Année universitaire 2026/2027

M2 : Magistère Sciences de gestion 3ème année en formation apprentissage

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

Langue d'enseignement : Français

PROGRAMME DE LA FORMATION

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

DESCRIPTION DE CHAQUE ENSEIGNEMENT

SEMESTRE 3

Obligatoire

Compliance

ECTS : 3

Enseignant responsable : Sebastien D ALIGNY

Langue du cours : Français

Volume horaire : 18

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 :

50% contrôle continu - 50% examen final

Coefficient : 1.00

Corporate Finance

ECTS : 6

Enseignant responsable : Antoine MASPETIOL

Langue du cours : Français

Volume horaire : 36

Description du contenu de l'enseignement :

- Maniement des états financiers
- Construction d'un budget
- Pilotage de la performance
- Evaluation des besoins financiers de l'entreprise
- Financement : sources, caractéristiques clés, structuration, financement à impact
- Fusions & Acquisitions : type d'opérations, processus, audit d'acquisition et valorisation
- Prévenir, identifier et traiter les difficultés financières
- Résilience des entreprises au travers des crises
- Cas pratiques

Compétences à acquérir :

- Analyse financière
- Analyse crédit

- Méthode de valorisation
- M&A
- Structuration juridique d'un financement
- Enjeux de la finance à impact

Pré-requis obligatoires

Comptabilité financière

Pré-requis recommandés

Analyse financière

Mode de contrôle des connaissances :

Contrôle continu 50%

- Cas pratiques
- QCM
- Présence et participation/exposés

Examen terminal 50%

Coefficient : 1.00

Bibliographie, lectures recommandées :

"Finance d'entreprise" – Pierre Vernimmen. Lefebvre Dalloz.

Corporative Social responsability

ECTS : 3

Enseignant responsable : Constance BACHOUD

Langue du cours : Français

Volume horaire : 18

Description du contenu de l'enseignement :

Ce cours propose une **approche concrète de la RSE** pour des étudiants de Master 2 n'ayant pas encore reçu de formation approfondie en la matière. L'objectif est de donner des **bases solides**, de développer une **compréhension stratégique** des enjeux et d'offrir une **expérience pédagogique vivante**, fondée sur la rencontre et l'action.

Le contenu couvre :

A. Cadre réglementaire & normes

- Européen : CSRD, DPP, SFDR, SBTi, Taxonomie Européenne
- Français : Loi AGEC, Loi Climat et Résilience, Loi sur le Devoir de vigilance

B. Mesure & pilotage de l'impact

- Bilan carbone
- Analyse de cycle de vie
- Indicateurs, limites, controverses
- Double matérialité (risques, impacts, opportunités)

C. Modèles économiques & nouvelles formes d'organisation

- Économie circulaire
- Finances responsables & impact investing
- Entreprises à mission, coopératives, associations, hybridation des modèles
- Rôle, posture et contraintes des Directions RSE

D. Conduite du changement & transformation

- Freins organisationnels
- Méthodes d'influence interne
- Gestion projet, budget, plan d'action
- Leadership RSE : patience, vision, pragmatisme

E. Former des managers capables d'agir

- Carrières à impact : métiers, trajectoires, réalités
- Séances avec invités inspirants : parcours, engagement, conseils de vie
- Approche par projets : rendre la transition concrète et désirable

Le cours repose sur une pédagogie expérientielle :**travaux de groupe, diagnostics, études sectorielles, simulation de comité d'investissement, construction d'un projet RSE managérial individuel**.

Compétences à acquérir :

À l'issue du cours, les étudiant·e·s auront développé un ensemble de compétences transversales articulant compréhension théorique, analyse stratégique, capacité opérationnelle et leadership.

A. Compétences analytiques

- Comprendre les **grands cadres européens et français** structurant la RSE (CSRD, DPP, SFDR, SBTi, Taxonomie Européenne, Loi AGEC, Loi Climat et Résilience, Loi sur le Devoir de vigilance etc.).
- Évaluer la crédibilité d'une politique RSE via un benchmark sectoriel. Lire et décrypter un **rapport de durabilité** et en identifier les enjeux clés. Identifier les **indicateurs d'impact** pertinents selon un secteur ou un modèle d'affaires.
- Avoir des notions de **bilan carbone**, d'**analyse de cycle de vie**, d'**analyse de double matérialité** (risques, impacts, opportunités).

B. Compétences stratégiques

- Relier enjeux sociaux/environnementaux à la **performance globale de l'entreprise**.
- Comprendre comment la RSE influence un **modèle économique**, une chaîne de valeur ou une stratégie de croissance.
- Appréhender les **interdépendances** entre finance, gouvernance, climat, ressources, parties prenantes.

C. Compétences managériales et opérationnelles

- Concevoir un **projet à impact structuré** : objectifs, budget, planning, KPIs, gestion des risques. Réfléchir au pilotage de projet dans un contexte de **transformation organisationnelle**.
- Etudier des leviers de conduite du changement et d'embarquement d'équipes. Collaborer et convaincre dans des contextes d'**enjeux politiques internes**.
- Préparer un **argumentaire d'investissement à impact** (côté fonds, ONG, ou entreprise).

D. Compétences humaines et comportementales

- Clarifier ses propres motivations, son éthique professionnelle, son rôle comme futur décideur.
- Construire une vision personnelle de **carrière à impact**, alignée avec son identité et ses valeurs.
- Développer la **créativité et l'imagination** nécessaires pour penser des futurs souhaitables.

Pré-requis obligatoires

Aucun prérequis obligatoire.
Le cours est conçu pour être **accessible**, même sans formation RSE préalable.

Pré-requis recommandés

Aucun prérequis technique strict, mais les éléments suivants facilitent la progression :

- curiosité pour les enjeux sociaux et environnementaux
- compréhension générale des modèles économiques
- avoir réalisé la Fresque du Climat (ou équivalent) est un plus
- familiarité avec les MOOC type "Sensibilisation au développement durable", "Initiation au climat"

Mode de contrôle des connaissances :

L'évaluation repose sur trois piliers complémentaires :

A. Travail individuel (40%)

Chaque étudiant conçoit un **projet RSE complet** comme s'il/elle était manager :

- définition du projet
- indicateurs
- budget
- planning
- analyse des risques
- plan de déploiement

- impact attendu à court/moyen terme

Objectif : apprendre à passer **de l'idée à la mise en œuvre**.

B. Travail de groupe (40%)

Étude sectorielle comparative : analyse de la politique RSE de **trois entreprises d'un même secteur** pour évaluer les véritables impacts et analyser le degré de greenwashing s'il y en a

Objectif : développer une **analyse critique**, une capacité de benchmark et une compréhension stratégique de la RSE.

C. Évaluation continue (20%)

- participation active
- contributions en séance
- engagement dans les travaux de groupe
- capacité à questionner, débattre, proposer

Coefficient : 1.00

Bibliographie, lectures recommandées :

- Timothée Parrique – Ralentir ou périr

- Matthieu Dardaillon – Anti-Chaos

- Kate Raworth – La Théorie du Donut

- Eloi Laurent – Economie de la condition humaine

- Jean-Marc Jancovici – Dormez tranquilles jusqu'en 2100

- Rob Hopkins – Et si… on libérait notre imagination pour créer le futur que nous voulons ?

Développement commercial de l'entreprise

ECTS : 3

Langue du cours : Français

Volume horaire : 18

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.

Entreprise numérique

ECTS : 3

Langue du cours : Français

Volume horaire : 18

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 : 1.00

Marketing digital

ECTS : 3

Enseignant responsable : Ronald BOUCHER

Langue du cours : Français

Volume horaire : 18

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 : 1.00

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

Project Management

ECTS : 3

Enseignant responsable : Guilhem ABBAL

Langue du cours : Français

Volume horaire : 18

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
3h – 5h

- 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 : 1.00

Risque, contrôle et audit

ECTS : 3

Enseignant responsable : Gabriel GIZARD

Langue du cours : Français

Volume horaire : 18

Description du contenu de l'enseignement :

Objectifs : **Présenter les grands concepts de la gestion des risques d'une entreprise, de son organisation pour maîtriser les risques et les contrôler.**

Le cours alternera les éléments théoriques et également pratiques afin de comprendre comment chaque organisation, quelque soit son type d'activité, doit s'assurer de sa bonne connaissance des risques et de sa capacité à les maîtriser. Tout au long du cours, nous comprendrons l'intérêt des cartographies des risques et des plans de contrôles. Nous étudierons également le rôles des auditeurs externes.

De plus, à travers des exposés réalisés en groupe, nous travaillerons sur des exemples concrets d'entreprises pour comprendre des défaillances passées et des organisations à mettre en place.

Compétences à acquérir :

- Approche par les risques
- Maîtrise des risques via une organisation et un dispositif de contrôles adaptés
- Présentation Orale

Mode de contrôle des connaissances :

Le contrôle de connaissance se fera en 2 étapes :

- Exposé en groupe de 45 minutes concernant les thèmes transmis lors du premier cours.

- Cas pratique + questions sur les notions travaillées en cours lors d'un examen final de 1,5h.

Coefficient : 1.00

Supply Chain

ECTS : 3

Enseignant responsable : Christophe BRESSANGE (https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/bressange-christophe)

Langue du cours : Français

Volume horaire : 18

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 : 1.00

SEMESTRE 4

Obligatoire

Data & information systems

ECTS : 6

Enseignant responsable : Diana CARRONDO

Langue du cours : Français

Volume horaire : 36

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 : 1.00

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

Volume horaire : 120

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. **Analyse financière** : Lire les comptes, calculer les ratios, évaluer la rentabilité et la solvabilité.
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 : 4.00

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

---

Livret d'alternance

ECTS : 3

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

Langue du cours : Français

Volume horaire : 0

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

Management & Leadership

ECTS : 3

Enseignant responsable : Marie-Cecile PLESSIX

Langue du cours : Français

Volume horaire : 18

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 : 1.00

Negociation

ECTS : 3

Enseignant responsable : Ollivia DE LA VALLIERE

Langue du cours : Français

Volume horaire : 24

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 : 1.00

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)

PSL WEEK

ECTS : 3

Langue du cours : Français

Volume horaire : 24

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
