trained in e-data bank research skills and share module-relevant articles found in such data banks.</p>				
Prerequisite		Expected Profile and Selection Process		
It is necessary to have followed ICN1 Human Resource Management or a similar course.		Students must have a functional level of written and spoken English.		

Management of innovation (English/French)

Programme		Year	Route		
ICN Grande Ecole		2A	INO		
Title			% DDRSE		
Innovation capabilities and processes					
Leader	Period	Credits	Volume	Language	
Nicolas BATTARD	S4_1	4 ECTS	30 h	ENG	
Course description and Teaching Methods					
<p>Students shall get an idea and first explorative experience on how to deal with the innovation thematic from a capabilities and process perspective. This shall be done through an interactive workshop which refers to a complex innovation thematic. This workshop uses hands-on and representational methods of creation and development.</p>					
Content					
<ul style="list-style-type: none"> - Receiving a complex project tasks which has been developed and theoretically discussed in the former sessions. - Designing product and conceptual ideas through picture boards, archetype design and rapid prototyping. - Designing innovation processes with LEGO Serious Play and other modeling tools. - Understand the interfaces of the innovation process to other processes in enterprises 					
Learning objectives					
<p>Experience hands-on methods of ideation and idea development in innovation processes. Reflect and assess methodological approaches to innovation. Being able to design innovation processes for enterprises</p>					
References					
<p>Schulz, K-P., Geithner, S., Wölfel, C., Krzywinski, J. 2015. Toolkit-based Modelling and Serious Play as Means to Foster Creativity in Innovation Processes. Creativity and Innovation Management, 24 (2), 323-340. Peter Merrill: Innovation Generation: Creating an Innovation Process and an Innovative Culture Library Binding – May 7, 2008, Innovation Processes Keith Pavitt : Innovation Processes ; The Oxford Handbook of Innovation</p>					
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process				
Motivation for innovation					

Course Sequence and Homework Description

The module will be structured around different themes:

- Ideation and prototyping
- LEGO Serious Play workshop
- Innovation process design workshop
- Case studies

Some of these themes are transversal and will be tackled during several sessions.

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50 % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50 % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	R_INO	
Title			% DDRSE	
Creativity for sustainable business			-	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Wendelin KUEPERS	S4_2	4 ECTS	30H	ENG
Course description and Teaching Methods				
<p>Sustainability has been considered as a central attitude/paradigm for future development. Looking at sustainability, societies appear to be more demanding and pushing for a more responsible attitude from business. Be it through individuals loosely organized around umbrella movements or through highly structured organizations, the pressure has been mounting on businesses to play an active role in preventing economic inequality, averting social problems such as poverty or exclusion, and cater for the environment. Hence, the demands of sustainability are not reduced to environmental aspects only. It is rather any path of development which has to be performed in a non-exhaustive way, which enables future generations to find conditions to develop their ecologies according to their needs.</p> <p>Sustainability needs to be considered in a holistic way, one that includes environmental, economic, social, and cultural perspectives as well as technological, organizational and socio-political aspects. Consequently sustainability cannot be reached through a continuous extrapolation of current life and working styles, technologies and organization principles. In fact groundbreaking developments are needed, which can only be achieved through creativity. Question however arises concerning how creativity can be applied in a sustainable way.</p> <p>Traditionally, creativity is considered to be at the origin of innovation and development processes. It helps to solve problems in an imaginative, innovative and frequently artistic way. Companies and social systems have understood the challenge, and have implemented different management and communitarian systems and procedures to nurture and enhance peoples' creativity.</p> <p>We therefore see a close interdependency between the two concepts which can also be described as dialectic relationship that needs to be managed.</p> <p>In this course we aim to explore the crossroads between the fields of creativity and sustainability. The course is designed to help you to have a better understanding of the concepts associated with these two fields. It asks on the one side what creativity related mechanisms and tools can be used to address sustainability pressures. On the other side, how can sustainability-related pressures triggers creativity and creative thinking? We also address the limits imposed by sustainability to creativity and creative creation. Finally how can the dialectic relationship between the concepts be managed? We follow an object centered approach, which considers the research and learning object from different perspectives and integrates them to a whole picture in contrast to a disciplinary separated view. As such, these questions will be discussed with regard to the various perspectives/dimensions mentioned above (economic, environmental, social and cultural) and with respect to the different stakeholder groups involved.</p>				
Content				
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Session 1 Towards an understanding of creativity and sustainability: ➤ Session 2 Management perspective to the study of creativity and sustainability ➤ Session 3 Technological perspective to the study of creativity and sustainability ➤ Session 4 Artistic perspective to the study of creativity and sustainability ➤ Session 5 Economic and political perspective to the study of creativity and sustainability ➤ Session 6 Connecting managing creativity and sustainability to innovation and design management ➤ Session 7. Design thinking workshop ➤ Session 8. Lego Serious Play workshop 				
Learning objectives				
<ul style="list-style-type: none"> • Connecting and classifying practices in terms of their sustainability and creativity • Managing creativity and sustainable development: Promote creative solutions for sustainable development and sustainable practices for creative processes and outcomes • Acquiring knowledge about dimensions, perspectives and stakeholders associated to managing creativity and sustainability • Learning practices and the use of tools in the management of creativity and sustainability • Developing an inter- and trans-disciplinary thinking towards creativity and sustainability • Connecting the concepts, approaches, and tools to real cases faced by those that are engaged in organisational creativity processes and/or sustainable development initiatives (or simply: those whose activity can impact or be impacted by sustainability concerns) 				
Référence				
Références				
Prerequisite		Expected Profile and Selection Process		
∅		∅		

Course Sequence and Homework Description

Introduction to the ICN online learning course program
Introduction to course logic and online platform
Sustainability and sustainable development
Creativity
Dialectic synthesis of Sustainable Development and Creativity

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50 % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50 % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	S_INO	
Title			% DDRSE	
Intellectual Property Rights			%	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Nicolas Battard	S4_3	4 ECTS	30h	ENG
Course description and Teaching Methods				
<p>Industrial property helps companies to capture value from their investment in knowledge. Intellectual property rights (IPR) are increasingly part of companies' competitive advantages.</p> <p>This module presents the different types of IPR such as patents, brands, models and copyrights to which innovation project managers are regularly confronted. This module also presents contracts and how to manage litigations, for instance around licenses.</p>				
Content				
<ul style="list-style-type: none"> • Introduction to IPR • Patents and patent submission strategies • Drawings and models • Brands • IPR in digital industries • Software • Licenses • Litigations • Patent databases 				
Learning objectives				
<p>1.1- to analyze and prioritize the major facets of a management problem, making confident use of all useful tools available.</p> <p>1.2- to design an appropriate and, where possible, creative solution to a given problem.</p>				
Référence				
<p>ANGÉLIQUE, DACHEUX et CATHERINE, GROSSET-FOURNIER. Le brevet d'invention: la cause des inventeurs. Guide pratique en 101 questions. Lavoisier, 2012.</p> <p>JEROME PASSA, Droit de la Propriété Industrielle, LGDJ Tome 1, Marques et autres signes distinctifs, Dessins et modèles, Tome 2, Brevets</p> <p>Complementary references will be provided during the module</p>				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			
None	None			

Course Sequence and Homework Description

Session 1 : Introduction and patents

- Introduction to the different IPRs
- Patent right
- Patent submission strategies
- Submission process

Session 2: Drawings and models, and brands

- Brand right
- How to protect drawings and models

Session 3: Software

- IPR in digital industries: software and internet
- Copyrights

Session 4: Litigations

- How manage litigations around IPR

Session 5: Patent databases

- How to use patent databases

(Changes are likely)

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50 % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50 % Duration : 1 hour

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Marks will be weighted in proportion to attendance

Arts and entertainment industry management (English)

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	AEM	
Title			% DDRSE	
<p style="text-align: center;">Cultural sustainability</p>			100%	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
IVANOVA RUFFO Olga	4_1	4 ECTS	30h	ENG
Course description and Teaching Methods				
<p>Even though culture matters considerably to sustainable development, integrating it in the sustainability discourse is still a challenge. Thus, the objective of the course is to introduce students to the main topics related to cultural sustainability by distinguishing it from social sustainability. Students will learn and reflect on the new values associated with a sustainable society. In addition, they will explore the role of different art forms (film and video, visual arts, design, literature) and art movements (such as Art Nouveau) in understanding and communicating on sustainable issues. The concept of cultural heritage will also take an important place in the course discussions.</p>				
Content				
<p>The course will cover the following topics :</p> <ul style="list-style-type: none"> Sustainability and sustainable development Cultural sustainability and the values of a sustainable society Sustainable events Cultural heritage and art movements The role of film and video, visual arts (museums), design and literature. 				
Learning objectives				
<p>The course addresses the following learning objectives: 1.2 – to design an appropriate and, where possible, creative solution to a given problem; 2.1- to make well thought-out and well-argued decisions, fully aware of their impact on the organization and its environment; 2.2- to communicate effectively via convincing written and oral presentations.</p>				
References				
<p>Clammer, J. (2016). <i>Cultures of Transition and Sustainability: Culture after Capitalism</i>, Palgrave Macmillan. Dessein, J., Soini, K., Fairclough, G. and Hurlings, L. (2015). Culture in, for and as Sustainable Development, COST Report. Holmes, K., Hughes, M., Mair, J. and Carlsen, J. (2015). Events and Sustainability, Routledge Taylor & Francis Group. Poldner, K., Dentoni, D. and Ivanova, O. (2017). Aesthetic Mediation of Creativity, Sustainability and the Organization, <i>Journal of Cleaner Production</i>, 140(3), pp. 1936-1947.</p>				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			
No prerequisites are necessary to follow this course	The course is open to all students who are part of the specialization Art and Entertainment Management.			

Intended Learning Objectives

Students will acquire knowledge on the following topics :

Four pillars of sustainable development

Main challenges in the Anthropocene

Culture **in, for** and **as** sustainable development

Sustainable events

The role of cultural heritage and different art forms (such as film and video, visual arts in museums, design, literature) to communicate on and increase the awareness of the general audience related to different sustainable issues.

The teaching methods used include: case studies, video material, in-class presentations, open space.

Course Sequence and Homework Description:

Session 1 (3h): Introduction to sustainability and sustainable development

Session 2 (3h): Cultural sustainability; Values of sustainable societies; *Launching of group projects*

Session 3 (3h): Cultural heritage and art movements; *Case study on Ecole de Nancy*

Session 4 (3h): Sustainable events

Session 5 (3h): Visual arts (museums)

Session 6 (3h): Fashion design

Session 7 (3h): Film and video

Session 8 (3h): Literature

Session 9 (3h): Takeaways and reflection on the overall learning experience

Session 10 (3h): Final presentations

Case study on Ecole de Nancy: Being a local art movement, *école de Nancy* represents a great opportunity for students to explore the role of cultural heritage in the process of building a city and a regional identity. The relationship between Art Nouveau and sustainability will be examined keeping in mind the specificities of *école de Nancy* whose art objects are based on curvilinear forms inspired by nature.

Group project: The students will be asked to work on the preparation of a festival related to the theme of *Fantastic Forest*. This is real-life case study in collaboration with the museum "Mille et une racines" located in Cornimont, Lorraine. The festival has to be envisioned as a sustainable event in terms of its organization and the themes treated during its different activities.

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50 % Duration :

Written

MCQ

Oral

Report

Participation

Final Exam : 50 %

Duration :

Written

MCQ

Oral

Report

Participation

Additional information:

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	R_AEM	
Title			% DDRSE	
Art and Entertainment Management			-	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
SORIO Rossella	S4_2	4 ECTS	30H	ENG
Course description and Teaching Methods				
<p>The course provides an understanding of the art and entertainment industry, giving you the initial tools to start planning and producing your own event. Using real life examples, we'll analyse the different elements of various types of events and you'll be assisted in the creation of a masterplan.</p>				
Content				
<ul style="list-style-type: none"> • Introduction to different types of events: corporate, social, educational and festivals • Event concept design: market analysis, clients' needs, objectives, resources • Event planning: this is a practical part, from the scouting of venues and providers to the budget making process, including creation of timelines, structures, and elements of volunteers' management and health and safety. • Troubleshooting: live events management, personal skills and attitude, the importance of a Plan B) 				
Learning objectives				
<p>Attending this course you will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Design a successful event, understanding the market/clients' needs and taking advantage of available resources - Have a comprehensive understanding of all key aspects of the planning and production process - Recruit and manage an effective team - Understand the role of the event manager and the necessary mind-set to a successful event coordination - Start planning your own event 				
Référence				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			
∅	∅			

Course Sequence and Homework Description

Instructor: Sarah Poer

Day 1. Analysis of small and big events: differences and similarities

Day 2. Event design: clients' needs analysis and competitors benchmarking, the creativity process

Day 3. Planning of your own event: from concept to reality, the 5W method, the vision method

Day 4. Budget creation, team building and volunteers management

Day 5. Event production: live events management in the entertainment industry

Note: This is a tentative schedule of activities. The instructors reserve the right to change it if the course objectives can be better achieved.

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50% Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50 % Duration : hours

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	R_AEM	
Title			% DDRSE	
Media Production Management			-	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Rossella SORIO	S4_3	4ECTS	15h	ENG

Course description and Teaching Methods	
<p>Media Production: Business studies provide transverse managerial skills that can be applied to organisations of any kind. Yet organisations operating in media industries (TV, cinema, video games, music, writing...) face specific challenges in terms of production management that deserve to be taken into account. Students wishing to work in media industries or genuinely interested in such industries should find answers, knowledge and advice in this targeted module.</p> <p>Intellectual Property Law: The course covers the art and entertainment industry related law aspects covers the art and entertainment industry related aspects of contract law. It includes topics of business law, contract negotiation and intellectual property in the entertainment business.</p>	
Content	
<p>Media Production by Jean-François Stich: This module will explore the specific challenges faced by media industries using real-life case studies, interviews with professionals working in media industries, and group projects. The themes covered include managing interdisciplinary teams, dealing with conflicting requests coming from different stakeholders (marketing, developers, artists, film makers, customers...), managing creativity, or conducting agile projects (See next page).</p> <p>Intellectual Property Law by Anne Laure Stérin:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fundamentals on the difference between Anglo-Saxon law (common law) and French law (written law). • The basics of business law, trademark law, copyright law, labor law, useful for knowing and understanding the legal rules involved when producing an art or entertainment project. • How would the team's members collaborate with their partners, on what legal basis (coproduction, licensing, other?), what contracts should be negotiated and signed, with whom? What are the fundamental points that should be discussed during these negotiations? • What photography, texts and videos could be used for promotion and communication material? Again, are authorizations necessary for such use? We will examine the North American point of view, and the French/European point of view. 	
Learning objectives	
<p>At the end of this module, students should be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Understand the specificities of media industries in terms of people and production management • Understand the rights of each party in an art or entertainment project and the crucial terms of entertainment contracts, production contracts, and artists' contracts. • Identify the contracts to be negotiated when: producing or co-producing an exhibition, a film, a music recording, a concert or a dance show; when selling a show or lending a painting. • Apply their specific knowledge of media production management and their transverse knowledge of management to real-life business situations encountered in media industries • Develop an in-depth knowledge of production management within at least one media industry of their choosing 	
References	
<ul style="list-style-type: none"> • Managing Media Firms and Industries (2016) – Edited by Gregory Lowe & Charles Brown • Managing Media Work (2010) – Edited by Mark Deuze • Anne-Laure Stérin, <i>Guide pratique du droit d'auteur : utiliser textes, photos, films, musiques, Internet</i>. Maxima, 2011, 2^e éd, 543 p. In French only, but up-to-date regarding French copyright law. 	
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process
None	None

Course Sequence and Homework Description

Instructor : Jean-François Stich

The course is composed of 5 sessions of 3 hours each.

Each session is divided in a lecture, a case study and time dedicated on group projects.

- 1. Introduction and overview of media industries** (3 hours: 22/03/2017 9h15-12h15)
 - Different industries, job roles and challenges
- 2. The production chain in media industries and their stakeholders** (3 hours: 29/03/2017 9h15-12h15)
 - Value chains, media products, audiences, contents, stakeholders and CSR
- 3. Leadership and management in media industries** (3 hours: 04/04/2017 9h15-12h15)
 - Managing media workers and creativity
- 4. Project and production management** (3 hours: 04/04/2017 14h-17h)
 - Tools, methods and logistics
- 5. New digital challenges faces by media industries** (3 hours: 05/04/2017 9h15-12h15)
 - Peer production, piracy and digital sales

About the group project portfolio

During the first session, students will be asked to self-enroll in groups based on one specific media industry (television, cinema, video games, music, newspaper, book...).

In each session, students will have the opportunity to work on their group portfolio using the session's learning and present their work in progress to the class.

Once all sessions are completed, students will have to finalize and submit in group a written version of the portfolio they work on in class.

Instructor : Anne-Laure Stérin

Sequence 1.

Each team chooses a project, to be studied from a legal point of view during the semestre the course's manual is handed out, with all necessary documents for the students to carry out their legal audit of the project.

We will work on this manual throughout the semestre and start with fundamentals on the difference between anglo-saxon law (common law) and French law (written law).

Sequence 2.

We will explore basics in business law, in labor law, in intellectual property law, useful for knowing and understanding the legal rules involved when producing an art or entertainment project.

We will also study examples of English and French agreements.

Sequence 3.

We will carry out a deeper investigation in the legal rules pertaining to each type of project : what pictures or recordings can be used on communication material (posters, flyers and social networks), what can be done or must not be done as regards to copyright clearance and copyright risk management.

Sequence 4.

Workshop on the last legal points to be addressed by each team specifically, depending on the issues at stake in their project.

Sequence 5

Each team makes a keynote presentation of his project, from a legal point of view.

Assessment Methods

Inclass Assessment: 100%

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 0%

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Students are assessed on (1) their inclass group presentations and involvement during each session (30%), and (2) their final written group portfolio (70%). The portfolio must be submitted online or in paper format by the 19th of April 2017 (2 weeks after the final session).

Préparation MSc / MSc preparation

Finance, insurance and risk management (Nuremberg)

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	FIRM	
Title			% DDRSE	
<h1>Banking</h1>				
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Elisabeth Paulet	S4_1	4 ECTS	30h	ENG
Course description and Teaching Methods				
<p>The module intends to enable students to a better understanding of banking systems and to evaluate their difficulties and limits as regards their risk management. The principal actors and the main strategies of institutions will be discussed (mergers and acquisitions, bank insurance phenomenon...).</p>				
Content				
<p>Introduction to Banking</p> <ul style="list-style-type: none"> • Overview of banking Institutions : different banking structures and how to identify them <ul style="list-style-type: none"> ○ Historical development of Banking system ○ Financial Innovation and the Decline of Traditional Banking ○ Banking Consolidation and Nationwide Banking ○ Separation of Banking and Other financial Services ○ International Banking • The banking firm: description and analysis of the balance sheet • Sources and Uses of Bank Funds and Risk management : <ul style="list-style-type: none"> ○ The income statement ○ Definition of ROA, ROE net income ○ Exercises on banking performance • Banking regulation how to define and analyze banking capitalization all through the different regulation rules. <p>Introduction to Management Control in Banks</p> <ul style="list-style-type: none"> • Missions, actors and organisation of Management Control in Banks • Information systems and MC in Banks • Classification of products and services generating income • Profitability analysis <ul style="list-style-type: none"> ○ Analysis by profit centres, products & services, customers <ul style="list-style-type: none"> ▪ Net Banking Income <ul style="list-style-type: none"> • Interest margin (intermediation role) <ul style="list-style-type: none"> ○ Type of products and components of margin ○ Transfer prices ○ Risk/profit trade-off in a regulated environment • Some Banking services and related commissions ○ Recomputing costs per profit centres and cost of operations <ul style="list-style-type: none"> ▪ Example of ABC applied to Banks • Strategic planning, budget • capital allocation and profitability ratios • Scorecards and key performance indicators • Managing Sales people through incentive systems: mechanisms, benefits and drawbacks 				

Learning objectives	
<p>This course contributes to the following program objectives:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Objective 1.1: Banking system constitutes a specific sector. It is possible to spot the risks taken by banks if specific ratios, assets, liabilities and intermediate profits are measured and analyzed. Students must be able to read, analyze and propose solutions to risks highlighted by financial statements issued by banks: Income statements, Balance sheets, cash flow statements. These competencies will be assessed through exercises and case studies. - Objective 1.2: Students must be capable of identifying and analyzing ethical challenges in the context of International banking. Students will be able to identify the different links between CSR and ROE in the context of international banks. This is achieved owing to group project during class sessions 	
Référence	
<p>BALDWIN, R. and C. WYPLOSZ (2004): '<i>The Economics of European Integration</i>' Mac Graw Hill CAPIE F. et alii (eds) (1994) : '<i>The Future of Central Banking</i>' (Cambridge University Press DERMINE, J. (1993) : "<i>European Banking in 1990s</i>", Second Edition Blackwell Business, London EDWARDS, J. and K. FISHER (1993) : "<i>Banks, Finance and Investment in Germany</i>", Cambridge University Press, London GOODHART, C.A.E. (1992) : "A European Central Bank" in A. Mullineux (Ed). "<i>European Banking</i>" Blackwell p. 12-43 HUGHES, J. and MacDonald S.B.(2002):"<i>International Banking</i>" (Prentice Hall) PAULET, E. (2005) :"<i>European Banking</i>" (Hermès) PAULET, E.(dir) (2009): Financial Markets and the Banking Sector: Role and Responsibilities in a Global World, Pickering Chatto SINKEY, J. (2002): "<i>Commercial Bank Financial Management</i>" (Prentice Hall) ROUACH, M. et G. NAULLEAU (2012): " Contrôle de gestion bancaire & direction financière » – Editions Revue Banque (6^{ème} édition) ROUACH, M. et G. NAULLEAU (2013) : « Contrôle de gestion et stratégie dans la banque », RB Edition</p>	
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process
Course Sequence and Homework Description	
<p>Pedagogical methods are based both on academic concepts and case studies application.</p>	
Assessment Methods	
<p>Inclass Assessment: 50 % Duration :</p> <p style="padding-left: 40px;"> <input type="checkbox"/>Written <input type="checkbox"/> MCQ <input type="checkbox"/> Oral <input checked="" type="checkbox"/> Report 40% <input checked="" type="checkbox"/> Participation 10% </p> <p>Final Exam : 50 % Duration : 2 hours</p> <p style="padding-left: 40px;"> <input checked="" type="checkbox"/>Written <input type="checkbox"/>MCQ <input type="checkbox"/>Oral <input type="checkbox"/>Report <input type="checkbox"/> Participation </p> <p><u>Additional information:</u></p>	

			Year	Route	
ICN Grande Ecole			2A	FIRM	
Title			% DDRSE		
Principles of risk management and insurance			20-40%		
Leader	Period	Credits	Volume	Language	
STOECKL Stefan	S4_1	4 ECTS	30h	ENG	
Course description and Teaching Methods					
<p>In general, this module gives students a basic understanding of the institutional and theoretical basics of insurance and risk management. Furthermore, the module will be focused on ethical considerations in insurance, especially regarding the marketing of insurance products.</p> <p>Teaching will combine interactive lectures, accompanied by PowerPoint presentations, case studies and exercises.</p>					
Content					
<p>The following topics are dealt with:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Risk and Its Treatment 2. Insurance and Risk (including Basic Statistics and the Law of Large Numbers) 3. Types of Insurers and Marketing Systems 4. Insurance Company Operations 5. Financial Operations of Insurers 					
Learning objectives					
<p>At the end of the module the students should be able to explain and understand the theoretical and institutional basics of insurance and risk management. In addition, they should be able to discuss ethical considerations in insurance.</p> <p>In detail they should be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • demonstrate their understanding of the fundamentals of insurance and risk management, • explain and understand the insurable perils and insuring organizations, • explain and understand insurance functions, and • explain and understand insurance markets. 					
Référence					
<p>DORFMAN M. S., CATHER D., Introduction to Risk Management and Insurance, 10/E, Prentice Hall, 2013. DUSKA R. F., Ethics: For The Financial Services Professional, The American College, 2003.VAUGHAN, E. J., VAUGHAN, T. M., Fundamentals of Risk and Insurance, 11/E, John Wiley & Sons, 2014.</p>					
Prerequisite		Expected Profile and Selection Process			

Course Sequence and Homework Description

The respective topics (see content) are presented by interactive lectures, accompanied by PowerPoint presentations. After each topic the students get exercises, which they have to prepare at home. Furthermore, the students get one case study, which they also have to prepare at home. Afterwards, both the solutions of the exercises and the case study are presented in class.

The scope of the covered topics is as follows:

1. Risk and Its Treatment – 9 hours
2. Insurance and Risk (including Basic Statistics and the Law of Large Numbers) – 6 hours
3. Types of Insurers and Marketing Systems – 3 hours
4. Insurance Company Operations – 3 hours
5. Financial Operations of Insurers – 9 hours

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50 %

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50 % Duration : 2 hours

Written MCQ Oral Report Participation

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	FIRM	
Title			% DDRSE	
Compliance, Governance and Law in Insurance			<20%	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
STOECKL, Stefan	S4_3	4 ECTS	30h	ENG
Course description and Teaching Methods				
<p>In general, this module gives students a basic understanding of the topics compliance, governance and law in insurance. In detail, the module will be focused on financial regulation and compliance in Europe. Furthermore, current developments and future challenges such as cyber risk will be discussed.</p> <p>Teaching will combine interactive lectures, accompanied by PowerPoint presentations, case studies and exercises.</p>				
Content				
<p>The following topics are dealt with:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Insurance Groups – structure and drivers for development • Bodies/sources of law • Company law vs. supervisory law • Corporate Governance Standards • Supervisory Law Essentials • Solvency II Overview – Pillars I-III • Case study: "The hostile host" • Actuarial/Risk/Compliance • Audit • Case study: "Cyber security alert" • Compliance set up • CMS • Solvency II – Role of Compliance • Financial Crime • Product Compliance, Product oversight & Governance • Case study: "Investigation in Molossia" • Financial Conglomerates Supervision • System of Governance • Outsourcing & IT Security & Data Protection • System of Governance – key functions • Fit and proper • Case study: "Shared Services Co." • Regulation of Cyber risk in global comparison • Critical infrastructures and their obligations • Cyber exposure in financial services • Case study: "Cyber risk" 				
Learning objectives				
<p>At the end of the module the students should be able to explain and understand the theoretical and institutional basics of regulation, in particular financial regulation. In this connection they should also be able to discuss topics like compliance and governance.</p> <p>In detail they should be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • explain and understand the topics regulation, governance and compliance generally, • demonstrate their understanding of financial regulation, in particular insurance regulation, • discuss current developments and future challenges. 				

Référence	
<p>DORFMAN M. S., CATHER D., Introduction to Risk Management and Insurance, 10/E, Prentice Hall, 2013. DUSKA R. F., Ethics: For The Financial Services Professional, The American College, 2003. MISHKIN, F. S., The Economics of Money, Banking and Financial Markets Global Edition, 10/E, Pearson, 2013. VAUGHAN, E. J., VAUGHAN, T. M., Fundamentals of Risk and Insurance, 11/E, John Wiley & Sons, 2014. More references will be announced / provided during the lecture.</p>	
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process
Course Sequence and Homework Description	
<p>The respective topics (see content) are presented by interactive lectures, accompanied by PowerPoint presentations. After each topic the students get exercises, which they have to prepare at home. Furthermore, the students get several case studies, which they also have to prepare at home. Afterwards, both the solutions of the exercises and the case studies are presented in class.</p>	
Assessment Methods	
<p>Inclass Assessment: 20%</p> <p><input type="checkbox"/> Written <input type="checkbox"/> MCQ <input type="checkbox"/> Oral <input type="checkbox"/> Report <input checked="" type="checkbox"/> Participation</p> <p>Final Exam : 80% Duration : 2 hours</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Written <input type="checkbox"/> MCQ <input type="checkbox"/> Oral <input type="checkbox"/> Report <input type="checkbox"/> Participation</p> <p><u>Additional information:</u></p> <p>TBA</p>	

Marketing and brand management (Nuremberg)

Programme		Year	Route																			
ICN Grande Ecole		2A	MBM																			
Title			% DDRSE																			
Consumer and society																						
Lecturer	Period	Credits	Volume	Language																		
FLORES-ZAMORA Javier - Lydie BELAUD	S4_1	4 ECTS	30h	ENG																		
Course description and Teaching Methods																						
<p>The module on “Consumer and society” focuses on the activities of people and their relationship with brands. The module goes beyond a mere description of traditional buying processes; it describes how consuming and buying brands affect our daily lives. The course establishes a connection between owning goods, the way we feel about ourselves, and about each other. Different perspectives from the social sciences are brought to generate discussion. The diversity of the European market demands to illustrate the differences and trends within the continent. The module considers European sources and exercises to understand these differences. However, some international cases studies will be provided to give a complete framework of the consumption patterns.</p> <p>Lecture format courses will be followed by case studies and exercises. Active participation is required by all the students in Nuremberg.</p>																						
Content																						
<p>The three following parts will be explored</p> <p>Part 1. Psychological variables Part 2. Social context. Social structures Part 3. Special topics in Consumer behavior</p> <p>Although some theoretical concepts will be explained, the course is intended to be mainly pragmatic. Examples from existing companies will be provided to illustrate the concepts. In-class assignments and projects will be assigned by the instructor.</p>																						
Learning objectives																						
<p>Throughout this module, the student will:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Explain the individual mechanisms for decision making – Explain the influences that a group exerts on an individual, and the way groups operate – Identify and analyze social groups in a geographic area – Understand current consumer-related models and their impact in an organization <p style="text-align: right;">Referring to the AACSB learning objectives of the program:</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>Goals</th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3" style="text-align: center;">Objectives</td> <td style="text-align: center;">11</td> <td style="text-align: center;">21</td> <td style="text-align: center;">31</td> <td style="text-align: center;">41</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">12</td> <td style="text-align: center;">22</td> <td style="text-align: center;">32</td> <td style="text-align: center;">42</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">13</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>					Goals	1	2	3	4	Objectives	11	21	31	41	12	22	32	42	13			
Goals	1	2	3	4																		
Objectives	11	21	31	41																		
	12	22	32	42																		
	13																					
Référence																						
<p>Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). <i>Marketing management 12e</i>. New Jersey.</p> <p>Lendrevie, J., & Lévy, J. (2012). <i>Mercator-10e éd.: 2013-Théories et nouvelles pratiques du marketing</i>. Dunod.</p> <p>Solomon, M. R. (2014). <i>Consumer behavior: Buying, having, and being</i> (Vol. 10). Engelwood Cliffs, NJ: Prentice Hall.</p>																						
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process																					
Introductory courses in Marketing are required.	No prior selection is applied.																					

Course Sequence and Homework Description

- **1. PSYCHOLOGICAL and EXPLANATORY VARIABLES**
 - Needs and motivations: a driving action
 - The choice criteria
 - Measuring motivations
 - Attitudes
 - Cognitive dissonance
 - The halo effect
 - Self-image
- **2. SOCIOLOGICAL AND CULTURAL VARIABLES**
 - Family, sex, age and consumption
 - The generational approach
 - The influence of the group
 - Lifestyles
- **3. SPECIAL TOPICS IN CONSUMER BEHAVIOR**
 - **3.1. ANALYSIS OF THE DECISION-MAKING PROCESS, INVOLVEMENT AND SITUATION**
 - Perceived risk, involvement, learning and situational factors
 - Involvement
 - Learning or the effect of experience
 - The cognitive approach
 - The influence of the situation
 - The four steps of the decision-making process
 - Routine decision-making processes
 - Limited decision-making processes
 - Extensive decision-making processes
 - **3.2. CUSTOMER-PERCEIVED VALUE (CPV)**
 - **3.3. MAXIMIZING CUSTOMER LIFETIME VALUE**
 - **3.4. CUSTOMER EMPOWERMENT**
 - **3.5. INTERACTING WITH CUSTOMERS**
- **CASE STUDIES**
 - Disney
 - IKEA
 - Tesco

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50 % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50 % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2A	MBM	
Title			% DDRSE	
Value communication			< 20%	
Leader	Period	Credits	Volume	Language
Douniazed FILALI	S4_2	4 ECTS	30h	ENG
Course description and Teaching Methods				
<p>Communication is the most used way for companies to attract customers. Its contents bring to the consumers a message. The transmission of this one requires the respect of certain conditions in the absence of what the communication risks to fail.</p> <p>In this course, the students will have the opportunity to analyze several communication campaigns to underline their characteristics and value. They will have, at the end of the course, to present their own communication campaign.</p>				
Content				
<p>This module covers the following points:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Introduction: The new landscape of marketing communication – The Integrated Marketing Communication and its objectives... - Part 1 The Communication Process: The Communication Diagnosis – The Communication Strategy – Communication Mix – Feedback – The Performance Measurement... - Part 2 The construction of a communication campaign: What's an ideal ad campaign? – Steps in Developing Effective Communications... 				
Learning objectives				
<p>The objectives of this module are the following ones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Understand the new landscape of marketing communication - Understand the communication process and its various phases - Identify various ways for promoting products and services - Understand the major steps in developing effective communication campaign - Design a communication campaign 				
Référence				
<p>Kotler P. & Keller K.L. (2012) "Marketing Management", Global Edition, 14th edition, Pearson Higher Education Kotler, P., & Armstrong, G. (2013) "Principles of Marketing", Global Edition, 15th edition, Pearson Higher Education. Katz H. (2016), "The Media Handbook", 6th edition, Routledge, NY</p>				
Prerequisite	Expected Profile and Selection Process			

Course Sequence and Homework Description

Assessment Methods

Inclass Assessment: 50 % Duration :

Written MCQ Oral Report Participation

Final Exam : 50 % Duration : 2 hours

Written MCQ Oral Report Participation

Additional information:

Programme		Year	Route																			
ICN Grande Ecole		2A	MBM																			
Title			% DDRSE																			
Branding																						
Leader	Period	Credits	Volume	Language																		
Javier FLORES ZAMORA	S4_3	4 ECTS	30h	ENG																		
Course description and Teaching Methods																						
<p>Branding deals with brands. The main purpose of this module is to offer a comprehensive and current understanding of the subjects of brands, brand equity, and brand management. It provides the foundations to analyze and measure the tradeoffs of various strategies to develop brand equity, the core topic of the course. For the future brand managers, it provides the concepts and techniques to improve long-term profitability. Practical insights will illustrate theoretical foundation. Different settings will be reviewed: industrial, high-tech, online, service, retailing, and emerging markets. The course introduces basic concepts and moves on to explain how to create measure and use branding to create business opportunities.</p> <p>Lecture format courses will be followed by case studies and exercises. Active participation is required by all the students in Nuremberg.</p>																						
Content																						
<p>Part 1. Branding principles 9 hours</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Brand definition. Branding decisions and strategies 2. Brand positioning and values. Brand identity vs. Brand Image 3. Brand elements: names, URLs, logos, symbols, characters, slogans, jingles and packaging. Criteria on brand elements decisions. <p>Part 2. Brand equity measurement and management system. 6 hours</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Brand audits and techniques 5. Brand management system. Brand equity charter <p>Part 3. Managing brands over time. 15 hours</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Brand models. Brands-product matrix. Branding strategies 7. Introducing new brands. Brand extensions. Licensing. Brand revitalization 8. Brand management over geographic boundaries. Global strategies 																						
Learning objectives																						
<p>Throughout this module, the student will:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Understand the concept of brand equity. 1.2. Identify key brand decisions. 2. Identify and establish points of similarity and points of difference to establish a brand identity and create brand image. 3. Be able to identify and choose the most effective brand elements to enhance brand awareness and facilitate a unique brand association 4. Describe how brand equity can be measured 5. Be able to design a brand equity charter that will guide managers within the company to design a strategy. 6. Describe how brand equity can be maximized across all the brands and products offered by a company 7. Be familiar with the steps to manage brand extensions, and to revitalize a brand. 8. Develop a global brand strategy <p style="text-align: right;">Referring to the AACSB learning objectives of the program:</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>Goals</th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3" style="text-align: center;">Objectives</td> <td style="text-align: center;">11</td> <td style="text-align: center;">21</td> <td style="text-align: center;">31</td> <td style="text-align: center;">41</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">12</td> <td style="text-align: center;">22</td> <td style="text-align: center;">32</td> <td style="text-align: center;">42</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">13</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>					Goals	1	2	3	4	Objectives	11	21	31	41	12	22	32	42	13			
Goals	1	2	3	4																		
Objectives	11	21	31	41																		
	12	22	32	42																		
	13																					
Référence																						
<p>Keller, K., Apéria, T., & Georgson, M. (2012). Strategic Brand Management: A European Perspective, Second edition. Pearson Education</p> <p>Wheeler, A. (2012). Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team. 4th Ed. Wiley</p>																						

Prerequisite	Expected Profile and Selection Process
Introductory courses in Marketing are required.	Candidates should have a solid basis on marketing and communication strategies. Participation and attendance are compulsory. Students will have continuous evaluation, and assignments.
Course Sequence and Homework Description	
<p>Although some theoretical concepts will be explained, the course is intended to be more pragmatic. Examples from real based companies will be provided to illustrate the concepts. The course will count with the participation of one instructor, expert in the field. In-class exercises and projects will be assigned. Participation is mandatory</p>	
Assessment Methods	
<p>Inclass Assessment: 70 % Duration :</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Written <input type="checkbox"/> MCQ <input checked="" type="checkbox"/> Oral <input checked="" type="checkbox"/> Report <input checked="" type="checkbox"/> Participation</p> <p>Final Exam : 30 % Duration :</p> <p><input type="checkbox"/> Written <input checked="" type="checkbox"/> MCQ <input type="checkbox"/> Oral <input type="checkbox"/> Report <input type="checkbox"/> Participation</p> <p><u>Additional information:</u></p> <p>Each professor will assign their own activities according to the demands of each topic / concept / learning objective.</p>	

Communication and digital marketing

Luxury and design management

(Cf. Livret des années préparatoires au MSc)

