
Gestion (Etude de Marchés – Simulation - Comptabilité)

ETCS : 8 ECTS

Nombre d'Heures : CM 30h ; TD 60h

- **Étude des marchés**

CM : 18h ; TD : 18h

Coefficient : 3

Découvrir ce qu'est le Marketing., quelles en sont ses différentes composantes. Acquérir les concepts de base du Marketing. Apprendre à faire un diagnostic Marketing. Présenter à l'étudiant la démarche générale et complète du Marketing, en insistant sur la méthodologie. Fournir le cadre général dans lequel l'étudiant pourra restituer chacun des approfondissements ultérieurs. Illustrer le cours général par quelques exemples pris dans le secteur des techniques de l'information.

- **Simulation de gestion**

TD : 30h

Coefficient : 3

Apprentissage de la prise de décision et des comportements managériaux, l'acquisition d'un positionnement stratégique incluant la définition de la vision d'entreprise et de ses objectifs, le positionnement à long terme, la découverte et l'exploration du marché, les interactions entre les différentes fonctions de l'entreprise. Simulation par groupe de la direction d'une grande société au niveau européen ou mondial : développement du marché, création de nouveaux segments. Les étudiants disposent de documents comptables et financiers et, dans la mesure où ils s'en portent acquéreurs, d'études les renseignant sur le marché et son évolution.

- **Comptabilité**

CM : 12h ; TD : 12h

Coefficient : 2

Initiation au langage comptable au travers d'études de cas.