Année universitaire 2026/2027

Management global - 3ème année du magistère Sciences de Gestion

Responsables pédagogiques :

- SEBASTIEN **DUIZABO**
- VIRGINIE **SRECKI** - https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/srecki-virginie

Crédits ECTS : 60

LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

Le Magistère Sciences de Gestion forme en 3 années intégrées (de bac +3 à bac +5), des managers de haut niveau, polyvalents, maîtrisant les méthodes performantes nécessaire 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 de 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 vers des Start up

MODALITÉS D'ENSEIGNEMENT

Le parcours délivre environ 400 heures de cours, réparties entre fin août et fin juin.

La formation suivra le rythme de l'alternance, de la manière suivante :

- À l'université : tous les vendredis de septembre à juin, avec 4 semaines complètes à l'université
- En entreprise : du lundi au jeudi

Le parcours vise à fournir aux étudiants à la fois une réelle ouverture internationale mais aussi une vision transverse de l’entreprise et de ses fonctions.

ADMISSIONS

- 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
    - Entreprise numérique
    - Développement commercial de l'entreprise
- Semestre 4
  - Obligatoire
    - Negociation
    - Management & Leadership
    - Data & information system
    - Livret d'alternance
    - 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

Coefficient : 1

Project Management

ECTS : 3

Enseignants : GUILHEM **ABBAL**, SEBASTIEN **DUIZABO**

Langue du cours : Anglais

Description du contenu de l'enseignement :

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

Compétences 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 au management transversal

- De mettre en pratique les principaux outils de la gestion de projet, particulièrement dans des environnements créatifs

Mode de contrôle des connaissances :

Business cases présentés lors du dernier cours : 70%
QCM : 30%

Coefficient : 1

Compliance

ECTS : 3

Enseignant responsable : SEBASTIEN **D ALIGNY**

Langue du cours : Français

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

Compétences 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 travaux en continu (cas préparé en groupe et présenté en cours, eu

de rôle) -50% examen final

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 L3

Mode de contrôle des connaissances :

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

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 : Français

Description du contenu de l'enseignement :

1) Introduction: What is the internal control?

2) Risk cartography (focus on financial institutions)

3) Permanent Control

4) Internal Audit

5) External Auditors / CAC

Compétences à acquérir :

Comprendre les bases d'un dispositif de maîtrise des risques pour une entreprise quelque soit son activité :

- Comprendre les bases du COSO

- Savoir mettre en place une cartographie des risques

- Comprendre les objectifs d'un plan de contrôles Niveau 1 et 2

- Comprendre le rôle et la méthodologie des auditeurs internes et des Commissaires Aux Comptes

Mode de contrôle des connaissances :

50% Presentation

50% Exam – case study

Coefficient : 1

Corporative Social responsability

ECTS : 3

Enseignant responsable : CONSTANCE **BACHOUD**

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

La mission de cet enseignement est “d’allumer la flamme” c'est à dire qu'en présentant des professionnel.le.s engagé.e.s , les étudiant.e.s puissent se faire suffisamment confiance pour choisir une voie qui leur plaît.

Les grandes notions de RSE sont présentées avec de nombreuses sources pour pouvoir s'y référer si besoin. Cependant, l'objectif est de pouvoir visiter des sites et échanger avec des personnes travaillant dans différents secteurs et métiers pour apprendre concrètement.

- L’entreprenariat en créant une organisation durable par sa mission qui aura du sens et accompagnée d'une vraie réflexion sur sa structure
- Le témoignage de direction RSE dans des grands groupes
- La visite d'un centre de tri pour une introduction à l'économie circulaire
- La finance durable par la venue d'une personne travaillant dans un fond d’investissement pour des solutions d'adaptation au changement climatique

Le programme de chaque année est amené à évoluer en fonction des sujets d'actualité.

Compétences 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.

Pré-requis recommandés

Le cours étant en français, il est nécessaire de pouvoir comprendre le cours.

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)

Coefficient : 1

Bibliographie, lectures recommandées :

- Ralentir ou périr de Timothée Parrique
- Le Monde Sans Fin de Jean-Marc Jancovici
- Film “Demain” de Cyril Dion
- Etudes de l’ADEME

Corporate finance

ECTS : 6

Enseignants : ANTOINE **MASPETIOL**, MAXIME **PANHARD**

Langue du cours : Français

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
- Structuration juridique d'un financement
- Enjeux de la finance à impact

Pré-requis obligatoires

Un bon niveau en comptabilité financière

Pré-requis recommandés

Avoir déjà étduié un peu d'analyse financière

Mode de contrôle des connaissances :

Contrôle continu 50%

- Cas pratiques
- QCM
- Présence et participation/exposés

Examen final 50%

Coefficient : 1

Bibliographie, lectures recommandées :

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

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

Enseignants : THIBAUT **BOIZIAU**, ETIENNE **FLICHY**

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.

Coefficient : 1

SEMESTRE 4

Obligatoire

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

Pré-requis obligatoires

Non

Pré-requis recommandés

NON

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 : Français

Coefficient : 1

Data & information system

ECTS : 3

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

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

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 :

Se comprendre, analyser ses forces et ses axes d'amélioration, bâtir son projet professionnel

Compétences à acquérir :

Réfléchir sur son parcours professionnel, le mettre en valeur et analyser ses besoins en matière de projet professionnels

Mode de contrôle des connaissances :

Validation du livret d'alternance

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. 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 :

Réalisation de livrables intermédiaires

Production d'un dossier de synthèse (100 pages)

Présentation devant un jury

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 :

Chaque PSL Week propose un contenu spécifique. Se rendre sur le site de PSL pour avoir la présentation des différentes PSL weeks proposées

Compétences à acquérir :

Au choix

Découvrir une nouvelle discipline avec le choix d'une PSL week d'ouverture

Élargir ses compétences avec une PSL-week interdisciplinaire.

Approfondir vos connaissances avec une PSL-week de spécialisation.
