



ATELIERS PGE2 – CAMPUS BERLIN

CATALOGUE DES ATELIERS ICN

2021 – 2022

PROGRAMME GRANDE ECOLE

SOMMAIRE

MANAGERS BUILDING SUSTAINABLE COMMUNITIES	3
ARTS AND DIVERSITY	4
ARTEPRENEURS 3.0	5
INTELLIGENCE ECONOMIQUE ET PRISE DE DECISION	6
LE MANAGER CRE'ACTIF	7
MODELISATIONS FINANCIERES.....	8
BECOMING AN ONLINE INFLUENCER	9

IMPORTANT

En cas d'atelier multi-campus, les séances de cours en salle pourront être réparties sur tous les campus concernés. Les modalités exactes de programmation seront portées à la connaissance des étudiants en début d'année et par voie d'affichage sur les plannings. Ces informations sont susceptibles d'évoluer au cours de l'année.

MANAGERS BUILDING SUSTAINABLE COMMUNITIES

A communication strategy perspective

(Workshop based in Berlin)

Responsable atelier : Javier Flores-Zamora

Currently, issues concerning inequality may be found in nearly every community. However, many higher education students are unaware of them. Minorities miss essential resources to access equal opportunities. Future business managers need to address the global challenges humanity faces (poverty, inequality, climate, animal welfare, etc). While these challenges seem unreachable, nonprofit organizations act as intermediaries to make these higher purposes to happen more easily.

This workshop enables management students to develop a digital communication strategy to help tackle social inequalities. Participants choose a social cause they feel interested in.

METHODE PEDAGOGIQUE

Experiential learning in this workshop is key. Intercultural exchanges with international people/organizations in Berlin will make the experience more significant. This intercultural hands-on experience should lead to recognition of a problem, and the provision of creative and flexible solutions based on a communication strategy developed by students.

The lecturer will act as a facilitator during class and will guide students developing and managing a communication campaign for a (newly created or existing) nonprofit organization. Participants should expect case studies, guided visits, documentaries, and discussion of relevant societal topics to learn best practices..

COMPETENCES ACQUISES

- Engage business professionals to a societal cause
- Suggest alternatives to increase sustainability and awareness
- Develop a communication campaign aligned with the objectives of a nonprofit organization
- Improve their team work skills, and work in an orderly and systematic manner with the team members
- Explain the role ethics play on sustainability in today's society
- Understand the structure of a nonprofit organization and the differences from a conventional company.

EVALUATION

- The assessment is based on in-class assessments (individual & group). It includes personal investment during the presentations, and participation in the group project. In addition, sense of responsibility, cooperation and collaboration with the team, contribution with creative and innovative ideas.
- The instructor will provide a continuous assessment of the weekly activities, final assessment will also be complemented by a peer-to-peer evaluation of each team member.XX

ARTS AND DIVERSITY

Boosting your creativity and finding your inner voice

(Workshop based in Berlin)

Responsible atelier : Javier Flores-Zamora

In this workshop, students will discover and recover their creative potential and learn creative strategies on how to best use this potential towards their business goals as well as in their daily life. By looking at Art from five different angles (Art as a Market, Art as a Discourse, Art as a Product, Art as an Experience, Art as a Practice) we will analyse and work with the complexity of art making, at the liminal spaces with the design industry and the creative industry. The students will gain knowledge on how to navigate such domains in regards to positioning, marketing and sales, and they will draw from a variety of successful cases to boost their own creative method and results. It's a self-empowering, practical workshop with an emphasis on hands-on experiences and creative experiments.

This ARTEM workshop is particularly designed for students who have already a creative practice or hobby in any discipline: music making, drawing, photography, film making... or who had it in the past and would like to reconnect to it and boost their creativity.

METHODE PEDAGOGIQUE

To support students, give them the opportunity to work as a team and develop them throughout the year, the teaching methods include:

- Watch, discuss, make: We will explore, share, and discuss several study case of established artists, creatives, designers as well as successful art trends and topics to initiate group conversations. From these, we will work towards practical exercises and powerful tasks to unleash your creativity.
- Images and words: both images and words are very important for any creative experience. However, they work very differently and follow different "rules". We will explore these, putting an emphasis on translation processes from text to image and vice versa, improving our text-based outputs as well as our visual skills.
- Creative participation: creativity is a personal, rewarding journey that requires commitment as well as play. You will get the most of this workshop if you attend class and participate actively. Throughout the assignments, the teacher will give personally tailored mentorship and dedicated feedback to analyse and unlock your patterns, and discover new creative possibilities.

COMPETENCES ACQUISES

- Own a personal creative method that can be apply to any project;
- Formulate strategies for visual and textual creative processes;
- Write effective scripts for short videos;
- Write and make a stop-motion animation film;
- Bring personal experiences in their professional practice with confidence

EVALUATION

The evaluation is based on the assignments carried out during the workshop and on class participation.

ARTEPRENEURS 3.0

Conception et gestion de projets innovants autour d'entreprises artistiques

(Atelier basé à Nancy, accessible également depuis Berlin)

Responsable : Marie-France Clerc-Girard – ICN Business School

Dans cet atelier, les étudiants sont mobilisés autour d'entreprises artistiques (troupes de théâtre, collectifs d'artistes), en équipe trans-écoles et transdisciplinaires. Ils explorent d'autres formes d'organisation collective et de gouvernance, de financement, de production et de diffusion, adaptées à une société de crise. Avec les artistes, ils travaillent et produisent des créations originales qui questionnent nos valeurs sociétales et organisationnelles, pour tracer les lignes d'un monde nouveau. Les productions finales sont diffusées en ligne et publiquement lors d'un événement inter-campus (campus Artem, etc.). Chaque campus produira une ou des créations distinctes, probablement très différentes, dont l'ensemble constituera le premier volet d'un « festival » dédié à repenser la création et la société simultanément.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Pour accompagner les étudiants, leur donner l'opportunité de travailler en équipe et les faire évoluer tout au long de l'année, les enseignements délivrés comprennent des collaborations inter-disciplines favorisant la porosité des compétences, la mixité des talents et l'inclusion des différences. D'un côté, l'invention d'autres modèles de production et de diffusion de la création, de l'autre, une création qui repense les fondements de nos sociétés. Pas de hiérarchie amateurs-spécialistes : la co-création en intelligence collective est la porte de sortie vers un monde transformé.

15 séances de coaching transversal d'une heure par campus sont également proposées.

L'objectif de ces séances sera de prendre du recul, de nourrir la réflexion et de resituer le travail local dans la perspective de repenser la société et la production / diffusion de la culture.

Le travail se déroulera localement en présentiel mais aussi en ligne pour les interactions entre sites, les coachings transversaux et les présentations et diffusions des créations. Les productions (créations) devront être des créations en ligne.

Compétences acquises

Cet atelier va permettre aux étudiants :

- d'appréhender des situations entrepreneuriales ;
- de vivre concrètement une gestion de projet ;
- de comprendre l'intérêt d'être confronté à l'avis des autres ;
- de comprendre la démarche managériale et technologique de l'innovation ;
- d'apprendre à évaluer ses travaux.

ÉVALUATION

L'évaluation est basée sur une soutenance orale en décembre et une évaluation personnelle sur ses avancées et son regard réflexif (critères donnés en début d'atelier).

INTELLIGENCE ECONOMIQUE ET PRISE DE DECISION

Veille informationnelle, stratégique, influence, géopolitique, guerre économique

(Atelier basé à Nancy, accessible également depuis Berlin)

Responsable : Carine Sonntag – ICN Business School

Dans cet atelier, les étudiants vont apprendre et mettre en œuvre des 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. Cet atelier permet aux étudiants de comprendre les interactions entre les différents acteurs économiques (géopolitique, pouvoirs publics, lobbying, renseignement) et de mettre en œuvre des outils de cartographie des zones d'influence. Enfin, la protection de l'information et la gestion de sa communication sont également abordées autour de questions : 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 ?

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Pour accompagner les étudiants, leur donner l'opportunité de travailler en équipe et les faire évoluer tout au long de l'année, les enseignements délivrés alternent séances de méthodologie de veille informationnelle et séances d'application. Les étudiants travaillent pendant tout le semestre en groupes de travail pour présenter un rapport de sourcing qu'ils soutiennent à la fin du 1er semestre.

Au deuxième semestre, le groupe est décomposé en deux piliers Investigation / Analyse et Lobbying. Des séances communes ou spécifiques sont développées. Par ailleurs, les étudiants du pilier Lobbying sont inscrits au concours national du lobbying. Les étudiants du pilier investigation développent une phase d'analyse de sujets réels d'intelligence économique.

Compétences acquises

Cet atelier va permettre aux étudiants :

- de réaliser des analyses critiques de situations complexes ;
- d'anticiper ce que la concurrence peut ou va mettre en place ;
- d'anticiper les futures évolutions réglementaires ;
- de transmettre les informations par écrit ;
- de rédiger, pour être lu et compris, en vue de l'action à entreprendre ;
- de développer une ou des vision(s) à long terme ;
- de participer activement au travail d'équipe ;
- d'utiliser une méthode de résolution de problèmes spécifique (dédiée) ;
- d'imaginer et tester des solutions innovantes ;
- de lire les signaux du changement afférents à l'activité, au métier/projet.

ÉVALUATION

L'évaluation est basée sur des dossiers semestriels et soutenances orales.

LE MANAGER CRE'ACTIF

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

(Atelier basé à Nancy, accessible également depuis Berlin)

Responsable : Nicole Le Rouvillois – ICN Business School

Dans cet atelier, l'objectif est de former un manager Cré'Actif (Créatif et Actif). Cela 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. 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.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Pour accompagner les étudiants, leur donner l'opportunité de travailler en équipe et les faire évoluer tout au long de l'année, les enseignements délivrés comprennent des séances sur la vision et les 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. Ces séances d'improvisation théâtrale sont basées sur les verbes clé du manager, tels que communiquer, gérer, déléguer, anticiper, motiver, valoriser, mettre en place une stratégie etc.

Compétences acquises

Cet atelier va permettre aux étudiants :

- de prendre conscience du rôle « Ressources Humaines » du manager ;
- d'inclure dans la responsabilité opérationnelle du manager les objectifs humains et relationnels ;
- de savoir comment garder les meilleurs ?
- de se rendre responsable du développement personnel des collaborateurs et d'entretenir l'employabilité ;
- de savoir comment mesurer les compétences du leadership et les développer ;
- de comprendre les différents styles de management ;
- de comprendre la gestion des situations conflictuelles et la conduite du changement ;
- de savoir former des collaborateurs ;
- de savoir prendre la parole en public.

ÉVALUATION

L'évaluation est basée sur l'établissement de comptes rendus sur les différentes interventions, la mise en place d'un dossier projet et une soutenance au 1er et 2nd semestres.

MODELISATIONS FINANCIERES

(Atelier basé à Nancy, accessible également depuis Berlin)

Responsable : Sanvi Avouyi-dovi – ICN Business School

Dans cet atelier, l'objectif principal consiste à doter les étudiants de moyens leur permettant de bien comprendre voire de maîtriser l'analyse des prix d'actifs dans divers contextes. Pour cela, ils doivent prendre conscience des divers traitements des informations disponibles ainsi que des forces et faiblesses des outils, notamment quantitatifs d'analyse. L'atelier est centré autour de quatre problématiques principales : la collecte des données et leurs traitements de base ; les outils usuels d'analyse quantitative ; la dynamique des prix d'actifs et le comportement des ménages ; la prise en compte de certaines hypothèses dans la modélisation des variables financières.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Pour accompagner les étudiants, leur donner l'opportunité de travailler en équipe et les faire évoluer tout au long de l'année, les enseignements délivrés sont organisés sous la forme de 10 séminaires et d'ateliers pratiques.

Les ateliers pratiques prennent appui sur les notions acquises dans le cadre du Bloomberg Market Concepts (BMC) (e-learning effectué au centre Bloomberg de l'école) qui sont les suivantes :

- les données : sources, caractéristiques et propriétés, traitements de base, analyse descriptive (exemples de données : prix d'actifs financiers, prix des matières premières) ;
- les outils d'analyse quantitative en économie et en finance ;
- l'analyse chartiste avec les principaux indicateurs ;
- les modèles : généralités ;
- les modèles sans a priori théorique ;
- les modèles à fondements économiques (un bref aperçu) ;
- une application de modèles à l'analyse des prix des actifs financiers et /ou des prix des matières premières ;
- les événements rares : une application en finance ;
- le choix de portefeuille ;
- les mesures de performance et de risque.

Compétences acquises

Cet atelier va permettre aux étudiants :

- d'être capables de poser un diagnostic clair et précis sur l'évolution des prix d'actifs sur la base d'une mobilisation de certains outils de l'analyse quantitative ;
- d'être en mesure de mettre en œuvre (concrètement) des outils d'analyse des marchés en commençant par une maîtrise totale des diverses sources d'informations.

ÉVALUATION

L'évaluation est basée sur :

- un contrôle continu écrit (30 %)
- un rapport (70 %)

L'assiduité est requise.

BECOMING AN ONLINE INFLUENCER

Marketing & entrepreneurship

(Workshop based in Nancy, also accessible from Berlin)

WORKSHOP MANAGER: Hawkins Matthew – ICN Business School

In this workshop, we investigate the challenges and strategies involved in building a social media persona/presence. We discuss how to change institutions, the meaning of community, and how social capital is accrued. You will be responsible for developing a social media account. It is important note that the account does not need to feature you. Thus, you can focus on your pet, landscapes, mashups, sports, a student association, an online business, etc. So, if you like fashion? travel? food? Why not share your passion with others. If you like to draw, craft or make music? You can use this class to promote your creative outputs on Instagram, YouTube or Etsy. Or, start your own online store. This workshop is designed to give you the opportunity to develop the social media presence you always wanted. You define your project and select the platform(s).

Teaching method

To support students, give them the opportunity to work as a team and develop them throughout the year, the teaching methods include:

- **strategies and theory.** We will explore, share, and discuss the strategies and theories behind becoming an online influencer. The presentations associated with this part will count towards your in-class assessment grade.
- **class project.** We will have at least one class account, on a social media platform. Collectively, we will manage and add contact to this account. This part will count towards your in-class assessment grade.
- **individual account.** You will develop a social media account (Insta, FB, Wordpress, Twitch, Snapchat, etc). Meaning you will post regularly, engage with your followers and grow your community. You will set personal goals that will factor into your grade. This part will count towards your mid-term and final assessments.

Acquired skills

At the end of this workshop students should be able to:

- create an online profile based on a personal interest;
- formulate strategies to build a social media presence;
- plan and execute a social media strategy;
- evaluate the differing types of value online communities bring to members/individuals;
- propose alternative ways to improve someone's social media presence.

Assessment procedure

The assessment is based on:

Fall Semester:

- in-class assessments: 50% - class project, presentations (individual & group)
- mid-term assessment: 50% - presentation (individual)

Spring Semester:

- in-class assessments: 40% - class project, presentations (individual & group)
- final assessment: 60% - written report and presentation (individual).



Contact

Gérald Duffing
gerald.duffing@icn-artem.com

ICN Business School
86 rue du Sergent Blandan
CS 70148
FR 54003 Nancy Cedex