Année universitaire 2024/2025

Management global - 263 - 3ème année du magistère Sciences de Gestion

Crédits ECTS : 60

LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

Le Magistère Sciences de gestion de Dauphine forme en 3 années intégrées (de bac +3 à bac+5), des managers de haut niveau, polyvalents, maîtrisant les méthodes performantes nécessaires au développement des entreprises et possédant, en outre une excellente connaissance de langues étrangères pour aborder le monde des affaires dans sa composante internationale.

Il est possible de ne suivre que la 3ème année du magistère qui délivre le master 2 management global.

Les objectifs de la formation :

- Acquérir une vision globale du manager international
- Offrir une pluridisciplinarité aux étudiants
- Se spécialiser au travers de l'apprentissage
- Être orienté vers de grandes entreprises mais aussi Start up

PRÉ-REQUIS OBLIGATOIRES

- Titulaire d'un diplôme BAC+4 ou équivalent d'une université ou d'un autre établissement de l'enseignement supérieur, ayant validé 240 crédits ECTS
- L'entrée dans le parcours est systématique pour les étudiants ayant validé la 2ème année du Magistère Sciences de gestion de Paris-Dauphine
- Seules quelques places sont ouvertes aux candidats externes pour intégrer directement le parcours en 3ème année du Magistère
- Bonne maîtrise de l'anglais

POURSUITE D'ÉTUDES

Ce parcours peut notamment être prolongé par une thèse de doctorat, pour des étudiants souhaitant se destiner à la recherche.

PROGRAMME DE LA FORMATION

- Semestre 3
  - Obligatoire
    - Supply Chain
    - Project Management
    - Compliance
    - Marketing digital
    - Risque, contrôle et audit
    - Corporative Social responsability
    - Corporate finance
    - Innovation - Start-up & Business modèle / Entrepreneuriat

        - Outils informatiques du manager
- Semestre 4
    - Obligatoire
        - Negociation
        - Management & Leadership
        - Data & information system
        - Livret d'alternance
    - BLOC OPTIONNEL : CHOISIR 1 UE PARMI LES 2 PROPOSEES
        - Diagnostic Global
        - CFEE

DESCRIPTION DE CHAQUE ENSEIGNEMENT

CFEE

ECTS : 18

Compliance

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

Comprendre et connaissance les fondamentaux de la Conformité :
- Lutte Contre le Blanchiment d'argent et le Financement du Terrorisme
- Dispositif de contrôle permanent et périodique
-Lutte Anti-Corruption
-GDPR
- initiation à la Blockchain
- Méthodologie de contrôle

Compétence à acquérir :

Connaissance de la réglementation, des fondamentaux de la conformité, du dispositif de contrôle et de la blockchain

Mode de contrôle des connaissances :

Le contrôle des connaissance se fait
- 50% sur les travuax en continu (cas préparé en groupe et présenté en cours, eu de rôle)
-50% examen final

Corporate finance

ECTS : 6

Corporative Social responsability

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

Introduction : *Actualités réglementaires, obligations des entreprises, normes et labels*

Adaptés chaque année :

- Intervenants différents à chaque cours

- visites de sites : centres de tri, entreprises "durables" etc.

Compétence à acquérir :

1. Avoir des **exemples concrets** de métiers liés à la RSE en rencontrant des **intervenants passionnés**

2. Renforcer ses connaissances essentielles sur la **réglementation en termes de responsabilité sociale des entreprises, savoir où chercher les informations**

3. Gagner en esprit critique : *Greenwashing* ou réel engagement?

4. Réfléchir à son propre positionnement et sa marge de manœuvre pour agir et travailler de manière durable.

Mode de contrôle des connaissances :

50% : Travail écrit individuel, 25%: Travail de groupe pendant les cours, 25%: Travail de groupe hors cours (Présentation de la démarche RSE des entreprises vis-à-vis de un ou deux concurrents)

Data & information system

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

Along the semester the students learn about / Les thèmes abordés au cours du semestre sont les suivants:

1. Information Systems (IS) basics
2. IT basics to manage the Data & IS
3. Data basics
4. Data management
5. Industry 4.0: many new tools
6. New uses vs. environmental & social stakes
7. Cybersecurity to protect the Data & IS
8. Project management in Industry 4.0

During the semester high-level speakers will deal with key topics in depth: GDPR, digital transformation, data centers and sustainability / Durant le semestre, des intervenant.e.s de haut niveau viendront approfondir certains sujets essentiels comme la RGPD, la transformation digitale ou encore les data centers et leur durabilité.

Compétence à acquérir :

(EN)

- To get acquainted with the basic notions in Data and Management Information Systems
- To be aware of the new technologies which impact the uses and information systems
- To feel comfortable with IT projects as a stakeholder
- To know the basic vocabulary and actors of any IT project whichever approach is set (agile or classical)
- To remind how essential are cybersecurity as well as environmental and social stakes

– – – – – – – – –

(FR)

- Se familiariser avec les notions clés en données et gestion des systèmes d'information
- S'ouvrir aux nouvelles technologies qui accompagnent l'évolution des usages et des systèmes d'informations
- Savoir se repérer dans l'écosystème d'un projet en lien avec l'IT
- Connaître le vocabulaire de base et les intervenants de tout projet informatique, peu importe l'approche (classique ou agile)
- Rappeler le rôle essentiel de la cybersécurité ainsi que des enjeux environnementaux et sociaux

Mode de contrôle des connaissances :

- **40% Continuous assessment / Contrôle continu**
  - 10% oral participation along the semester / participation orale sur le semestre
  - 30% group project / travail en groupe à rendre
- **60% Final exam / Examen final**

Bibliographie, lectures recommandées :

LEVY Mick. *Sortez vos données du frigo - Une entreprise performante avec la Data et l'IA.* Malakoff : Dunod, 2021

Diagnostic Global

ECTS : 18

Innovation - Start-up & Business modèle / Entrepreneuriat

ECTS : 6

Livret d'alternance

ECTS : 3

Management & Leadership

ECTS : 3

Marketing digital

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

L'univers du web comprend un grand nombre de dimensions conceptuelles qui s'appuient sur des technologies spécifiques. L'intervention présentera les différentes dimensions du web, leurs caractéristiques et technologies ainsi que les enjeux marketing et communicationnels.

Les 4 dimensions du web

Les fondateurs du web et les concepts clefs

Les stratégies de développement des acteurs du 4.0

Les modèles économiques du web

Environnement technique du web

Les noms de domaines,

Le tracking et principe des coockies

Les comportements digitaux des consommateurs

Analyse des addictions au digital

Stratégies des acteurs du digital et addictions

- La Boite de Skinner,

- La complétude

- L'expérience optimale

Audit d'écosystème de marque :

Travail d'analyse sur un cas concret du groupe LVMH et Kering

Création d'un rapport d'étonnement

Proposition de recommandations

Audit UX et IU de site internet

Définition des objectifs d'un site,

Notions d'ergonomie et d'analyses de site

Notions d'analyse d'interface Utilisateur

Compétence à acquérir :

A l'issue de la formation l'apprenant sera capable de :

- Reconnaitre les différents environnements digitaux,

- Comprendre les enjeux marketing et commerciaux du digital,

- Réaliser un audit d'écosystème de marque,

- Réaliser un audit de site internet

Mode de contrôle des connaissances :

Apports théoriques et travaux de groupes autour des thèmes abordés avec débrief en fin de séquence

Bibliographie, lectures recommandées :

J. Lendrevie, J. Lévy . Mercator, 10e edition 2013
H. Isaac, P. Volle, Y. Bréban. E-commerce, Pearson, 2014
N. Romdane, W. Braun. Internet marketing EBG 2013
E. Peelen, F. Jallat, E. Stevens, P. Volle. Gestion de la relation client 2014
J. Laudon, E. Fimbel, S. Canevet . Management des Systèmes d'Information 2013
W. Chan Kim, R. Mauborgne. Stratégie Océan Bleu 2013
C. Dorkenoo, J. Bouillet. Stratégie digitale : Comment acquérir, convertir et fidéliser vos clients sur le Web 2015
K. Laundon, C. Traver . E-Commerce 2013 (Anglais)
V Druguet, J.B Vallet. Le commerce connecté : Comment le digital révolutionne le point de vente
C. Lovelock, Marketing des services, , Pearson, 2008
P. Callot, R. Boucher, Le marketing des services, Vuibert, 2007
R.Boucher P. Callot, Marketing et vente des services associés, Vuibert, 2016

Negociation

ECTS : 3

Outils informatiques du manager

ECTS : 0

Project Management

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

Le cours « Gestion de projet », d'une durée de 18 heures, s'articule autour d'un cours théorique dispensé par l'enseignant, et illustré par des cas pratiques réalisés en petits groupes par les étudiants.

Compétence à acquérir :

L'enseignement vise la compréhension des fondamentaux de la gestion de projet et le développement des compétences nécessaires à la gestion opérationnelle d'un projet. A la fin du cours, les étudiants seront en mesure :

- D'appréhender les grands enjeux de la gestion de projet

- De maitriser les différentes phases d'un projet et les risques associés

- De disposer d'une « boite à outils » opérationnelle pour chacune de ces phases

- De comprendre les enjeux liés à la conduite du changement

- De mettre en pratique les principaux outils de la gestion de projet, notamment les outils de planification et de suivi de projet

Mode de contrôle des connaissances :

Business cases réalisés en séance : 50%
Exposés préparés par les étudiants : 50%

Risque, contrôle et audit

ECTS : 3

Supply Chain

ECTS : 3