

Année universitaire 2025/2026

Magistère Sciences de gestion - 3ème année en formation apprentissage

Responsable pédagogique: VIRGINIE SRECKI - https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/srecki-virginie

PROGRAMME DE LA FORMATION

- Semestre 3
 - Obligatoire
 - Supply Chain
 - Project Management
 - Compliance
 - Marketing digital
 - Risque, contrôle et audit
 - Corporative Social responsability
 - Corporate Finance
 - Entreprise numérique
 - <u>Développement commercial de l'entreprise</u>
- · Semestre 4
 - Obligatoire
 - Livret d'alternance
 - Negociation
 - Management & Leadership
 - Data & information systems
 - Diagnostic Global
 - PSL WEEK

DESCRIPTION DE CHAQUE ENSEIGNEMENT

SEMESTRE 3

Obligatoire

Supply Chain

ECTS:3

Enseignant responsable: CHRISTOPHE BRESSANGE (https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/bressange-

christophe)

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

Cours#1: Introduction à la Supply Chain

Cours#2: Stratégie Supply Chain

Cours#3: Le process S&OP

Cours#4 : La Supply Chain durable

Cours#5: La Supply Chain digitale

Cours#6: Les métiers de la Supply Chain

Compétences à acquérir :

Les fondamentaux de la Supply Chain

Mode de contrôle des connaissances :

QCM 100%

Coefficient: 1

Project Management

ECTS:3

Enseignant responsable: GUILHEM ABBAL

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

Understand your area and plan accordingly

3h – 4h

- $The \ role \ of \ fragrances \ / \ flavors: marketing-mix \ impact \ / \ brand \ DNA/story \ telling, \ well-being \ \& \ neurosciences$
- Introduction to the fragrance industry: players, business models and challenges
- Type of accounts for the Project Manager / Key Account Manager
- Customer brief examples / Cases: identify needs, objectives and stakeholders, understand the ressources available and create the right organization to deliver a best-in class product & service on time

Human resources and business approaches

- The crucial role of market intelligence in the fragrance industry
- When you manage from A to Z, the importance of the organization & collaboration
- Strategic mindset to succeed internally and externally: how to win?

- Manage your business to mitigate risks in an uncertain environment

Being an expert

3h - 5h

- Essential skills / knowledge to manage a project and extra ones to go beyond the core mission
- Using your know-how for generating new dynamics

Immersion

3h

- Class @L'Appartement Étoile by Symrise
- Olfactive training 2nd part
- First Evaluation
- Job opportunities and module's best practices summary
- Olfactive training 1st part

Magistère on the creative floor

5h

- Cases

Compétences à acquérir :

Understand the ecosystem's importance when you manage a project,

Being able to implement, secure and embark the organization you are in charge of for delivering valuable results,

Dealing with complexity while increasing your level of expertise

Mode de contrôle des connaissances :

Quizz (30%) and Case (70%)

Coefficient: 1

Compliance

ECTS: 3

Enseignant responsable : SEBASTIEN D ALIGNY

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

Le cours sera composé de plusieurs modules :

Rôle, responsabilité et organisation d'une fonction conformité

Contrôle interne

Lutte contre e blanchiment d'argent et le financement du terrorisme

Lutte contre la corruption

GDPR

Blockchain

Audit d'un dispositif de Conformité

Compétences à acquérir :

L'objectif du cours est à la fois comprendre les rôles et responsabilités d'une fonction Conformité et une connaissance plus accrue sur ses principales missions (LCB-FT, ABC, Blockchain,...)

Mode de contrôle des connaissances :

Coefficient: 1

Marketing digital

ECTS: 3

Enseignant responsable: RONALD BOUCHER

Langue du cours : Français

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

Compétences 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

Pré-requis recommandés

Cours de marketing de L3

Mode de contrôle des connaissances :

Travaux de groupe à réaliser durant les séances avec une note de participation personnelle.

Coefficient: 1

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

Risque, contrôle et audit

ECTS: 3

Enseignant responsable: GABRIEL GIZARD

Langue du cours : Anglais

Description du contenu de l'enseignement :

Objectifs : présenter les principaux concepts et les outils de l'audit financier, leur place dans le système d'information et dans la prise de décisions afin de comprendre et évaluer la maturité et le mode de pilotage d'une entreprise.

Méthode de travail : Le cours s'appuie sur une combinaison d'enseignements théoriques illustrés d'exemples concrets, d'études de cas, de lectures personnelles et d'exposés préparés par les étudiants en concertation avec l'intervenant. Le cours est dispensé en anglais et l'examen final est réalisé dans cette langue. Ce document est le seul support rédigé en langue française pour faciliter la compréhension du déroulé de l'enseignement et servir de référence aux étudiants.

Les cinq exposés et dossiers préparés par les étudiants sont présentés du cinquième au neuvième cours pour laisser à chaque groupe le temps nécessaire à la compréhension du matériel disponible, à l'élaboration d'un dossier de cinq pages maximum et d'un plan de cours d'environ une heure pour les autres étudiants.

Lors de l'examen, ce sera votre double capacité à restituer les connaissances d'une façon ordonnée et à manier d'une façon élémentaire les règles techniques assimilées qui sera contrôlée. Dans ces exercices de restitution des connaissances et d'application, l'usage correct du vocabulaire est particulièrement apprécié, ainsi qu'une orthographe rigoureuse. La forme ne saurait l'emporter sur le fond toutefois des travaux bien écrits, bien présentés et agréables à lire sont des éléments essentiels de la restitution.

Compétences à acquérir :

- · Approche par les risques
- Présentation Orale
- · Synthèse écrite

Mode de contrôle des connaissances :

La question de cours

Il s'agit plus d'une façon usuelle de contrôler vos connaissances que de rechercher une « valeur ajoutée ». Cette question sera simplement de cours reprenant généralement un intitulé d'une séance, d'un chapitre, ou d'une section où il conviendra de restituer le contenu partagé en classe. Dans ce cadre, il faudra veiller à faire référence aux textes applicables ou aux exemples présentés. Cette (ces) question(s) portera(ont) sur l'ensemble des quatre premières séances et de la séance de conclusion. La question de cours est bien souvent une épreuve de synthèse, de vitesse et de clarté de

l'exposé de la réponse.

Le cas pratique

Le cas sera un dossier transverse portant sur l'ensemble des onze séances et vous demandera d'apporter à la question qui en résulte une réponse motivée. Sont à cette occasion appréciées vos capacités à mener un raisonnement et à émettre une opinion justifiée. Il vous faudra analyser les faits, les qualifier et formuler une réponse adéquate aux questions que vous aurez identifiées. Vous devrez donc faire preuve de votre ingéniosité, en essayant de trouver les solutions les plus astucieuses par une combinaison de connaissances éparses.

La participation

Il vous est demandé de participer pleinement aux onze séances qui vous sont proposées. Tout d'abord en traitant en groupe l'un des six thèmes proposés (voir ci-dessous), mais aussi en étant acteur de chacune des séances et en répondant aux questions posées ou en sollicitant les différents intervenants.

Le dossier et l'exposé du dossier

Il vous est demandé de choisir l'un des six sujets proposés ci-dessous et de préparer avec les étudiants ayant choisi le même sujet que vous un dossier de **cinq pages maximum** (hors annexes et bibliographie) reprenant les principales idées fortes du cours que vous allez présenter en séance. Ce dossier a pour but de vérifier **votre capacité de synthèse** et votre habilité à dégager l'essentiel tant sur le fond que sur la forme. A cette fin tous les groupes auront le droit à trois allers-retours avec le chargé d'enseignement par téléphone, courriel ou tout autre moyen approprié afin de bénéficier de ses conseils et expériences. Seul le produit fini sera assorti d'une notation.

Ce dossier se double d'un exposé en séance d'une heure environ dont la présentation est libre mais qui développera les points essentiels ou nécessitant une explication du thème choisi.

Coefficient: 1

Bibliographie, lectures recommandées :

Bibliographie indicative

- § Mémento d'audit interne de Pierre Schick, Serge Evraert, et Jacques Vera (Dunod, 2006)
- § Conduire un Audit Financier de Début de Mandat de Cobl-Heym-Emone-Calv (Territorial Editions, 2008)
- § La gouvernance d'entreprise : Une approche par l'audit et le contrôle interne de Eustache Ebondo Wa Mandzila (L'Harmattan, 2006)
- § L'audit de Stéphanie Thiéry-Dubuisson (Poche, 2007)
- § Les 100 mots de la comptabilité de Bonsergent Dominique (Que Sais-je, 2009)
- § La société de l'audit : l'obsession du contrôle de Michael Power (La découverte, 2005)
- § Mémento Audit et commissariat aux comptes 2017/2018 (Editions Francis Lefebvre, 2017)
- § Le management des risques de l'entreprise : Cadre de référence Techniques d'application de l'IFACI,

PricewaterhouseCoopers, Landwell, et Philippe Christelle (Editions de l'organisation, 2005)

- § Responsible Leadership de Thomas Maak et Nicola M. Pless (Rootledge, 2006)
- § La communication financière de Jean-Yves Léger (Dunod, 2010)
- § La communication financière : bâtir et mettre en oeuvre une stratégie de communication financière de Jean-Yves Léger, Stéphane Fouks, et Christian Laubie (Dunod, 2008)
- § Gouvernance et communication financière d'Yves Brissy, Didier Guigou, Alain Mourot, et Alain Viandier (Eyrolles, 2008)
- § La Cybersécurité au-delà de la technologie, Philippe Trouchaud (Odile Jacob, 2018)
- § http://www.amf-france.org/
- § http://www.ifaci.com/
- § http://www.cncc.fr/

Corporative Social responsability

ECTS:3

Enseignant responsable: CONSTANCE BACHOUD

Langue du cours : Français

Coefficient: 1

Corporate Finance

ECTS: 6

Enseignant responsable: ANTOINE MASPETIOL

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

Découvrir comment utiliser les méthodes financières au service du développement d'une entreprise :

- Fusions Acquisitions : type d'opérations, processus, documents types et organisation
- Audit d'acquisition : méthodologie et points de contrôles clés
- Financement : type et caractéristiques clés
- Valorisation : méthode et cas pratiques

Compétences à acquérir :

Valorisation, fusions acquisitions, audit d'acquisition, contrat de vente de société, financement

Coefficient: 1

Entreprise numérique

ECTS:3

Langue du cours : Anglais

Description du contenu de l'enseignement :

Summary

The course equips students with a comprehensive understanding of the key elements driving digital transformation in organisations. It focuses on providing participants with the knowledge and skills needed to understand and lead transformation initiatives, including leveraging emerging technologies, fostering innovation, and creating customer-centric strategies.

By exploring the human, technological, and strategic dimensions of transformation, students will gain a holistic view of how organisations can successfully adapt and succeed in a digital-first world. By the end of the course, students will have the tools and insights to lead successful digital transformation projects as they enter the workplace.

Course overview

Part I

Understanding the overall environment and the challenges of Digital Transformation.

Part II

Mastering the core foundations of Digital Transformation:

- The Human dimension: Organizational culture, leadership, and people-centric strategies.
- The Innovation dimension: Cutting-edge technologies, AI, and data-driven innovation.
- The Market dimension: Reinventing customer experience and business strategy.

Part III

Designing a clear roadmap for implementing Digital Transformation.

Compétences à acquérir :

- Gain a comprehensive understanding of the key drivers and challenges of digital transformation in organisations.
- Master essential tools and strategies for leveraging technologies, fostering innovation, and creating customer-centric business models.
- Design and implement a clear, actionable roadmap for leading successful digital transformation projects in the workplace.

Mode de contrôle des connaissances :

Final evaluation

- A written end-of-term test, accounting for 60% of the final grade
- A group project based on a case study, accounting for 40% of the final grade, which includes:
 - The preparation of a report
 - An oral presentation of the findings

Coefficient: 1

Développement commercial de l'entreprise

ECTS:3

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

- Introduction à la vente et au développement commercial : Exploration du rôle des commerciaux, des compétences nécessaires et des enjeux du développement commercial.
- **Techniques de prospection** : Identification des leads, utilisation d'outils numériques et réseaux sociaux, stratégies téléphoniques et en face-à-face.
- Écoute active et questionnement : Développement de l'empathie, écoute proactive, techniques pour poser des questions ouvertes et fermées pertinentes.
- Préparation et présentation d'offres commerciales : Analyse des besoins clients, structuration d'une proposition adaptée et utilisation de supports visuels pour renforcer l'impact.
- Techniques de conclusion et gestion des objections : Identification des signaux d'achat, méthodes pour conclure efficacement et gestion des objections courantes.
- Suivi post-vente et fidélisation : Importance du suivi, satisfaction client et développement de relations durables.
- **Pratique et mise en situation** : Jeux de rôle, études de cas, simulations et projets de groupe pour appliquer les concepts en conditions réelles.

Compétences à acquérir :

- Maîtrise de la prospection : Identifier des leads qualifiés, utiliser les outils numériques et développer des stratégies de prospection efficaces (téléphonique, en face-à-face).
- Écoute active et empathie : Comprendre les besoins des clients, bâtir une relation de confiance et adapter son discours grâce à une écoute proactive.
- **Techniques de questionnement** : Poser des questions ouvertes et fermées pertinentes pour découvrir les attentes et besoins spécifiques des clients.
- Conception et présentation d'offres : Construire des propositions commerciales personnalisées, structurées et impactantes avec des supports visuels adaptés.
- **Techniques de conclusion et gestion des objections** : Identifier les signaux d'achat, conclure efficacement une vente et transformer les objections en opportunités.
- Suivi et fidélisation client : Mettre en place un suivi post-vente pour garantir la satisfaction et développer des relations durables avec les clients.
- Travail collaboratif et innovation : Élaborer en équipe des stratégies commerciales créatives pour répondre aux besoins clients dans des contextes variés.

SEMESTRE 4

Obligatoire

Livret d'alternance

ECTS: 3

Enseignant responsable: VIRGINIE SRECKI (https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/srecki-virginie)

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

Savoir rédiger un rapport d'étonnement, cerner sa personnalité et ses attentes pour un démarrage dans la vie active

Compétences à acquérir :

Capacité à restituer son expérience d'apprentissage et préparer son projet professionnel

Mode de contrôle des connaissances :

Validation du livret d'alternance

Negociation

ECTS:3

Enseignant responsable : OLLIVIA DE LA VALLIERE

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

La négociation est un élément essentiel des affaires nationales et internationales. Le cours est basé sur la théorie de négociation raisonnée développée à Harvard University. Il doit permettre d'acquérir d'excellentes aptitudes en communication et une plus profonde compréhension des relations interprofessionnelles, la confidentialité, la conduite d'entretiens, et comment développer un rapport avec un client ou un collègue.

Une bonne maîtrise de l'anglais est requise car le cours repose sur la discussion et l'interaction.

Compétences à acquérir :

Une préparation systématique et rigoureuse, comme la capacité à gérer les intérêts qu'ils soient conflictuels, divergents ou communs, est essentielle à votre réussite. Le perfectionnement des compétences de négociation conduit à d'excellentes aptitudes en communication et une plus profonde compréhension des relations interprofessionnelles.

Objectifs du cours

- Décoder les étapes clés d'une négociation réussie
- Analyser et acquérir certaines compétences de négociateur avec des partenaires étrangers
- Gérer les intérêts conflictuels, divergents et communs
- Découvrir vos points forts comme vos points faibles en tant que négociateur
- Acquérir un cadre stratégique pour traiter les différents et les accords
- Découvrir les façons efficaces d'appréhender les négociateurs difficiles, leurs comportements et tactiques
- · Acquérir des outils pour maîtriser les négociations complexes et à plusieurs participants

Mode de contrôle des connaissances :

Participation en cours Evaluation finale orale

Coefficient: 1

Bibliographie, lectures recommandées :

- Roger Fisher, William L. Ury, et Bruce Patton, Getting to Yes (1991)
- Roger Fisher et Danny Ertel, Getting Ready to Negotiate (1995)
- Roger Fisher et Scott Brown, Getting Together: Building Relationships as We Negotiate (1989)
- Charles Wiggins et Randolph Lowry, Negotiation and Settlement Advocacy: A Book of Readings (2005)
- William Ury, Getting Past No (1993)
- Robert Mnookin et al, Beyond Winning: Negotiating to Create Value in Deals & Disputes (2000)

Management & Leadership

ECTS:3

Enseignant responsable : MARIE-CECILE PLESSIX

Langue du cours : Anglais

Description du contenu de l'enseignement :

Comprendre les enjeux du management et leadership dans un contexte multiculturel.

Compétences à acquérir :

Management

leadership

Mode de contrôle des connaissances :

Cas pratiques et examen final

Coefficient: 1

Data & information systems

ECTS: 6

Enseignant responsable : DIANA CARRONDO

Langue du cours : Anglais

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.

Compétences 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

Pré-requis obligatoires

None / Néant

Pré-requis recommandés

None / Néant

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

Coefficient: 1

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: 12

Enseignant responsable: SEBASTIEN DUIZABO

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

CONTENUS ABORDÉS:

1. Introduction au diagnostic d'entreprise

- Objectifs, enjeux, démarche globale

2. Analyse stratégique

- Outils: SWOT, PESTEL, 5 forces de Porter, matrice BCG...

3. Analyse financière

- Lecture des états financiers, ratios, trésorerie, rentabilité

4. Diagnostic commercial et marketing

- Étude du marché, positionnement, mix marketing, ventes

5. Diagnostic organisationnel et RH

- Processus internes, gestion des compétences, culture d'entreprise

6. Analyse de la production et logistique

- Flux, coûts, qualité, performance opérationnelle

7. Gouvernance - RSE - maîtrise des risques

Synthèse du diagnostic

- Élaboration d'un rapport de diagnostic
- Recommandations stratégiques et opérationnelles

Compétences à acquérir :

- 1. **Analyse stratégique** : Utiliser des outils comme SWOT ou PESTEL pour évaluer le positionnement de l'entreprise.
- $2. \ \textbf{Analyse financière}: Lire \ les \ comptes, \ calculer \ les \ ratios, \'evaluer \ la \ rentabilit\'e \ et \ la \ solvabilit\'e.$
- 3. **Analyse marketing et commerciale** : Étudier le marché, les clients, le mix marketing et les performances commerciales.
- 4. **Analyse organisationnelle**: Comprendre la structure, les processus internes et la gestion des ressources humaines.
- 5. Analyse de production et logistique : Examiner les flux de production, la qualité et la gestion des stocks.
- 6. Synthèse et recommandations: Savoir poser un diagnostic clair et proposer des actions concrètes.

Pré-requis obligatoires

Savoir établir une analyse financière d'une PME

Pré-requis recommandés

Une bonne connaissance de l'analyse stratégique

Mode de contrôle des connaissances :

Production d'un rapport de synthèse

Présentation devant un jury lors d'un oral

Coefficient: 4

Bibliographie, lectures recommandées :

"Stratégique" – Gerry Johnson, Kevan Scholes, Richard Whittington Référence incontournable pour maîtriser SWOT, PESTEL, 5 forces de Porter...

"Diagnostic stratégique de l'entreprise Compétitivité, performance et création de valeur: Compétitivité, performance et création de valeur" – Olivier Meier

Ouvrage accessible pour apprendre à structurer un diagnostic stratégique.

"Finance d'entreprise" – Pierre Vernimmen

Référence en matière d'analyse financière et gestion de la valeur.

"Les 7 points clés du diagnostic stratégique : avec la méthode des cas" - Franck Brulhat

PSL WEEK

ECTS:3

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

Propre à chaque PSL Week

Compétences à acquérir :

Compétences spécifiques à chaque PSL week mais l'objectif visé est bien l'ouverture d'esprit

Pré-requis obligatoires

Aucun

En savoir plus sur le cours : https://www.psl.eu/

Université Paris Dauphine - PSL - Place du Maréchal de Lattre de Tassigny - 75775 PARIS Cedex 16 - 01/12/2025