



GRANDE ÉCOLE
MSc in MANAGEMENT



CATALOGUE DES COURS
COURSE CATALOG
2017-2018

L'esprit pionnier

Catalogue des Cours

Course Catalog

COURS – CHAIRES – FILIERES / COURSES – CHAIRS – TRACKS

Année universitaire 2017-2018
Academic Year 2017-2018

Sommaire

Table of contents

Introduction / Introduction	5
Descriptif des cours / Course Outlines	7
▪ Codification des cours de gestion/ <i>Classification of Management Course Codes</i>	9
▪ Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting & Management Control</i>	13
▪ Droit et Environnement de l'Entreprise/ <i>Public and Private Policy</i>	37
▪ Economie/ <i>Economics</i>	89
▪ Finance/ <i>Finance</i>	109
▪ Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>	143
▪ Management/ <i>Management</i>	177
▪ Marketing/ <i>Marketing</i>	225
▪ Management des Opérations/ <i>Operations Management</i>	271
▪ Hors départements/ <i>Outside Academic Departments</i>	285
▪ Langues/ <i>Languages</i>	297
ESSEC Asia-Pacific in Singapore	309
▪ <i>Business Management in Asia</i>	310
▪ <i>Innovation and Entrepreneurship</i>	311
▪ <i>Financial Markets Track</i>	312
▪ <i>Corporate Finance Track (Winter)</i>	318
▪ <i>Corporate Finance Track (Summer)</i>	315
▪ <i>Global Manager in Asia</i>	316
▪ <i>Managing Premium and Luxury Brands in Digital Age</i>	317
▪ <i>Operations Management Track</i>	318
▪ <i>Asian Strategy Project</i>	318
ESSEC Afrique Atlantique à Rabat (Maroc)	321
▪ Global Manager in Africa – Business et Opérations en Afrique	321
Chaires / Chairs	323
Chaires d'enseignement / Teaching Chairs	
▪ Chaire Communication et Stratégies de Marque	324
▪ Chaire Media & Digital	327
▪ Digital Disruption Chair	330
▪ Chaire ESSEC Santé	332
▪ <i>ESSEC Chair of Therapeutic Innovation</i>	334
▪ Chaire de Grande Consommation	336
▪ Chaire Vente et Stratégie Marketing	339
▪ <i>LVMH Chair</i>	340
▪ Chaire Management des Savoir-Faire d'Exception	342
▪ <i>Accenture Strategic Business Analytics Chair</i>	345

▪ Chaire Immobilier et Développement Durable	346
▪ Chaire d'Économie Urbaine	348
▪ Chaire Innovation et Entrepreneuriat Social	351
▪ <i>Leadership and Diversity Chair</i>	354
▪ Chaire Edgar Morin de la Complexité	357
▪ Chaire ESSEC Finance	358

Chaires de recherche / *Research Chairs*

▪ Chaire Armand Peugeot	360
▪ Chaire du Changement	361
▪ Chaire Philanthropie	362
▪ Chaire Innovation Managériale et excellence Organisationnelle –NEW –	363
▪ Chaire Amundi.....	364

Filières / *Specialized Tracks* 367

▪ Filière CFO (Conseil, Finance et Organisation)	368
▪ Cursus Expertise Comptable (dispenses pour le DSCG)	370
▪ <i>CIMA Track – NEW –</i>	371
▪ Filière Conseil en Stratégie	373
▪ Filière Négociation et gouvernance internationale.....	374
▪ Filière Droit	376
▪ Filière Prep'ENA (avec Paris IX-Dauphine)	378
▪ Filière Economie	379
▪ Filière Finance (Partenariat avec le CFA Institute)	382
▪ <i>Risk Actuarial Track</i> (ESSEC – ISUP)	392
▪ <i>Business Analytics Methods Track</i> (ex-QUADS Track)	396
▪ <i>Information Systems Track</i>	397
▪ Filière Entrepreneuriat	399
▪ L'Incubateur	400
▪ <i>B2B Relationship Management Track</i>	401
▪ Filière Business Design et Innovation	403
▪ <i>Sport Business Track</i>	404
▪ Filière Management des Opérations	405
▪ <i>Agri-food Track</i>	408
▪ Filière Immobilier-RICS	409

Autres programmes / *Others programs*

▪ Programme CPI (avec Centrale Supélec et Strate College Designers)	411
▪ <i>PhD in Business Administration</i>	413
▪ <i>ESSEC summer Programs</i>	415

Annexe / *Appendix* 417

▪ Liste des professeurs permanents/ <i>Faculty Members</i>	418
--	-----

Introduction

Chères étudiantes, chers étudiants,

Le *Catalogue des cours* reflète la richesse de l'offre pédagogique qui vous est proposée au sein de la Grande Ecole : cours, chaires, filières, cursus, etc., qu'ils soient donnés sur nos campus de Cergy, de Singapour ou du Maroc. Toutes les options possibles au sein de l'école y figurent. Vos nombreuses questions sur l'offre actuelle y trouveront réponse.

Ce catalogue est votre outil de travail, votre guide et la référence indispensable pour vous aider dans vos choix de cours. Il est complémentaire au *Guide des Etudes* en cycle Master.

Nous espérons qu'il vous aidera à saisir toutes les opportunités qu'offre l'ESSEC et à faire des choix éclairés. Il vous aidera aussi à être un étudiant responsable : responsable de ses choix, de son cursus, de sa présentation au jury de diplôme.

Nous vous conseillons de compléter la lecture de ce catalogue par la consultation des plans de cours (syllabus) disponibles sur myessec.com/MSc Program Center.

Bonne lecture à toutes et à tous et très belle année universitaire 2017-2018.

Felix PAPIER

Directeur général adjoint en charge de la Grande Ecole et de la Formation Initiale
Dean of Academic Programs

Dear Students,

The Course Catalog reflects the diversity of the academic offer proposed in the MSc in Management: courses, chairs, specialized tracks... taught in Cergy and on our campuses in Singapore and Morocco. All the modules available in the program are described, along with many of the answers to your questions.

The Course Catalog is a guide and reference to help structure your choice of courses. Please also consult the MSc Study Guide for additional important information.

We hope that it will help you gain time and clarity when choosing courses during your studies. It will help you be a responsible student: responsible for your choices, for your curriculum and for your presentation to the Degree Board Committee.

We advise you to also consult the course syllabi available on myessec.com/MSc Program Center.

Enjoy this Course Catalog and have a fruitful academic year 2017-2018.

Marie-Noëlle KOEBEL

Directeur des Etudes de la Grande Ecole et des programmes Masters
Director of Studies for ESSEC Masters Programs

Descriptif des cours
Course Outlines



Codification des cours de gestion *Classification of Management Course Codes*

A - Cours de gestion / *Management Courses*

Le code des cours se compose de 3 lettres (code du département) suivies d'une lettre indiquant la matière concernée, de deux chiffres indiquant le programme, un chiffre pour le niveau de cours puis deux chiffres sans signification particulière.

Course codes include three letters (department code) followed by one letter for the department subject, by two digits corresponding to the program, one digit for the level of the course, and finally by two digits without any specific meaning.

Exemples de codes : DEVD31126 ; MGTP31100

Code examples: DEVD31126; MGTP31100

- **Les trois premières lettres** indiquent généralement le département ou le domaine d'étude.
The first three letters generally correspond to the department.
- **La quatrième lettre** indique la matière concernée, au sein du département
The fourth letter corresponds to the department subject
(Exemple/Example: MGTE : Entrepreneuriat / *Entrepreneurship*, etc.).

COM : Chaires/Chairs

M : Chaire communication et management/*Communication and Management Chair*
D : Chaire Media & Digital/*Media Digital Chair*

CPR : Culture, Politique, Responsabilité/Culture, Politics, Responsibility

E : Esthétique/*Esthetic*
O : "Neutre", politique/*"Neutral", Politics*
S : Scientifique/*Scientific*

CPT : Comptabilité, Contrôle de gestion/Accounting and Management Control

C : Comptabilité financière/*Financial Accounting*
G : Contrôle et comptabilité de gestion/*Cost Accounting and Management Control*
O : Instruments de gestion et organisation/*Management Systems and Organization*

DEV : Droit et Environnement de l'Entreprise/Public and Private Policy

C : Collectivités locales et économie urbaine/*Local Communities and Urban Economics*
D : Droit/*Law*
E : Entrepreneuriat/*Entrepreneurship*
I : Gestion immobilière/*Real Estate Management*
N : Négociation/*Negotiation*

ECO : Economie/Economics

A : Macroéconomie et économie internationale/*Macroeconomics and International Economics*
I : Microéconomie/*Microeconomics*
S : Economie sectorielle/*Sector-related Economics*

EXP : Expérience en entreprise/Corporate Experience

I : Projet interdisciplinaire d'entreprise/*Interdisciplinary Corporate Project*

FIN : Finance/Finance

- A : Actuariat/Actuarial, Insurance
- E : Finance d'entreprise/Corporate Finance
- G : Finance générale/General Finance
- M : Finance de marché/Market Finance
- S : Synthèse/Synthesis

IDS : Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/Information Systems, Decision Sciences and Statistics

- D : Sciences de la décision/Decision Sciences
- E : Entrepreneuriat/Entrepreneurship
- I : Systèmes d'information/Information Systems
- M : Mathématiques/Mathematics
- S : Statistiques/Statistics

MGT : Management/Management

- E : Entrepreneuriat/Entrepreneurship
- M : Management et processus organisationnels/Management and Organizational Processes
- P : Psychologie et développement personnel/Psychology and Personal Development
- S : Stratégie/Strategy

MKG : Marketing/Marketing

- A : Management et marketing des services/Services Marketing and Management
- C : Connaissance et analyse des marchés/Knowledge and Market Analysis
- F : Fonctions du marketing/Marketing Functions
- J : Jeux et simulations /Games and Business Simulations
- M : Management en marketing/Marketing Management
- S : Marketing sectoriel/Sectorial Marketing

MOP : Management des Opérations/Operations Management

- I : Innovation/Innovation
- O : Optimisation et qualité/Optimization and Quality
- P : Achats, production, distribution/Purchasing, Production, Distribution

SANT : Chaires du pôle santé/Health Chairs

- **Les deux premiers chiffres** indiquent le nom du programme.
The first two digits correspond to the level and the program.
(ex: 21 for ESSEC Grande Ecole Pre-Master program; 31 for ESSEC Grande Ecole MSc program; 32 for Specialized Masters).
- **Le premier des trois derniers chiffres** donne une indication sur le niveau du cours ou le genre auquel il appartient :
The first of the last three digits corresponds to the level of the course or its attribute:
 - 0** : cours du cycle Pre-Master ou cours de mise à niveau/Pre-Master course or Refresher course
 - 1** : cours fondamental ou cours clé d'un département/Core course or fundamental course in a department
 - 2** : cours d'approfondissement/Advanced course
 - 3** : cours transversal ou cours de synthèse/Trans-disciplinary course or synthesis course
 - 4** : cours ou séminaire thématique/Thematic course or seminar
- **Les deux derniers chiffres** constituent un numéro d'ordre, sans signification.
The last two digits represent a number without any specific meaning.

B - Prérequis et cours équivalents/Prerequisite and Equivalent Course

Les tableaux récapitulatifs de cours ainsi que les descriptifs peuvent comporter l'une ou l'autre ou les deux mentions suivantes :

The course lists tables and the course outlines may include the two following information:

Prérequis (obligatoire ou conseillé) :

il s'agit d'un cours dont la validation préalable est nécessaire ou recommandée avant inscription dans le cours faisant l'objet du descriptif.

Prerequisite (mandatory or recommended): course which has to be previously taken and passed before the registration of the course described.

La mention «prérequis», indiquée au début du descriptif de cours, précise que le cours en question a un ou plusieurs cours prérequis (obligatoire ou recommandé).

The information "prerequisite", mentioned at the beginning of the course outline, indicates that the course has one or several prerequisite course(s) (mandatory or recommended).

Equivalent : il s'agit d'un cours équivalent à celui faisant l'objet du descriptif (l'un étant enseigné en français, l'autre en anglais, par exemple ; ou bien l'un et l'autre étant destinés à des publics différents quoique couvrant le même sujet). Suivre un cours et son équivalent n'a donc pas de sens, sauf exception, et ne peut en tout cas donner lieu au plus qu'à une seule UV.

Equivalent: course which is equivalent to the course described (for instance, they have the same outline, but one is taught in English, the other one in French, etc.). Taking the course and its equivalent has no sense and, in any case, if passed, only one credit (UV) will be awarded.

C- Langues/Languages

Les cours de management sont donnés soit en français, soit en anglais ou dans les deux langues. Les cours fondamentaux sont enseignés dans les deux langues. Les cours donnés en anglais sont listés en italique dans les tableaux.

Management courses are taught either in French or in English, or in both languages. Core courses are given in both languages. Courses taught in English are listed in italic in the tables.

Quand le cours est donné dans une langue, il est décrit dans la langue d'instruction. Aucune traduction n'est fournie.

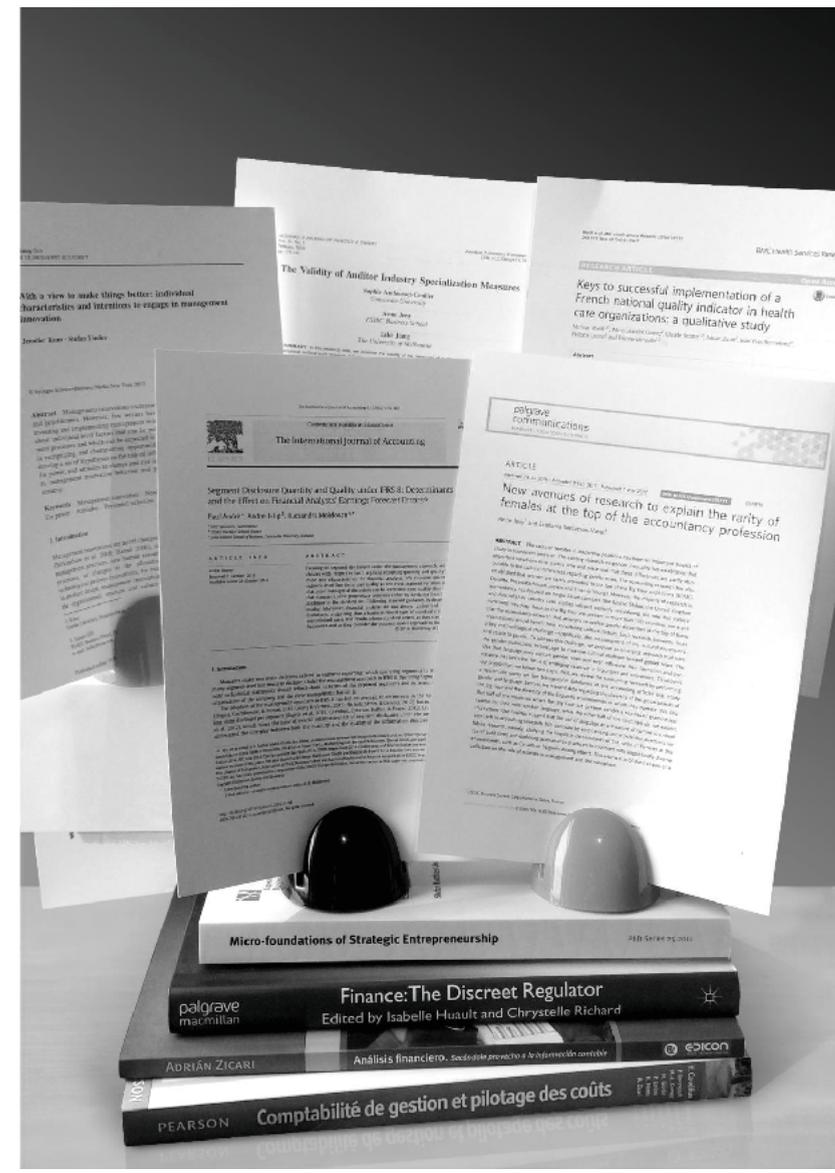
When the course is taught in one language, it is described in this language, no translation is provided.

D- Rappel des règles de cours / Reminder the rules for courses

Seuls des rattrapages pour les cours de mise à niveau (pré-MSc) sont prévus. Il n'y a aucun rattrapage pour les autres cours, fondamentaux ou électifs.
Si vous échouez à un cours, vous devrez le reprendre en remplissant le « Permit Form » et en procédant à la mise de points afin de le valider. La première note obtenue ne sera pas effacée de votre scolarité.

Only upgrades for refresher courses (pre-MSc) are planned. There is no catch-up for other courses, either core or elective.
If you fail a course, you will have to resume it by filling in the "Permit Form" and proceeding to the betting of points in order to validate it. The first grade obtained will not be erased from your scholarship.

Comptabilité-Contrôle de gestion
Accounting and Management Control



Professeur responsable de département / *Department Head*: Andrei FILIP
 Assistantes / *Assistants* : Alice CABARÉ, Sylvie HEUMEZ

Ce département a pour vocation d'initier les étudiants aux démarches et méthodes de comptabilité et de contrôle de gestion et de les faire réfléchir sur leurs conditions d'utilisation dans des contextes variés : décisions stratégiques et suivis de gestion, communication financière, secteur privé (grande ou petite entreprise) et secteur public ou non lucratif.

Il offre également des cours dont le propos interdisciplinaire est de faire réfléchir sur les dimensions organisationnelles des instruments de gestion. Les instruments de gestion étudiés dans ces cours ne sont pas seulement ceux de la comptabilité et du contrôle de gestion, mais aussi ceux de la GRH, du changement organisationnel, de la RSE/ISR ou les systèmes d'information intégrés (ERP). Enfin, les cours prenant la forme de séminaires proposent d'associer les étudiants aux centres d'intérêt et thèmes de recherche actuels des professeurs du département.

Les cours proposés par le département préparent à l'expertise comptable ainsi qu'aux différents métiers de l'audit, de l'analyse financière, de la gestion comptable et financière ou du contrôle de gestion (*voir chapitre «Filières»*).

Les disciplines ou «sous-disciplines» sont identifiées par les préfixes suivants :

- CPTC ⇨ Comptabilité financière
 CPTG ⇨ Contrôle et comptabilité de gestion
 CPTO ⇨ Instruments de gestion et organisation

The Accounting and Management Control Department offers students an introduction to the procedures and methods of accounting and management control and their use in various contexts—strategic decision making and management, financial communications—and environments: private (large and small companies), public, and nonprofit.

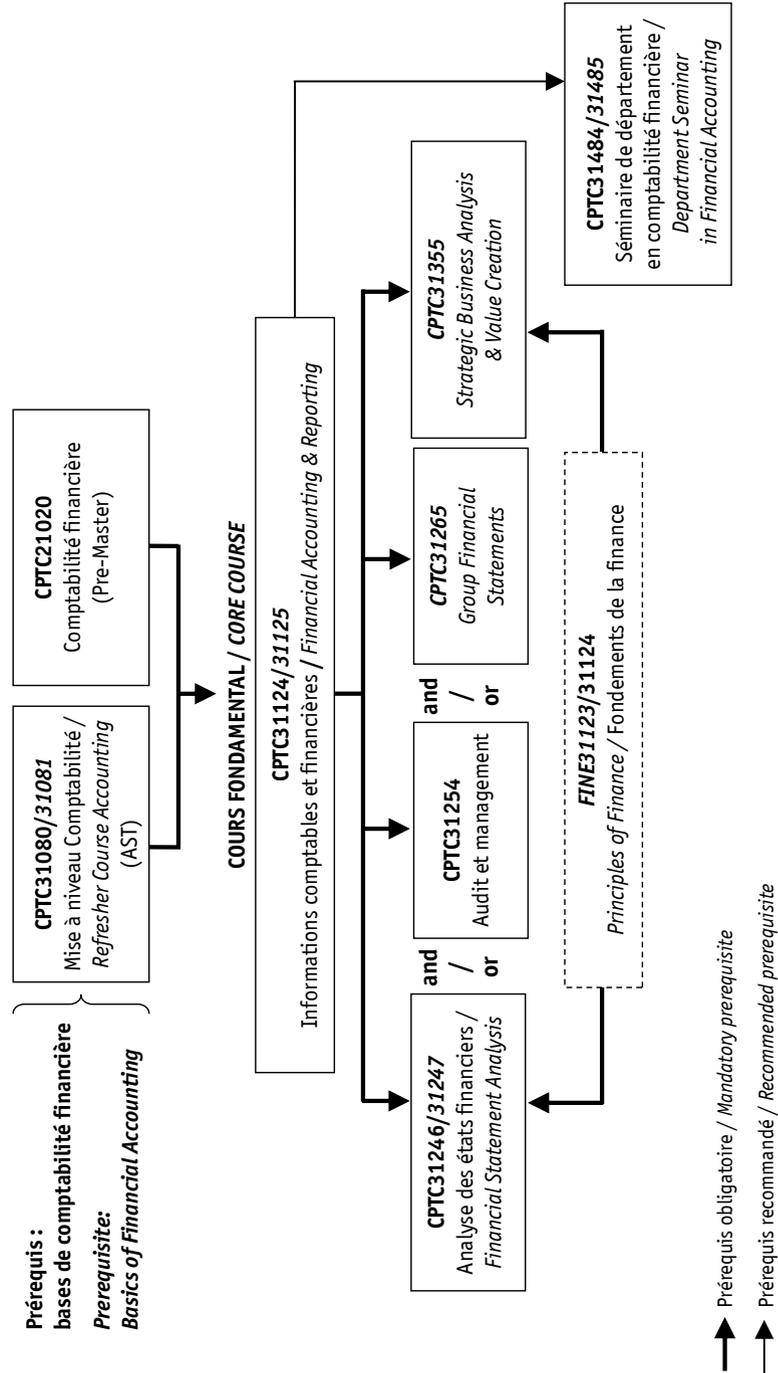
It also offers interdisciplinary courses that provide insight into the organizational dimensions of management tools. The management tools studied in these courses include not only accounting and management control tools, but also HRM, organizational change, CSR/SRI and integrated information systems (ERP) tools. Lastly, seminar-format courses offer students an opportunity to become acquainted with the areas of interest and current research focuses of department faculty.

The courses in this department prepare students to become certified accountants under the French system and to work in the areas of auditing, financial analysis, accounting and financial management, and management control (see chapter "Specialized Tracks").

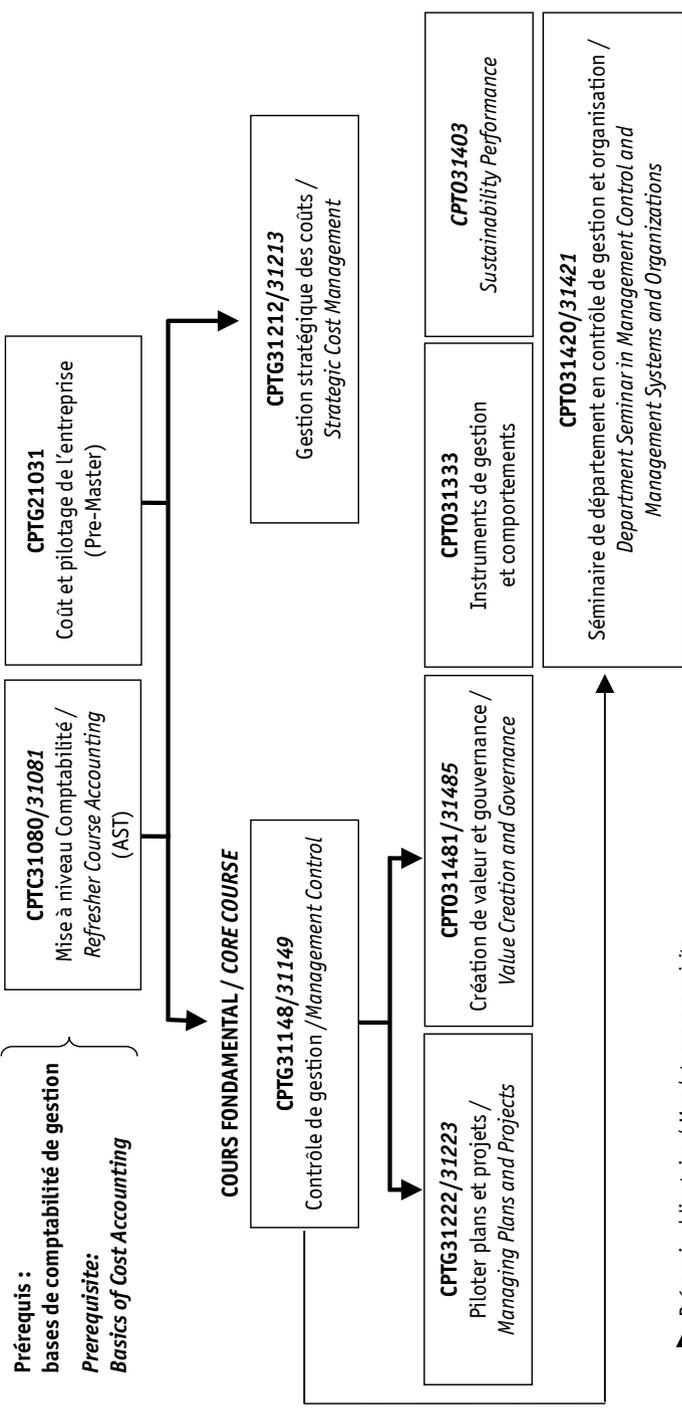
The disciplines or "sub-disciplines" are identified by the following prefixes:

- CPTC ⇨ *Financial Accounting*
 CPTG ⇨ *Management Control*
 CPTO ⇨ *Management Systems and Organization*

Comptabilité financière / Financial Accounting



Contrôle et comptabilité de gestion & Instruments de gestion et organisation / Cost Accounting and Management Control & Management Systems and Organization



COMPTABILITE FINANCIERE FINANCIAL ACCOUNTING (CPTC)	Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory prerequisite(s)	Prérequis recommandé(s) / Recommended prerequisite(s)	Equivalent(s) Equivalent(s)
Cours de mise à niveau / Refresher course (<i>Réservé aux étudiants admis sur titre / Reserved for the AST students</i>)				
CPTC31080	Mise à niveau Comptabilité C. Ramirez, M.-L. Gomez			CPTC31081
CPTC31081	<i>Refresher Course Accounting</i> C. Ramirez, M.-L. Gomez			CPTC31080
Cours fondamental / Core course				
CPTC31124	Info comptables et financières C. Richard, W. Dick	CPTC21020 or CPTC31080 or CPTC31081		CPTC31125
CPTC31125	<i>Finl Accounting & Reporting</i> W. Dick, C. Richard	CPTC21020 or CPTC31080 or CPTC31081		CPTC31124
Cours de gestion / Management courses				
CPTC31246	Analyse des états financiers A. Jeny	CPTC31124 or CPTC31125 and FINE31123 or FINE31124		CPTC31247
CPTC31247	<i>Financial Statement Analysis</i> A. Jeny	CPTC31124 or CPTC31125 and FINE31123 or FINE31124		CPTC31246
CPTC31254	Audit et management F. Cavellius	CPTC31124 or CPTC31125		
CPTC31265	<i>Group Financial Statements</i> W. Dick	CPTC31124 or CPTC31125		
CPTC31355	<i>Bus. Analysis & Value Creation</i> A. Jeny	CPTC31124 or CPTC31125 and FINE31123 or FINE31124		
CPTC31484	Séminaire de dpt. compta. fi. A. Jeny		CPTC31124 or CPTC31125	
CPTC31485	<i>Dpt Seminar in Accounting</i> A. Jeny		CPTC31124 or CPTC31125	

In italic, courses taught in English

**Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.
Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline**

CONTROLE ET COMPTABILITE DE GESTION / COST ACCOUNTING AND MANAGEMENT CONTROL (CPG)	Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory prerequisite(s)	Prérequis recommandé(s) / Recommended prerequisite(s)	Equivalent(s) Equivalent(s)
Cours fondamental / Core course				
CPTG31148	M.-L. Gomez, A. Zicari	CPTG21031 or CPTC31080 or CPTC31081	CPTC31124 or CPTC31125	CPTG31149
CPTG31149	A. Zicari, M.-L. Gomez	CPTG21031 or CPTC31080 or CPTC31081	CPTC31124 or CPTC31125	CPTG31148
Cours de gestion / Management courses				
CPTG31212	F. Cavellius, S. Linder	CPTG21031 or CPTC31080 or CPTC31081		CPTG31213
CPTG31213	S. Linder, F. Cavellius	CPTG21031 or CPTC31080 or CPTC31081		CPTG31212
CPTG31222	S. Linder, A. Zicari	CPTG31148 or CPTG31149		CPTG31223
CPTG31223	S. Linder, A. Zicari	CPTG31148 or CPTG31149		CPTG31222
INSTRUMENTS DE GESTION ET ORGANISATION / MANAGEMENT SYSTEMS AND ORGANIZATION (CPTO)				
Cours de gestion / Management courses				
CPTO31333	A. Ancelin-Bourguignon			
CPTO31403	A. Zicari			
CPTO31420	A. Zicari		CPTG31148 or CPTG31149	
CPTO31421	A. Zicari		CPTG31148 or CPTG31149	
CPTO31481	A. Zicari	CPTG31148 or CPTG31149		CPTO31485
CPTO31485	A. Zicari	CPTG31148 or CPTG31149		CPTO31481

In italic, courses taught in English.

Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.
Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.

CPTC31080 Mise à niveau Comptabilité

Cours de mise à niveau, réservé aux étudiants AST.

Objectifs :

Ce cours a pour objectif de présenter :

- La nature et la finalité de la comptabilité financière et de la comptabilité de gestion,
- Les principes et méthodes utilisés pour l'enregistrement des opérations de l'entreprise et pour la présentation des états financiers,
- Une initiation à l'analyse de la performance de l'entreprise,
- Les concepts et méthodes fondamentaux de l'analyse des coûts et de la comptabilité budgétaire.

Thèmes abordés :

Les six premières séances sont consacrées à la comptabilité financière : le principe de la partie double, l'analyse des transactions des cycles d'exploitation, d'investissement et de financement, la comptabilisation des opérations d'inventaire et l'élaboration des documents de synthèse.

Les quatre dernières séances traitent des principes de la comptabilité de gestion : les différentes notions de coût, les méthodes de calcul de coûts de revient complets et partiels, la comptabilité budgétaire et les principes d'écart.

Pédagogie :

Chaque séance de cours comporte des exposés théoriques et des exercices d'application ou des études de cas, à préparer avant la séance.

Evaluation :

Des quiz intermédiaires (un sur la partie comptabilité financière, un sur la partie comptabilité de gestion : 1/3 de la note) ; un quiz final (2/3 de la note).

CPTC31081 Refresher Course Accounting

Refresher Course reserved for the AST students.

Objectives:

This course is designed to provide prospective managers with fundamental knowledge of how accounting information is prepared and how it can be used. The objective of the first part of the course is for participants to gain an appreciation of the various financial reporting and disclosure issues/methods used worldwide in preparing financial statements. The second part of the course will focus on management accounting, which is used in all types of organizations for planning, making key decisions, and monitoring business performance.

Main areas covered in the course:

- Definition and purpose of financial accounting and management accounting
- Principles and methods of bookkeeping
- Preparation of financial reports
- Introduction to the analysis of company performance
- Concepts and core tools of cost analysis.

Teaching method:

The course involves a combination of lectures, problem solving and discussion of cases.

Grading pattern:

Mid-term exam + final exam.

CPTC31124 Informations comptables et financières

Prérequis - cf. : tableaux. Cours fondamentale

Objectifs :

Ce cours a pour objectif un approfondissement des connaissances des étudiants en matière de comptabilité et de communication financière. Le point de vue adopté est essentiellement celui de l'utilisateur des états financiers.

Thèmes abordés :

- 1) La logique et l'élaboration des comptes de groupe ;
- 2) L'étude des points clé de l'annexe aux comptes consolidés ;
- 3) La structuration et l'interprétation de l'état des flux de trésorerie.

Pédagogie :

L'enseignement est dispensé à partir de cas et d'exercices.

Evaluation :

L'évaluation repose sur un contrôle continu et un examen en fin de trimestre.

CPTC31125**Financial Accounting & Reporting**

Prerequisite - cf. : tables. Core course

Objectives:

The objective of this course is to familiarize students in business administration to the main role of financial statements: provide information helpful to investors in the decision making process. The accent falls on understanding the main reporting practices of firms.

Topics:

The financial statements, inter-corporate investments, reporting practices, the cash flow statement.

Teaching method:

Teaching is given on the basis of cases and exercises.

Grading pattern:

Continuous assessment and a written exam at the end of the term.

CPTC31246**Analyse des états financiers**

Prerequisite - cf. : tableaux

Objectifs :

Les analystes financiers, les analystes crédits, mais également les managers ont besoin de comprendre comment les états financiers fournissent de l'information sur les sociétés. Ce cours présente les principes de l'analyse des états financiers, tant en normes IFRS (*International*

Financial Reporting Standards) qu'en normes américaines (US GAAP).

Il fournit aux étudiants une grille d'analyse pour comprendre comment (1) la valeur et (2) les risques financiers produits par les sociétés sont capturés et reflétés par les états financiers.

Thèmes abordés :

Retraitements des états financiers, Analyse de la performance financière, Analyse crédit, Analyse de la qualité des états financiers, Evaluation et Prévisions à partir des états financiers.

Pédagogie :

L'enseignement est dispensé à partir de cas et d'exercices.

Evaluation :

L'évaluation se fait sur la base d'un projet d'équipe qui consiste en l'analyse d'un groupe de sociétés cotées, sur l'ensemble du cours.

CPTC31247**Financial Statement Analysis**

Prerequisites - cf.: tables

Objectives:

Equity and credit analysts, but also corporate managers, need to understand how financial statements provide information regarding corporations. This course examines the principles of financial statement analysis reported under both IFRS (International Financial Reporting Standard) and US GAAP. It provides participants with a framework to understand how (1) the value and (2) the credit risk that business generate are captured in financial statements.

Topics:

Reformulating financial statements, Analysing financial performance, Credit evaluation, Analysing the quality of financial statements, Financial statements and valuation, and Forecasting from financial statements.

Teaching method:

Teaching method is a mix of taught courses and exercises.

Grading pattern:

Grading consists of a multi-part team project analysing a set of public companies throughout the term.

CPTC31254**Audit et management**

Prerequisite - cf.: tableaux

Objectifs :

L'audit, traditionnellement attaché à l'information comptable et financière externe, recouvre de plus en plus toutes les fonctions de l'entreprise. L'audit permet de se former une opinion indépendante sur l'efficacité, la rentabilité, la qualité et assiste ainsi les managers dans leurs prises de décisions.

Thèmes abordés :

Ce cours se propose d'exposer la démarche inductive et objective propre à l'auditeur ; il dépasse le domaine purement comptable et aborde, outre le rôle traditionnel de l'audit (fiabilité des états financiers), des missions particulières (restructuration, financement...). Les étapes des missions sont illustrées par des cas.

Pédagogie :

Présentation PowerPoint, exercices d'application et études de cas en petits groupes. Intervention ponctuelle d'experts sur les thèmes spécifiques.

Evaluation :

Quiz en séance finale : questions de cours simples et cas pratique.

CPTC31265**Group Financial Statements**

Prerequisite - cf.: tables

Objectives:

The group of companies is a widely used form of firms' organisation. The objective of this course is to master the process of consolidation as well as the construction and interpretation of group financial statements.

Topics:

- The various methods of business combinations (mergers, spin offs...)
- The scope of consolidation
- The French and international financial reporting standards
- Methods of consolidation
- The consolidation of operations (adjustments, intra-group...)
- Treatment of acquisitions and goodwill
- The translation of foreign subsidiaries' financial statements
- Principles and methods of financial reporting of groups

Teaching method:

Cases and exercises putting into practice the theoretical concepts.

Grading pattern:

Case analysis (60 %), final exam (40 %).

CPTC31355**Strategic Business Analysis and Value Creation**

Prerequisites - cf.: tables

Objectives:

The focus of this course is to develop a comprehensive framework for evaluating the performance of a business and for assessing its prospects and value using the information contained in financial statements (based on both the U.S. and international standards). The framework will allow a better understanding of the underlying drivers of value creation in a firm in various industrial and institutional settings.

Topics:

Accounting analysis, financial analysis, credit analysis, corporate governance and corporate communications, valuation issues in specific settings such as IPOs, mergers and acquisitions, private equity, intangible companies, etc.

Teaching method:

Students are expected to present their analysis of the assigned case studies and participate actively in classroom

discussion of key issues. Short lectures on specific topics will also be provided.

Grading pattern:

Case analysis: individual (30 %)

Case analysis and presentations: group (50 %)

Classroom participation (20 %)

CPTC31484

Séminaire de département en comptabilité financière

Prérequis – cf. : tableaux

Non programmé en 2017/2018

Objectifs :

Ce séminaire porte sur des thèmes variables en fonction des intérêts des professeurs de comptabilité financière comme des professeurs visitants ou des intervenants externes dans ce domaine. D'une durée d'enseignement identique à celle d'un cours, il s'inscrit dans une démarche de recherche où les étudiants sont co-créateurs du contenu de l'enseignement et reçoivent une formation de base à la recherche. Ce séminaire est particulièrement conseillé aux étudiants qui suivent l'une des filières du département comptabilité-contrôle de gestion. Pour l'efficacité de la recherche, l'effectif de ce séminaire est plafonné à vingt étudiants.

Thèmes abordés :

Les thèmes peuvent évoluer d'un trimestre à l'autre et sont précisés dans l'offre de cours trimestrielle par un descriptif. En général, ils nécessitent de bonnes bases en comptabilité financière. Le cours fondamental de comptabilité financière est donc un prérequis recommandé.

Pédagogie :

Les méthodes pédagogiques font plus largement appel aux investigations personnelles des étudiants, à travers des lectures ou la mobilisation de leur expérience propre.

Evaluation :

Présentation d'un travail de recherche : individuel ou en groupe (60 %)

Participation aux discussions (40 %)

CPTC31485

Department Seminar in Financial Accounting

Prerequisite – cf.: tables

Non programmé en 2017/2018

Objectives:

This seminar presents various financial accounting topics in function of the permanent or visiting faculty's interests. They generally suppose a good knowledge of the fundamentals in financial accounting.

Topics:

The syllabi could change every trimester and are described in the quarterly courses offer.

Teaching method:

It is a research seminar where students are involved in the topics studied.

Grading pattern:

Research file and presentations: individual/group (60 %)

Classroom participation (40 %)

CPTG31148

Contrôle de gestion

Prérequis - cf. : tableaux. Cours fondamental

Objectifs :

Le cours s'adresse bien sûr aux personnes qui souhaitent exercer dans le domaine du contrôle de gestion, mais il vise surtout à fournir à tous les étudiants de l'ESSEC la base de connaissance des techniques et pratiques de pilotage (pratiques budgétaires, analyse de la performance des unités et de leurs responsables, choix d'indicateurs clés, etc.) que doit maîtriser tout manager assumant des responsabilités de gestion.

Thèmes abordés :

Le cours présente les pratiques managériales, les concepts et les instruments fondamentaux du contrôle de gestion, et, plus généralement, du pilotage des performances de l'entreprise.

Par « pilotage », on entend ici les méthodes visant à orienter et éclairer l'action des managers dans l'entreprise et assurer sa cohérence avec les objectifs stratégiques. A la différence de la comptabilité de gestion (cours CPTG21031, CPTC31080, CPTC31081) qui, elle, porte sur le système d'information et a pour objectif de structurer l'information comptable à des fins de gestion et de décision, ce cours porte donc sur des pratiques managériales qui mobilisent une large palette d'instruments comptables et non comptables (budget et contrôle budgétaire, facturations et prix de cession internes, typologie de centres de responsabilité, indicateurs de performance financière, indicateurs de performance stratégique, tableaux de bord, balanced score card...). Il faut noter que le cours présuppose que les étudiants maîtrisent déjà les bases de la comptabilité de gestion. Il ne procède pas à leur révision systématique.

Pédagogie :

Le cours repose sur des présentations de connaissances formalisées effectuées par l'enseignant, et sur l'analyse et la discussion par les étudiants d'articles et de cas. Les cas, essentiels pour développer la compréhension des situations de gestion, doivent être soigneusement préparés en dehors des cours. Ils sont peu calculatoires et appellent surtout des efforts d'analyse et de réflexion.

Evaluation :

Quiz final (40 %), contrôle continu : mini-quiz en cours de trimestre, traitement écrit ou oral de cas, exposés (40 %), assiduité et participation au cours (20 %).

CPTG31149

Management Control

Prerequisite – cf.: tables. Core Course

Objectives:

Management Control (MC) has developed into one of the key instruments in both profit-oriented as well as non-

profit/public organizations over the past decades. The competences and skills taught in this course are basic to all managers in order to fulfil their responsibilities. Understanding MC thus is an essential underpinning for future managers from all kinds of functions – including but not limited to the finance and accounting function, marketing and sales, strategy and corporate development, HR, organization, and R&D. This course presents and critically discusses the basic concepts, practices and instruments of management control.

Topics:

This course introduces students to the managerial practices, concepts and basic techniques of management control, and more generally of performance management, i.e. the diverse methods designed and implemented to pursue the organization's organizational goals. Equal emphasis is given to the techniques of the management control process (transfer pricing, return on investment, non financial measures), the managerial practices through which they are implemented and the structural aspects of control (responsibility centres, process based management). The mechanical and procedural details of management accounting are minimized, while the conceptual, behavioural and communication aspects of planning and control topics are emphasized. Thus, the course neither covers the management accounting concepts and techniques already studied in prerequisite courses nor provides a systematic refresher. Furthermore, it does not cover some advanced techniques of cost accounting and planning, which are covered, for example, in CPTG31212/31213 or CPTG31222/31223.

Teaching method:

Some lecture material will be presented by the instructor, but a great emphasis will be placed on students' critical analyses,

reflection and discussions on the assigned readings and business cases, which must be carefully prepared by students before each session.

Grading pattern:

Final test (40 %), continuous control: mini-quiz, written or oral treatment of business cases, discussion of articles (40 %), presence and participation (20 %).

CPTG31212

Gestion stratégique des coûts

Prérequis - cf. : tableaux

Objectifs :

Dans leur recherche de création de valeur et de performance durable, les entreprises sont amenées à porter un autre regard sur l'analyse des coûts : elles doivent piloter la performance globale au travers de la gestion stratégique des coûts et du budget, et du choix d'indicateurs de performance dans les tableaux de bord. Il s'agit ainsi :

- D'analyser les facteurs déterminants des coûts le long de la chaîne de valeur de l'entreprise et de choisir le système de coûts pertinents compte tenu des objectifs stratégiques ;
- D'appuyer les choix stratégiques grâce à des méthodes de calcul de coûts appropriées ;
- De prévoir les coûts afin d'analyser les écarts avec les réalisations et de construire le budget ;
- D'identifier les leviers d'action sur les coûts pour choisir les indicateurs de pilotage pertinents et de bâtir le tableau de bord de gestion.

Il est conçu comme un cours d'approfondissement sur les pratiques du contrôle de gestion, tout en appréciant les enjeux liés à l'utilisation d'une méthode ou d'une autre, et les différences sectorielles. Il peut être suivi au choix avant le fondamental de contrôle de gestion (CPTG31148/31149), dont il facilite la compréhension des situations

de gestion, ou après le fondamental de contrôle de gestion, afin d'approfondir la pratique des outils.

Il s'adresse donc aux futurs responsables financiers ou de contrôle de gestion en entreprise, mais aussi à tout futur manager ou consultant de cabinets de conseil en stratégie désireux de mieux comprendre les impacts de la gestion stratégique des coûts sur la performance. Il est ainsi particulièrement indispensable aux étudiants qui souhaitent postuler en cabinet de conseil en stratégie.

Thèmes abordés :

Le cours est organisé de la façon suivante :

- Utiliser les coûts dans les décisions stratégiques.
- Anticiper et piloter les coûts par le budget et le contrôle budgétaire.
- Piloter les leviers d'actions sur les coûts par les tableaux de bord.

Pédagogie :

Aux côtés d'apports de connaissances par le professeur, le cours sera surtout axé sur la résolution de cas pratiques et la mise en situation. Les étudiants devront notamment choisir une problématique de gestion stratégique des coûts, l'analyser du point de vue théorique, et identifier un terrain afin de confronter la théorie à la pratique. A l'issue du module, l'étudiant doit être capable de distinguer les avantages et inconvénients des différentes méthodes, afin d'être opérationnel dans leur utilisation voire leur implantation en entreprise. Les participants seront invités à échanger leurs expériences en matière de gestion stratégique des coûts.

Evaluation :

Contrôle continu : remise de cas, travaux de groupe en séance, exposés (50 %); projet de gestion stratégique des coûts (50 %).

CPTG31213

Strategic Cost Management

Prerequisite - cf.: tables

Objectives:

In their search for value creation and in order to attain and sustain superior performance, organizations increasingly adopt a strategic view on the analysis of costs. A fundamental prerequisite for managing costs from a strategic perspective is choosing the method of cost calculation best suited to the decision-problem at hand and the strategic context in which the company operates in. In addition, managing costs strategically implies that they are no longer simply charged or allocated to products and services, but are managed in a value-enhancing manner. The course objectives are thus the following:

- To analyze the factors which determine costs and cost behaviour;
- To choose the appropriate costing system in line with the firm's strategic objectives and the type of decisions to be made;
- To support strategic choices by drawing on the appropriate methods of cost calculation;
- To control the costs along the value chain of the firm;
- To forecast costs in order to facilitate corrective action and learning by studying the variances of realized values from forecast ones.
- To identify the cost-related levers of action suitable for choosing key performance indicators and building scorecards or dashboards to manage costs and their underlying activities.

At the end of the module, students should be able to distinguish the advantages and disadvantages of the various methods and to be operational in their use or implementation in an organization. Students may attend this course either before or after the CPTG31148/31149 *Management control*, course, as a way for

deepening their understanding and practice of cost management-related tools and concepts.

The course is designed for future Chief Financial Officers or management control officers in firms, but also for future managers or consultants in strategy consulting firms, who would like to gain a better understanding of the role and instruments of strategic cost management for organizational performance. It is thus particularly recommended for students wishing to apply for a job in management consulting firms.

Topics:

The course provides for:

- A review of the basic notions and techniques of cost calculation and cost allocation,
- A review of the methods (absorption costing, activity-based costing, direct costing, target costing, budgeting, variance analysis),
- A synthesis on costing systems and their impact on the forecasting process.
- An introduction to methods for identifying key performance indicators and for developing scorecards or dashboards.

Teaching method:

The course strongly draws on case studies and exercises. Attaining the learning objectives thus strongly hinges on students' work on and presentations of exercises, and/or cases and/or readings and following plenary discussions about the pros and cons of alternative cost management techniques, concepts, and practices. Students may be asked to pick a practical business problem within the realms of strategic cost management, analyse it from a theoretical point of view, and use a field case example to contrast the theoretical predictions with actual business practice. The emphasis in class is on 2-way dialogue rather than a one-way communication from teacher to student. Thus, students are expected to

prepare the readings/cases in advance, to answer questions in class, and to participate actively in discussions. Students are encouraged to share their own professional experiences on strategic cost management with the class.

Grading pattern:

Continuous control: active in-class participation, mini-quiz, written and/or oral treatment of business cases, discussion of articles (50 %); written exam or term paper based on an analysis of a cost management problem (50%).

CPTG31222

Piloter plans et projets

Prérequis - cf. : tableaux

Objectifs :

Ce cours traite des principales méthodes de pilotage transversal : démarches de planification stratégique, gestion de projet, optimisation de processus. Le point commun de ces pratiques et outils est de combiner des perspectives pluridisciplinaires (technique, finance, marketing, stratégie, GRH, etc.) autour d'un même objectif de performance. Les cas et articles retenus portent sur l'industrie, les services et les organisations à but non lucratif.

Thèmes abordés :

Dans un premier temps, le cours aborde différentes conceptions du changement organisationnel et précise les notions de réactivité, flexibilité, coordination, apprentissage organisationnel. Puis le cours traite de différents aspects du système de pilotage, en vue de comprendre comment ce dernier peut permettre d'inscrire l'organisation dans une dynamique de changement, successivement :

- Les méthodes de planification (stratégique, opérationnelle, financière) et leur évolution dans le temps ;
- L'analyse des processus et leur optimisation ;

- Le management des projets et les outils de pilotage associés.

Pédagogie :

Le cours s'appuie sur des cas pratiques et sur l'état de la recherche dans le domaine. Des cas sont proposés dans des secteurs variés (santé, industrie automobile, aéronautique, armée, banque...) et le cours repose en grande partie sur leur discussion.

Des intervenants extérieurs sont régulièrement invités à faire part de leur expérience aux étudiants.

La participation active des étudiants est donc indispensable. D'autre part, le cours s'appuie sur les derniers travaux de recherche dans le domaine. Des lectures de ces travaux sont demandées aux étudiants et discutées en séance.

Evaluation :

L'évaluation repose sur le contrôle continu uniquement, à l'écrit et à l'oral, sur des travaux individuels hebdomadaires (30 %) et des présentations collectives de cas (25 %) et de textes (25 %).

La participation aux discussions est essentielle et prise en compte dans l'évaluation (20 %).

CPTG31223

Managing Plans and Projects

Prerequisite - cf.: tables

Objectives:

This course is about cross-functional management approaches in organizations: strategic planning, project management, process optimization. These approaches all combine multi-disciplinary perspectives (finance, technology, HR, strategy, etc.) around a common set of objectives. The cases and readings cover both industrial and service activities.

Topics:

The course begins by exploring the characteristics a changing organization may develop: reactivity, flexibility, ability to learn and spread knowledge, etc. Then it focuses on various aspects of control

systems and tools in order to understand how they may enhance change in organizations: planning loops (from strategic planning to budgeting); process modelization and optimization, cross-functional teams and projects management. These issues are addressed across different economic sectors: automobile industry, aerospace, financial services, healthcare, military, etc. Experts and leaders from these organizations are regularly invited to share their experience with students.

Teaching method:

The course relies on both case discussions and ultimate research contributions.

Grading pattern:

Case analyses and presentations:
2-student teams (70 %)
Classroom participation (30 %)

CPT031333

Instruments de gestion et comportements

Comme son nom l'indique, ce cours n'est ni un cours de comptabilité ni un cours de contrôle de gestion – c'est un cours de management.

Il a été totalement reconçu en 2014-2015 pour tenir compte des évolutions récentes, à savoir une emprise de plus en plus forte des instruments de gestion sur les organisations et la société et ses effets toxiques sur la santé des salariés.

Objectifs :

Les instruments de gestion (évaluation des personnes, tableaux de bord, budgets, suivi de clientèle, gestion de stocks, gestion logistique, systèmes de classification et rémunération, etc.) sont mobilisés dans toutes les fonctions du management. Au-delà de leurs objectifs affichés, ils ont souvent également de multiples fonctions implicites, plus ou moins occultes mais tout aussi (voire parfois plus) importantes en matière de conduite des organisations et de comportements. Ce cours a pour objectif

de permettre aux étudiants d'analyser ces dimensions cachées et au-delà, leur donner des clés de lecture permettant de comprendre comment les acteurs s'approprient (ou au contraire résistent à) ces systèmes. Il a également pour objectif de faire prendre conscience du rôle de ces instruments dans la dégradation du bien-être au travail ces dernières décennies et d'explorer des pistes pour un management qui s'appuie moins sur la mesure et l'évaluation.

Ce cours présente un intérêt particulier pour des étudiants :

- En fin de cursus
 - Cherchant une formation « généraliste » au management
 - Intéressés par la psychologie et/ou la sociologie
 - Internationaux (questions interculturelles)
 - En cours de spécialisation en contrôle de gestion ou/et en GRH.
- Le cours valide une UV pour la filière CFO et le cursus Expertise Comptable.

Thèmes abordés :

- Les limites des instruments de gestion et leurs effets dysfonctionnels sur l'efficacité des organisations et la santé des salariés ;
- Les alternatives à l'usage intensif d'instruments de gestion ;
- L'ancrage culturel des instruments et modèles de gestion (France, USA, monde sinisé) ;
- Le rôle des instruments de gestion dans le changement organisationnel et les sources de résistance potentielle ;
- La psychologie du contrôle et de l'évaluation, en particulier le besoin de reconnaissance, les processus d'attribution causale et de construction de l'estime de soi.

Pédagogie :

La pédagogie, très réflexive, propose d'articuler en permanence concepts et grilles de lecture avec l'expérience (professionnelle, scolaire, etc.) des

étudiants. Elle repose sur l'exploitation de textes de recherche (sociologie et psychologie pour l'essentiel), sur des exposés et sur des mini-cas qui, ensemble, offrent les bases d'un échange collectif approfondi, structuré et constructif. La pédagogie permet également de réfléchir sur ses propres présupposés culturels et attitudes personnelles, vis-à-vis de l'action, la motivation, l'évaluation, la récompense, etc.

Enfin, elle permet de remettre en perspective théorique des expériences professionnelles antérieures souvent restées imparfaitement analysées. Plus on a d'expérience professionnelle, plus on tire profit du cours. Le cours est **DECONSEILLÉ** aux étudiants qui sont attachés à une pédagogie classique (cours magistral) ou qui recherchent des recettes de gestion décontextualisées.

Evaluation :

Elle repose à 65 % sur le contrôle continu (exposé 35 % + note de participation aux débats collectifs 30 %) et pour 35 % sur un travail personnel (fin de trimestre).

CPT031403 Sustainability Performance

Objectives:

The course provides a practical understanding of Corporate Social Responsibility (CSR). Particular focus is made on:

- Measurement and control of CSR, how emerging appraisal tools capture the diverse attributes of CSR. These measuring devices can be used both from an internal point of view (Management Control approach) or from an external focus (Reporting or Accountability purposes).
- The domain of socially responsible investing (SRI): how information on ESG (Environment/Social/Governance) performances can be used in developing alternative investment strategies and SRI portfolios.

- Corporate social reporting, responsibility and accountability in the context of sustainable development.

Topics:

- CSR introduction, different traditions in CSR. CSR in emerging markets.
- Social and Environmental Accounting, Reporting and Disclosure.
- CSR and company strategy. Socially responsible Investment. The mainstreaming of SRI.

Teaching method:

Instruction techniques will include interactive lectures, class discussions, presentations, simulations and case studies. The course will adopt a largely interactive style as lectures are designed to open a dialogue between the instructor and the students.

Grading pattern:

Ongoing individual evaluation (60 %); Group project (40 %). A written document and a presentation made by a team of 3 or 4 students.

CPT031420 Séminaire de département en contrôle de gestion

Prérequis - cf. : tableaux

Non programmé en 2017/2018

Objectifs :

Ce séminaire vise à organiser la réflexion des étudiants sur des thèmes avancés et présents dans les débats actuels, concernant le contrôle de gestion ou plus largement la vie des organisations. Il s'appuie sur la recherche des professeurs permanents ou des professeurs visitants.

CPT031421 Department Seminar in Management Control

Prerequisite - cf.: tables

Non programmé en 2017/2018

Objectives:

This seminar aims to students' thoughts on advanced topics present in current

debates concerning the management control or the wider scope of organizations. It based on research by professors or visiting professors.

CPT031481 Création de valeur et gouvernance

Prérequis - cf. : tableaux

Non programmé en 2017/2018

Objectifs :

Ce cours est organisé sous la forme d'un séminaire : il repose essentiellement sur la présentation et la mise en perspective de travaux de recherche récents sur le thème de la création de valeur et de la gouvernance d'entreprise. Il vise à permettre aux étudiants de mieux comprendre les enjeux et techniques de pilotage économique liés aux différents modes de gouvernance d'entreprise. Il est construit autour des deux modèles types de gouvernance : shareholder et stakeholder.

Thèmes abordés :

- L'émergence et la diffusion de la notion de valeur actionnariale en relation avec les changements dans les systèmes de gouvernance des firmes,
- Les problèmes de définition et de mesure de la valeur créée (EVA, ROCE, TSR...),
- La conception d'objectifs de performance et de systèmes d'incitation associés à la notion de valeur,
- La référence à la création de valeur dans la communication financière des entreprises et les discours sur la valeur actionnariale,
- La prise en compte de la notion de création de valeur dans la gestion stratégique de l'entreprise : business planning, décisions d'investissement/désinvestissement, optimisation de la politique financière,
- La prise en compte des notions de responsabilité sociale d'entreprise (RSE) dans le pilotage de la création de valeur,

- L'impact des pratiques d'investissement socialement responsable (ISR) sur le pilotage des firmes,
- Les approches particulières de gouvernance (SCOP, capitalisme familial...).

Pédagogie :

Le cours s'appuie sur la présentation et la discussion des travaux de recherche (cas ou articles) récents, ainsi que sur le témoignage d'acteurs du domaine (analystes financiers, dirigeants d'entreprises, agences de notation...). Des lectures préparatoires sont demandées aux étudiants et discutées en séance.

Evaluation :

L'évaluation repose sur du contrôle continu (mini-quiz portant sur les cas ou articles à préparer) et la réalisation d'un travail de recherche en équipe sur un thème d'actualité lié aux questions de gouvernance, qui fait l'objet d'une présentation lors de la dernière séance.

CPT031485 Value Creation and Governance

For the course outline, please consult the equivalent course CPT031481.

Les professeurs du département / Faculty Department Members



Veronica CASARIN, professeur assistant
Ph.D, Business Studies, Cardiff Business School, Cardiff University
Master of Philosophy, Accounting, London School of Economics
Master, Accounting, Administration and Control, Università Ca' Foscari Venezia
A l'ESSEC depuis 2017



Florence CAVELLIUS, professeur enseignant
Co-Responsable du département Comptabilité-Contrôle de gestion
Directeur académique du programme Management et Gestion des Organisations
Responsable de la filière CFO (Conseil, Finance et organisation) et de la filière Cours Expertise Comptable
Docteur en Sciences de Gestion, Université Paris X-Nanterre –
D.E.A. Gestion et Dynamique des Organisations, ESSEC-ESCP-Mines-Polytechnique-Université Paris X-Nanterre – Agrégation Economie et Gestion, Option Comptable – Diplôme de l'EDHEC
A l'ESSEC depuis 2009



Mark CHRISTENSEN, professeur
Campus de Singapour
PhD in Accounting, University of Adelaide - Master of Business Administration, Australian Graduate School of Management (UNSW)
Bachelor of Arts (Honours); majors in Accounting and Economics, Macquarie University
A l'ESSEC depuis 2016



René DEMEESTERE, professeur honoraire
D.E.S. Sciences Economiques – D.E.A. Sciences de Gestion –
Ingénieur diplômé de l'Ecole Polytechnique de Paris
A l'ESSEC depuis 1974



Wolfgang DICK, professeur enseignant
Directeur académique de l'Executive Mastère Spécialisé Gestion financière - Contrôle et de l'Executive Mastère Spécialisé Senior Management Bancaire
Docteur en Sciences de Gestion, Université Paris XII-Val-de-Marne – Diplôme-Kaufmann, Universität des Saarlandes – Diplôme Ecole Supérieure de Commerce de Paris
A l'ESSEC depuis 1996



Roger DINASQUET, professeur honoraire
Docteur en Sciences de Gestion, Université Paris XII-Val-de-Marne – Maîtrise en Gestion, Université Paris IX-Dauphine – Diplôme d'Expertise Comptable
A l'ESSEC depuis 1973



Anastasios ELEMES, professeur assistant
PhD in Financial Accounting, Rotterdam School of Management – MSc in Finance and Investments, Rotterdam School of Management
A l'ESSEC depuis 2015



Christoph ENDENICH, professeur assistant
 Doctoral Study in Management Accounting, TU Dortmund University, Germany – Study of Business Administration, University of Cologne, Germany
 A l'ESSEC depuis 2015



Andrei FILIP, professeur associé
Co-responsable du département Comptabilité-Contrôle de gestion
 Doctorat en Sciences Economiques et Sociales, Université de Genève, Suisse – M.A. Decision and Management Control in Accounting, The Bucharest Academy of Economic Studies, Romania – B.A. in Accounting and Management Information Systems, The Bucharest Academy of Economic Studies, Romania
 A l'ESSEC depuis 2009



Marie-Léandre GOMEZ, professeur associé
 Doctorat en Sciences de Gestion, Université Paris X-Nanterre – D.E.A. Stratégie et Management, Université Paris IX-Dauphine – Diplôme ESSEC
 A l'ESSEC depuis 2003



Michel GORDIN, professeur enseignant associé
 Directeur Exécutif du Centre de Formation des Apprentis (CFA)
 Directeur du Talent Center
 I.C.G. Cycle de Management supérieur – Licence en Sciences Economiques, Université Paris I – Diplôme de l'Institut Supérieur d'Electronique de Paris (ISEP)
 A l'ESSEC depuis 2008



Thomas JEANJEAN, professeur
 Directeur Général Adjoint en charge de la Formation Permanente
 Doctorat en Sciences de Gestion, Université Paris IX-Dauphine – Agrégation d'Economie et Gestion, Ecole Normale Supérieure de Cachan – Magistère de Sciences de Gestion, Université Paris IX-Dauphine
 A l'ESSEC depuis 2010



Anne JENY, professeur
 Doctorat en Sciences de Gestion, HEC – D.E.A. Concepts et Méthodes du Diagnostic d'Entreprise, Université Paris IX-Dauphine – Maîtrise en Finance, Université Paris IX-Dauphine
 A l'ESSEC depuis 2002



Ping Sheng KOH, professeur associé
Campus de Singapour
 PhD in Accounting, University of Tasmania –
 A l'ESSEC depuis 2016



Bernard LECA, professeur
 Agrégation de l'enseignement supérieur – Doctorat en sciences de gestion, Université de Lille I
 A l'ESSEC depuis 2015



Stefan LINDER, professeur assistant
 PhD in Management, CBS, Copenhagen, Danemark
 Doctorat in Economic Science, WHU–Otto Beisheim School
 of Management, Germany – MSc in Economics and Business
 Administration, WHU–Otto Beisheim School of Management,
 Germany
 A l'ESSEC depuis 2011



Philippe LORINO, professeur honoraire
 Doctorat en Sciences de Gestion, Université Paris XII-Val-de-Marne
 – Habilitation à diriger des recherches, Université Paris XII-Val-de-
 Marne – Ingénieur diplômé de l'Ecole Polytechnique de Paris –
 Ecole Nationale Supérieure des Mines de Paris
 A l'ESSEC depuis 1993



Daphne LUI, professeur assistant
Campus de Singapour
 PhD in Accounting, London Business School – MSc in Finance,
 London Business School – BSc in Economics, Chinese University
 of Hong Kong, Hong Kong
 A l'ESSEC depuis 2009



Iona LUPU, professeur assistant
 Doctorat, Sciences de gestion, Conservatoire National des Arts &
 Métiers, Paris
 MSc, Décision et contrôle de gestion, Academia de Studii
 Economice, Bucarest
 A l'ESSEC depuis 2017



Andreea MORARU-ARFIRE, professeur assistant
 Doctorat en finance, Université de Neuchâtel, Suisse
 Master Monnaie, Banque, Finance, Université de Paris I-Panthéon-
 Sorbonne
 A l'ESSEC depuis 2017



Carlos RAMIREZ, professeur
 Habilitation à diriger les recherches, Université Paris I Panthéon-
 Sorbonne – PhD in Sociology, EHESS, Paris – Agrégation de
 sciences sociales – Diplôme HEC
 A l'ESSEC depuis 2014



Chrystelle RICHARD, professeur associé
 Doctorat en Sciences de Gestion, Université de Montpellier II –
 D.E.A. Comptabilité, Décision, Contrôle, Université Paris IX-
 Dauphine – Agrégation d'Economie et de Gestion, Option
 Comptabilité et Gestion Financière, Ecole Normale Supérieure de
 Cachan, Département Economie et Gestion
 A l'ESSEC depuis 2008



Gérard VIENS, professeur honoraire
 C.B.E., Northwestern University, Chicago – Certified Healthcare
 Risk Manager – Diplôme HEC
 A l'ESSEC depuis 1972



Peter WALTON, professeur honoraire
PhD London School of Economics – MSc in Accounting & Finance,
London School of Economics – B.A. French, German, Economics,
London University
A l'ESSEC depuis 2000



Adrian ZICARI, professeur enseignant
PhD in Business Administration, Universidad de Rosario, Argentina
– CFA Charterholder, CFA Institute, USA – MBA, Universidad Adolfo
Ibáñez, Chile
A l'ESSEC depuis 2009

Hors département



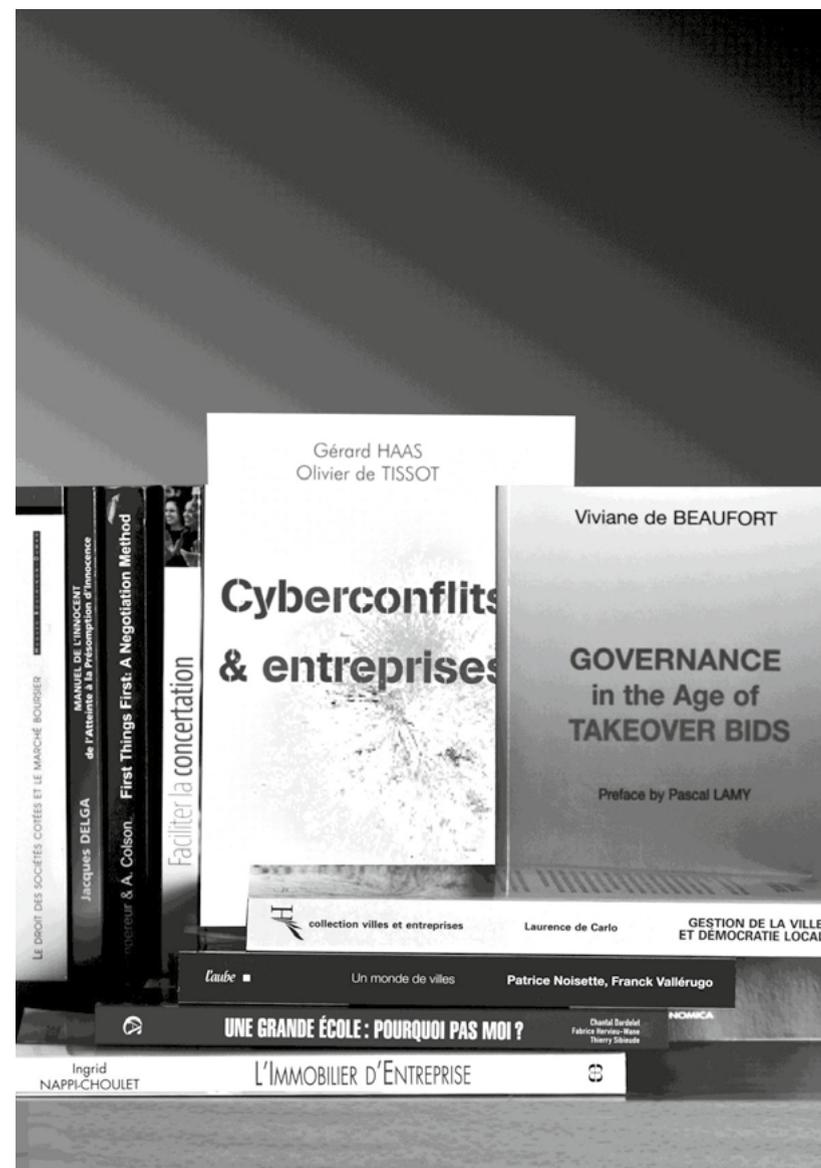
Annick ANCELIN-BOURGUIGNON, professeur
Habilitation à diriger les recherches, Université Paris IX-Dauphine –
D.E.A. et Doctorat en Sciences de Gestion, Université Paris I-
Panthéon-Sorbonne – Diplôme ESSEC – Coach certifiée (Réseau
Pluridis)
A l'ESSEC depuis 1992

Les chargés de cours / Adjunct Lecturers

Cette liste est donnée sous réserve de changements.

Albert AIDAN – Isabelle ANDERNACK – Sylvie BEAUJAN – François BOUYER – Pascale
CHASTAING-DOBLIN – Amaury CHEVREUX – Mienkie ETCHEVERRIGARAY – Christian FRAY –
Paul JOHNSON-FERGUSON – Marie-Paule LABREUR – Pascal de LA MORINERIE –
François de LAUBIER – Ghislaine LAVAL – Jean-Marc MEVELLEC – Kirsty WALKER PAOLI –
Nicolas PONCET – Antoinette REY – Nathalie ROHMER – Edouard SATTLER –
Antoine VAN DER ELST – Franck ZERFAFA-LAUNAY.

Droit et Environnement de l'Entreprise Public and Private Policy



Professeurs responsables de département / *Department Heads* :
Geneviève HELLERINGER, pour le pôle Droit ;
Patrice NOISSETTE, pour le pôle Environnement de l'Entreprise
Assistantes / *Assistants* : Nawel FEKIR, Laurence IZAC, Dorothee QUITTELIER

Le département est structuré autour de trois pôles : Droit, Environnement de l'Entreprise et Immobilier.

Le département Droit et Environnement de l'Entreprise développe ses activités d'enseignement autour de ces pôles complémentaires en intégrant des spécialisations professionnelles ou académiques.

1. PÔLE DROIT

Le droit est une composante majeure de la vie des affaires. Aussi les professionnels qui dirigent et accompagnent les entreprises doivent-ils acquérir une culture juridique de base et développer de bons réflexes à l'égard des risques et des opportunités juridiques. Le droit fait donc partie intégrante de la formation d'un manager accompli. Une formation de base est offerte aux futurs managers : elle les introduit à une dimension indispensable de la vie des affaires. Une formation ouverte vers les réalités juridiques de l'entreprise est offerte aux étudiants juristes qui rejoignent l'école et au moins un cours de droit doit être suivi dans le cycle MSc de la grande école. Pour les étudiants qui souhaitent accéder à une formation plus avancée en droit des affaires, le département propose la filière Droit et un double diplôme*. Des partenariats ont été mis en place avec les universités pour articuler la double formation que ces étudiants devront suivre pour accéder aux professions juridiques (avocat, notamment). Chacun des professeurs permanents du Pôle Droit proposent également la réalisation de travaux d'initiation à la recherche (UV de recherche), y compris dans le cadre du CEDE** et du Centre for Commercial Contracts, Arbitration and Dispute Resolution.

The department is structured around three topics: Law, Business Environment and Real Estate.

Courses in the Public and Private Policy department are essentially divided into two complementary streams, each of which has its own professional or academic specializations.

1. LAW

Law being a major dimension of and tool for business, managers need to acquire operational legal insights.

*Law courses expose students to essential dimensions of business law. The law track and double degree options offer the possibility to combine a curriculum in management and in law, including at partner universities.**

*All law permanent professors also offer the possibility to get an initiation to research (research credits) in their fields of expertise, including as part of activities of the CEDE** and of the Centre for Commercial Contracts, Arbitration and Dispute Resolution. ****

** The law track is under the responsibility of professors V. de Beaufort and G. Helleringer (see chap. "Filières")*

*** Center CEDE (European Center for Law and Economics), it is led by Professors Viviane de Beaufort and Frédéric Jenny. For further information, see : <http://www.cede-essec.fr/fr/index.html>*

*** The Centre for Commercial Contracts, Arbitration and Dispute Resolution is coordinated by professors Geneviève Helleringer and Andreas von Goldbeck*

** Les filières :*

. Droit, dirigée par les professeurs V. de Beaufort et G. Helleringer (cf. chapitre «Filières»)

. Pre'ENA, dirigée par la professeure V. de Beaufort (cf. chapitre « Filières »)

*** Le centre CEDE (Centre Européen de Droit et d'Economie) un centre de recherche transversal en économie et droit, il est dirigé par les professeurs Viviane de Beaufort et Frédéric Jenny. Pour plus d'informations : <http://www.cede-essec.fr/fr/index.html>*

**** Le Centre for Commercial Contracts, Arbitration and Dispute Resolution est dirigé par les professeurs Geneviève Helleringer et Andreas von Goldbeck*

2. PÔLE ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRISE

Il s'agit de sensibiliser les étudiants à la compréhension de l'environnement externe des entreprises, à la fois territorial, sociétal et politique. Trois axes de préparation professionnelle sont privilégiés :

- la stratégie territoriale et environnementale de l'entreprise et la gestion et la stratégie des collectivités publiques ;
- l'entrepreneuriat social et la responsabilité sociale de l'entreprise ;
- la négociation, la médiation et la géopolitique, ainsi que la concertation public-privé.

Trois chaires*, un Institut** et un Centre de recherche*** permettent de structurer ces enseignements.

* La chaire d'Economie Urbaine, dirigée par le professeur Franck Vallerugo, la chaire Innovation et Entrepreneuriat Social dirigée par le professeur Thierry Sibieude, la chaire Philanthropie dirigée par le professeur Anne-Claire Pache (cf. : chapitre « Chaires »).

**L'Institut de Recherche et d'Enseignement sur la Négociation (ESSEC IRENÉ) développe une recherche interdisciplinaire, des ateliers pratiques de formation et des actions de terrain en situations post-conflits. Présent à Cergy, Singapour (IRENÉ ASIA) et Bruxelles (IRENÉ EUROPA), il est dirigé par le professeur Aurélien Colson.

Pour plus d'informations : www.essec-irene.com

***Le Centre CONNECT (Concertation, Négociation, Environnement, Conception et Territoires) a pour mission de mener des recherches transdisciplinaires sur les concertations territoriales et leurs liens avec les processus de décision dans lesquels ils s'insèrent. Il est dirigé par le professeur Laurence De Carlo. Pour plus d'informations : <http://connect.essec.edu>

2. BUSINESS ENVIRONMENT

These courses foster an awareness and understanding of the business local and social environments and their management. They focus on three main areas of professional study:

- *Regional and environmental business strategy, local government management and strategy;*
- *Social entrepreneurship and the corporate social responsibility;*
- *Public-private negotiation and mediation.*

Three chairs, an institute** and a Research center *** oversee this instruction.*

**The three chairs are the Urban Economy Chair led by Professor Franck Vallerugo, the Innovation and Social Entrepreneurship Chair led by Professor Thierry Sibieude and the Philanthropy Chair led by Professor Anne-Claire Pache (see Chapter "Chairs").*

***The activities of the Institute for Research and Education on Negotiation (ESSEC IRENÉ) include interdisciplinary research, practical training workshops, and field interventions in post-conflict situations. The team is located in Cergy, Singapore (IRENÉ ASIA), and Brussels (IRENÉ EUROPA).*

It is led by Professor Aurélien Colson.

For further information, see www.essec-irene.com

****Center for, Consultation, Negotiation, Environment, Conception and Territories - CONNECT: has for mission to lead interdisciplinary researches on the territorial dialogues and their links with the processes of decision into which they fit. It is led by Professor Laurence De Carlo. For further information, see <http://connect.essec.edu>*

3. PÔLE IMMOBILIER

Les étudiants ont la possibilité de suivre des enseignements transverses liés aux problématiques immobilières des grands comptes et des collectivités locales, ainsi qu'aux métiers de l'asset management immobilier et du montage d'opérations immobilières. Une chaire * et une filière** permettent de structurer ces enseignements.

* La chaire Immobilier et Développement Durable dirigée par le professeur Ingrid Nappi-Choulet (cf. : chapitre « Chaires »). Pour plus d'informations : www.essec-immobilier.fr

** La filière Immobilier accréditée RICS dirigée par le professeur Ingrid Nappi-Choulet (Royal Institution of Chartered Surveyor) (cf. : chapitre « Filières »)

3. REAL ESTATE

The students have the possibility to follow cross-functional teachings in both poles relative to Real Estate Economics, Finance and Management. These courses foster an awareness and understanding of corporate and local authority real estate issues as well as real estate asset management professions. A chair and a real estate track** structure these teachings.*

* *The Real Estate and Sustainable Development Chair led by Professor Ingrid Nappi-Choulet (see chapter "Chaires"). For further information, see:*

www.essec-immobilier.fr

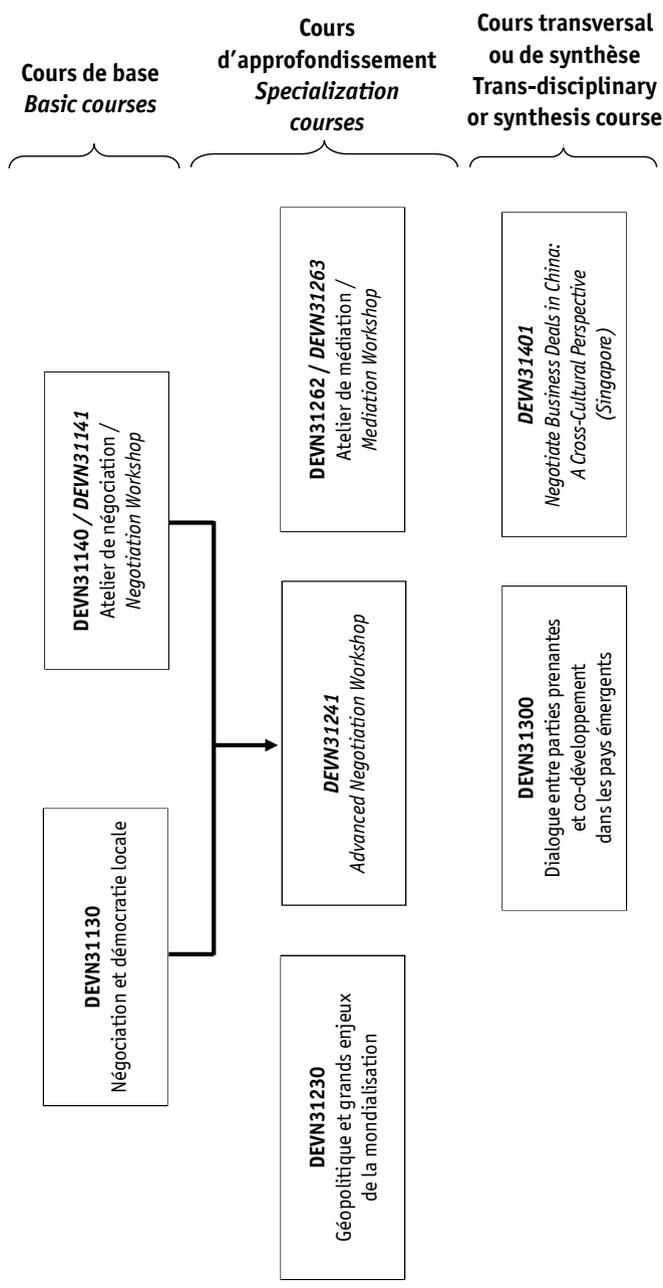
** *The Real Estate Track accredited by the RICS (Royal Institution of Chartered Surveyor) led by Professor Ingrid Nappi-Choulet (see chapter "Filière")*

Quels cours de droit pour quelles fonctions ? Which law courses for which functions?

Au-delà de la diversité des secteurs d'activité et des environnements juridiques qui leur sont propres, les grandes familles de fonctions occupées par les diplômés ESSEC requièrent certaines connaissances et compétences spécifiques en matière juridique. Le tableau ci-dessous permet de les identifier. Nullément destiné à brider votre souhait de suivre tel ou tel cours (qui pourra révéler une appétence pour la fonction au service de laquelle il se met), il doit vous aider à repérer les 2 ou 3 cours les plus immédiatement pertinents pour votre projet professionnel.

Vente, achat, fonctions commerciales ...	Communications et médias ...	Comptabilité, contrôle de gestion, audit, finance d'entreprise ...	Conseil, Stratégie et analyse, fusion-acquisitions ...	Entrepreneuriat management général ...	Finance de marché, banque, assurance, gestion de patrimoine, immobilier ...	Fonctions juridiques, avocats, juriste d'entreprise ...	Fonction publique, organisations internationales, lobbying ...	Ressources humaines ...
DEVD31116 Droit des contrats et ingénierie contractuelle DEVD31122/31125 Droit communautaire et politiques de l'Union Européenne/ European Law DEVD31126/31127 Droit des affaires/ Doing Business	DEVD31228/31229 Protection juridique des droits de propriété intellectuelle / Intellectual Property DEVD31246 Droit des médias et des technologies de l'information DEVD31300 Eloquence et rhétorique : savoir faire un bon discours	DEVC31302 Introduction à l'impact investing DEVD31132 Droit fiscal interne et international DEVD31227 Law and Globalization DEVD31231 International Business Law DEVD31231 International Business Law DEVD31250 Droit de l'ingénierie financière	DEVD31224 Droit européen des affaires DEVD31227 Law and Globalization DEVD31231 International Business Law DEVD31250 Droit de l'ingénierie financière	DEVD31114 Droit pénal et droit pénal des affaires DEVD31132 Droit fiscal interne & international DEVD31212 Droit et pratique des affaires internationales DEVD31242 Droit du travail DEVE31200 Droit et entrepreneuriat	DEVC31252 Droit de l'urbanisme, de l'immobilier et de l'environnement DEVD31132 Droit fiscal interne et international DEVD31220/31221 Droit de la banque et des marchés financiers / Financial Regulation DEVD31250 Droit de l'ingénierie financière	Le cursus Droit : un cursus dédié, abritant trois spécialisations : -Droit des affaires -Droit public -Droit européen DEVD31114 Droit pénal et droit pénal des affaires DEVD31126/31127 Droit des affaires / Doing Business : legal tools for developing and doing and (better) business across the globe DEVD31227 Law and Globalization DEVD31300 Eloquence et rhétorique : savoir faire un bon discours	Le cursus Droit, spécialisation : droit public et droit européen DEVC31134 Etat et gouvernance DEVD31122/31125 Droit communautaire et politiques de l'Union Européenne / European Law DEVD31130 Droit public de l'entreprise DEVD31224 Droit européen des affaires DEVD31227 Law and Globalization DEVD31232 Cursus Droit - Droit civil 1 DEVD31234 Cursus droit - Droit civil 2 : obligations - responsabilité DEVD31244 Droit institutionnel européen et activités de lobbying	DEVD31116 Droit des contrats et ingénierie contractuelle DEVD31242 Droit du travail DEVE31200 Droit et entrepreneuriat

**ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRISE / BUSINESS ENVIRONMENT
NEGOCIATION / NEGOTIATION**



A → B : Prérequis obligatoire / Mandatory prerequisite

DROIT / LAW (DEV/D)	Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoires(s) / Mandatory prerequisite(s)	Prérequis recommandés / Recommended Prerequisite(s)	Equivalent(s) / Equivalent(s)
Cours de base / Basic courses (*)				
DEV31114	Droit pénal des affaires	H. Bouthinon-Dumas		
DEV31116	Droit des contrats	G. Helleringer		
DEV31122	Droit & politiques de l'Europe	V. de Beaufort		DEV31125
DEV31125	<i>European Law</i>	A. von Goldbeck		DEV31122
DEV31126	Droit des affaires	G. Helleringer		DEV31127
DEV31127	<i>Doing Business</i>	G. Helleringer		DEV31126
DEV31130	Droit public de l'entreprise	V. de Beaufort		
DEV31132	Droit fiscal interne & inter'l	H. Bouthinon-Dumas		
DEV31134	Etat et gouvernance	V. de Beaufort		DEV31134
Cours d'approfondissement / Specialization courses				
DEV31212	Pratique des affaires int'l'es	G. Helleringer		
DEV31216	Droit de la concurrence	V. de Beaufort		
DEV31220	Droit bancaire et boursier	H. Bouthinon-Dumas		DEV31221
DEV31221	<i>Financial Regulation</i>	G. Helleringer		DEV31220
DEV31224	Droit européen des affaires	V. de Beaufort		
DEV31227	<i>Law and Globalization</i>	A. von Goldbeck		
DEV31228	Propriété intellectuelle	G. Helleringer		DEV31229
DEV31229	<i>Intellectual Property</i>	G. Helleringer		DEV31228
DEV31231	<i>International Business Law</i>	A. von Goldbeck		
DEV31232	Cursus droit – Droit civil 1	G. Helleringer		
DEV31234	Cursus droit – Droit civil 2	G. Helleringer		

In italic, courses taught in English.

* Ces cours donnent les connaissances indispensables à acquérir avant tout approfondissement de la matière concernée. Ils sont également des prérequis pour des cours plus approfondis. These courses give basic knowledge useful for advanced courses. They are also prerequisites for specialized courses.

DROIT / LAW (DEV/D)	Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory prerequisite(s)	Prérequis recommandés / Recommended Prerequisite(s)	Équivalent(s) / Equivalent(s)
Cours d'approfondissement / Specialization courses (suite)				
DEV031242	Droit du travail G. Helleringer			
DEV031244	Institutions de l'UE&Lobbying V. de Beaufort			
DEV031246	Droit des médias G. Helleringer, V. de Beaufort			
DEV031250	Droit ingénierie financière H. Bouthinon-Dumas			
DEV031200	Droit et entrepreneuriat G. Helleringer			
Cours transversal ou de synthèse/Séminaire thématique / Trans-disciplinary or synthesis course/ Thematic course or seminar				
DEV031300	Eloquence et rhétorique H. Bouthinon-Dumas			
DEV031402	Séminaire de département DEV P. Noisette			
GESTION IMMOBILIERE / REAL ESTATE MANAGEMENT (DEVI)				
Cours de base / Basic courses (*)				
DEV311130	Marchés & produits immobiliers I. Nappi-Choulet			DEV311129
DEV31256	Management immobilier I. Nappi-Choulet		DEV311130	
Cours d'approfondissement / Specialization courses				
DEV31252	Droit urbanisme & immobilier P. Noisette			
DEV31233	<i>Int'l Property Market Analysis</i> I. Nappi-Choulet		DEV311130	
DEV31250	Montage opération immobilière I. Nappi-Choulet			
DEV31254	Investissements immobiliers I. Nappi-Choulet		DEV311130	
Séminaires de chaires / Chairs Seminars				
DEV31430	Sém. application immobilier I. Nappi-Choulet			
DEV31432	Sém. chaire immobilier I. Nappi-Choulet			

In italic, courses taught in English.

Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.
Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.

ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRISE / BUSINESS ENVIRONMENT (DEV/C)	Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory prerequisite(s)	Prérequis recommandés / Recommended Prerequisite(s)	Équivalent(s) / Equivalent(s)
GOVERNANCE ET ECONOMIE URBAINE, INNOVATION ET ENTREPRENEURIAT SOCIAL / URBAN GOVERNANCE AND ECONOMICS, SOCIAL INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP				
Cours de base / Basic courses (*)				
DEV31110	Acteurs publics F. Vallérugo			
DEV31112	Enjeux de l'économie sociale K. André			
DEV31114	Economie urbaine et régionale F. Vallérugo			
DEV31134	Etat et gouvernance V. de Beaufort			DEV031134
DEV31130	Négociation, démocratie locale L. de Carlo			
DEV031102	Philanthropie et impact A.-C. Pache			
Cours d'approfondissement / Specialization courses				
DEV31202	Gestion collectivités locales F. Vallérugo		DEV31110, DEV31212	
DEV31204	Marketing urbain F. Vallérugo		DEV31114, DEV31110	
DEV31206	Gérer une entreprise sociale K. André		DEV31112	
DEV31208	Urbanisme et aménagement P. Noisette			
DEV31210	Resp. soc. ent. & dvpt durable T. Sibieude			
DEV31212	Politiques publiques locales F. Vallérugo		DEV31110	
DEV31214	L'Economie collaborative K. André			
DEV031268	Faire un business plan social T. Sibieude			DEV031269
Cours transversal ou cours de synthèse / Trans-disciplinary or synthesis course				
DEV31302	Introd° à l'Impact investing T. Sibieude			
DEV31304	Enjeux : la transition énergétique L. de Carlo			
DEV031210	Entreprendre en Afrique (<i>Rabat</i>) T. Sibieude			
Séminaires de chaires / Chairs Seminars				
DEV31402	Sém. chaire innov° ent. social T. Sibieude			
DEV31404	Sém.applic° innov° ent. social T. Sibieude			
DEV31406	Sém. application éco. urbaine F. Vallérugo, P. Noisette			
DEV31408	Sém. chaire éco. urbaine F. Vallérugo			

In italic, courses taught in English.

ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRISE / BUSINESS ENVIRONMENT	Responsable(s) du cours Course coordinator(s)	Prérequis obligatoires(s) Mandatory prerequisite(s)	Prérequis recommandés / Recommended prerequisite(s)	Équivalent(s) Equivalent(s)
NEGOTIATION / NEGOTIATION (DEVN)				
Cours de base / Basic courses (*)				
DEVN31130	Négociation, démocratie locale			
DEVN31140	Atelier de négociation			DEVN31141
DEVN31141	Negotiation Workshop			DEVN31140
Cours d'approfondissement / Specialization courses				
DEVN31230	Géopolitique et enjeux de la mondialisation			
DEVN31241	Advanced Negotiation Workshop		DEVN31140 or DEVN31141 or DEVN31130	DEVN31240
DEVN31262	Atelier de médiation			DEVN31263
DEVN31263	Mediation Workshop			DEVN31262
Cours transversal ou de synthèse/Séminaire thématique / Trans-disciplinary or synthesis course/Thematic course or seminar				
DEVN31300	Co-développement dans les pays émergents			
DEVN31401	Negotiate Bus. Deals China (Singapore) <i>In italic, courses taught in English.</i>		A. Colson, L. Bibard A. Colson, T. Chao	

Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.
Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.

* Ces cours donnent les connaissances indispensables à acquérir avant tout approfondissement de la matière concernée. Ils sont également des prérequis pour des cours plus approfondis / These courses give basic knowledge useful for advanced courses. They are also prerequisites for specialized courses.

DEV31110 Acteurs publics

Objectifs :

- Dresser un panorama introductif des enjeux auxquels sont confrontées les organisations publiques locales,
- Analyser les politiques publiques qu'elles ont mises en place pour y faire face.

La connaissance de ces organisations un peu particulières et la maîtrise de leurs outils de gestion vous seront utiles dans votre vie professionnelle, que vous soyez gestionnaires de ces collectivités ou de leurs satellites, ou que vous ayez à vous inscrire, au sein de grands groupes privés, dans une démarche de partenariat public/privé.

Thèmes abordés :

Le monde des collectivités locales a profondément et rapidement évolué ces dernières années, avec des compétences élargies mais des contraintes financières et juridiques accrues, une demande sociale croissante mais aussi l'émergence d'une véritable concurrence entre territoires inégalement dotés. Le « Management public local » est le résultat d'une modernisation conduite par les collectivités les plus dynamiques. Inspiré des modes de gestion du secteur privé mais respectueux de l'intérêt général, il cherche à dégager des marges de manœuvre nouvelles pour une gestion plus active des besoins de la population et pour anticiper le développement des territoires.

Les collectivités locales et leurs satellites sont plus que jamais incontournables dans l'économie locale et nationale, recrutent des agents contractuels extérieurs de haut niveau, traitent un volume considérable d'affaires avec le secteur privé.

- Vous pourrez, par la suite, préciser vos connaissances du domaine en suivant trois cours d'approfondissement :
- DEV31202 « Gestion des collectivités locales », relatif aux modes de gestion

- des collectivités locales (DSP, marchés publics, PPP) et à leurs finances ;
- DEV31204 « Marketing urbain », relatif au marketing territorial (principe de concurrence entre collectivités locales et plans stratégiques de développement économique) ;
- DEV31212 « Politiques publiques locales », relatif aux politiques publiques locales ;
- DEV31134 « Etat et gouvernance » relatif au fonctionnement de l'Etat

Evaluation :

Quiz intermédiaire pour un tiers de la note et quiz final pour deux tiers.

DEV31112 Les enjeux de l'économie sociale

Objectifs :

Le secteur de l'« économie sociale » joue en France et en Europe un rôle essentiel. Associations, fondations et organismes d'insertion prennent en charge des pans entiers de l'action sanitaire, sociale, culturelle, sportive et environnementale. Mutuelles et coopératives contribuent de longue date au développement économique et au dynamisme de nombreux territoires. Le poids économique et le rôle social de ces structures se développent et font évoluer leur positionnement vis-à-vis des autres acteurs du monde économique et politique.

Quelles sont les caractéristiques légales et organisationnelles des différentes structures du secteur ? Quelle fut leur évolution ? Quels défis vont-elles devoir relever dans le futur ?

Ce cours s'adresse aux étudiants qui souhaitent découvrir le secteur de l'économie sociale et comprendre ses enjeux spécifiques. Ils peuvent suivre le cours dans la perspective de parfaire leur culture économique généraliste, de s'impliquer bénévolement dans le secteur ou de s'y investir professionnellement.

Thèmes abordés :

Le cours permettra aux étudiants de découvrir l'ensemble des grandes familles de l'économie sociale : associations, coopératives, mutuelles et fondations, ainsi que certains secteurs d'activité : médico-social, logement social, commerce équitable, insertion par l'activité économique.

Pédagogie :

Ce cours s'appuie sur des témoignages d'experts reconnus du secteur, qui viennent partager avec les étudiants les spécificités et enjeux de leur famille. Les intervenants proposent aux étudiants des travaux de réflexion stratégique qui donnent lieu à restitution en fin de cours.

Evaluation :

L'évaluation du cours se fait sur la base de deux quiz et de la participation orale des étudiants.

DEV31114**Economie urbaine et régionale****Objectifs :**

Les villes sont le sujet du XXI^{ème} siècle. 50 % de la population mondiale et 80 % des français vivent aujourd'hui dans des villes qui concentrent l'essentiel de la richesse mais aussi des inégalités sociales et sont à ce titre engagées dans une concurrence internationale effrénée pour attirer des investisseurs et des talents. L'objectif de ce cours est de présenter les théories et les pratiques du développement économique local, dans un contexte de compétitivité urbaine et territoriale.

Thèmes abordés :

Ce cours s'attache ainsi à passer en revue d'un point de vue théorique et opérationnel :

- L'histoire des villes et de leurs évolutions au gré de leurs relations avec les acteurs économiques ;
- Les modèles de croissance et/ou de déclin des villes (théorie de la base,

dynamique des villes, métropolisation, etc.) ;

- Les choix de localisation des entreprises, inter urbains (modèles micro économiques, macro géographiques, etc.) ou intra urbains (sociologie urbaine, économie spatiale théorique, etc.) ;

Evaluation :

Examen final

DEV31134**Etat et gouvernance****Objectifs :**

L'interaction avec la « sphère Etat » concerne de nombreux acteurs économiques et sociaux du secteur privé, à la fois comme client et comme régulateur (consulting, audit, immobilier, lobbying, santé, télécom). En outre, les enjeux spécifiques du public requièrent de connaître les codes propres à la fonction publique d'Etat.

Ce cours est destiné à sensibiliser un étudiant ESSEC à ces enjeux mais aussi à faire partie de la chaire d'Economie urbaine, du cursus Droit (Droit public), de la filière Prep'ENA...

Thèmes abordés :

- Initier les étudiants aux règles constitutionnelles, aux codes de la « sphère Etat » et à la gestion publique au sein de ses institutions ;
- Faire acquérir aux étudiants « en entreprises » des compétences de négociations vis-à-vis des interlocuteurs étatiques ;
- Favoriser le recrutement des étudiants de l'ESSEC au sein des administrations et particulièrement des ministères économiques et financiers.

Pédagogie :

Ce cours accueille des intervenants extérieurs : un professeur des universités spécialiste de droit constitutionnel, des anciens élèves de l'ESSEC actuellement en poste à la direction du Budget du

ministère de l'Economie et des Finances, etc.

- 1^{ère} partie sur un contenu théorique portant sur le droit constitutionnel puis enjeux de gestion publique de la sphère «Etat», en insistant sur les points de droit et les enjeux concernant la vie des entreprises.
- 2^{ème} partie dite d'application avec des cas et des simulations (négociation entreprise/ministère, négociation AAI/entreprises, réunion interministérielle).

DEV31202**Les modes de gestion des collectivités et des services urbains**

Prérequis - cf. : tableaux.

Objectifs :

L'objectif de ce cours est de présenter les différents modes de gestion des services publics urbains et des collectivités tant sous l'angle financier que juridique et opérationnel. En effet, les collectivités territoriales gèrent seules ou dans le cadre de regroupements intercommunaux ou syndicats mixtes, leurs affaires propres mais aussi une multitude de services urbains, soit directement soit par le recours à des partenaires privés, suivant des modalités qui sont nombreuses et diverses.

Thèmes abordés :

Après une séance d'introduction synthétisant et rappelant les compétences et caractéristiques des collectivités locales, le cours présentera les enjeux et les outils principaux de la gestion financière et budgétaire des collectivités tant au plan macro (poids économique) que micro (fonctionnement interne) (3 séances).
Puis la gestion en régie, par le biais des marchés publics (1 séance), la délégation de service public (2 séances) et le partenariat public privé tel que défini par l'ordonnance du 17 juin 2004, seront présentés et analysés.

Le recours à la société d'économie mixte et les spécificités de ce modèle seront également présentés (1 séance). Enfin, les conséquences de l'intercommunalité sur les différents modes de gestion seront analysés (1 séance). La dernière séance sera consacrée à un quiz final.

Evaluation :

L'évaluation du cours se fait sur la base de deux quiz intermédiaires et un quiz final.

DEV31204**Marketing urbain**

Prérequis - cf. : tableaux.

Objectifs :

La ville est ici replacée dans son environnement concurrentiel tant externe vis-à-vis des entreprises désireuses de s'implanter sur son territoire, qu'interne à l'égard de toutes les catégories de citoyens et acteurs concernés par différents enjeux et territoires de la ville. Ce cours présente les choix stratégiques effectués par les collectivités locales pour faire face à cette double demande. Il tente de répondre en particulier à des questions de fond et de méthodes :

- Qu'est-ce qu'une ville et en quoi est-elle en situation de marché ?
- Comment doit-elle adapter son organisation interne pour faire face à cette situation ?
- Dans un contexte politique, quelle communication économique pour une ville et avec quels moyens ?
- « Vendeurs de ville », fiction ou réalité ?

Thèmes abordés et pédagogie :

Le cours propose des limites à une possible analogie entre la ville et l'entreprise. Il discute les objectifs, les concepts et les méthodes du marketing défini dans le cadre de l'entreprise et les traduit dans le contexte urbain. Le marketing dans la ville, c'est aussi une série de métiers nouveaux et originaux tant dans les collectivités locales que dans les cabinets de conseil et

autres organisations privées. Une occasion de les découvrir.

DEV31206

Gérer une entreprise sociale

Prérequis - cf. : tableaux.

Objectifs :

Au travers de l'analyse de 9 cas réels, français et étrangers, sélectionnés pour leur caractère exemplaire et innovant dans les domaines de la solidarité internationale, du développement local, de l'insertion sociale et professionnelle et de la responsabilité sociale de l'entreprise, ce cours permet aux étudiants de découvrir et de s'approprier les outils de stratégie et de management adaptés leur permettant d'entreprendre et de gérer des entreprises sociales.

Thèmes abordés :

- Processus entrepreneurial dans le secteur de l'économie sociale ;
- Stratégie de financement et recherche de fonds ;
- Marketing social ;
- Gestion des ressources humaines (bénévoles/salariés) ;
- Evaluation de l'impact social ;
- Alliance et partenariats stratégiques trans-sectoriels ;
- Développement et expansion ;
- Gouvernance.

Pédagogie :

La pédagogie du cours est fondée sur l'étude de cas et la pratique de jeu de rôles, permettant aux étudiants d'analyser et comprendre de manière très concrète les enjeux de la stratégie et du management des initiatives à finalité sociale. Ce cours est dispensé dans le cadre d'un séminaire intensif d'une semaine. Si la nature très interactive du cours se prête bien à cette formule « concentrée », il n'en reste pas moins que l'assimilation d'un nombre important de cas en une courte période requiert des étudiants un investissement important et une organisation rigoureuse. Le bénéfice

de cette pédagogie interactive ne sera en effet réel que si les étudiants ont lu et analysé les cas et jeux de rôle avant le cours.

Les protagonistes des cas (entrepreneurs ou managers) participent, dans la mesure du possible, à la deuxième partie du cours pour faire bénéficier les étudiants de leur expérience et expertise.

Evaluation :

L'évaluation des étudiants est faite sur la base de :

- La participation en classe (analyse des cas et jeux de rôle) (50 %) ;
- La rédaction de mémos préparatoires aux cas (20 %) ;
- L'analyse d'un cas de synthèse (30 %).

DEV31208

Urbanisme et aménagement

Objectifs :

Découverte des concepts et des méthodes de l'urbanisme et de la transformation des villes et des quartiers par l'aménagement urbain.

Thèmes abordés :

Le cours articule deux approches thématiques :

- Une première approche porte sur l'histoire des villes et de leur gestion, l'émergence de l'urbanisme et ses doctrines, ses principales méthodes et « outils » actuels ;
- La seconde approche porte sur les nouveaux enjeux du développement des villes et de l'urbanisme, sur leur impact pour les disciplines et les métiers et sur l'émergence des problématiques de management ;
- Une séance est en outre consacrée à une visite de terrain et une séance à la présentation d'une grande opération urbaine.

Pédagogie :

Le cours associe des apports conceptuels et méthodologiques, des discussions, des études de cas en séance (notamment un jeu de simulation économique d'une

opération d'aménagement) et des visites de terrain.

Evaluation :

- Etude de cas individuelle réalisée à distance.
- Quiz de contrôle (séances et lectures).
- Etude en groupe d'un projet actuel d'aménagement urbain en matière d'économie, de méthode et de gouvernance (relation entre dimensions techniques et managériales), restituée sous la forme d'un exposé.

DEV31210

Responsabilité sociale de l'entreprise et développement durable

Objectifs :

L'objectif de ce cours est de décrire les modalités de prise en compte du développement durable par les entreprises et de définir les contours du concept de Responsabilité Sociale de l'Entreprise. Une ou plusieurs entreprises partenaires interviennent en fil rouge tout au long du cours.

Thèmes abordés :

Ce cours de socio-économie comprend trois parties :

- Une définition et une analyse des fondements du développement durable dans ses dimensions économique, sociale et environnementale. On verra comment les questions liées à l'environnement, néés de préoccupations hygiénistes et esthétiques, se sont trouvées de plus en plus mêlées au management de l'entreprise.
- Une présentation de la dimension juridique de la gestion de l'environnement et du développement durable avec la présentation des grands principes du droit de l'environnement, au premier rang desquels le principe de précaution, ainsi que les principaux outils de la fiscalité verte.

- La présentation du concept de responsabilité sociale de l'entreprise et des outils disponibles pour permettre aux entreprises de développer leurs activités économiques dans le cadre du développement durable, en prenant mieux en compte l'environnement au sens large et la dimension sociale. Une attention particulière sera portée aux questions de gouvernance du développement durable au sein des entreprises.

Pédagogie :

Ce cours propose une pédagogie innovante alliant acquisition des connaissances en e-learning et travail de groupe. Ce travail amènera les étudiants à faire des propositions concrètes aux entreprises partenaires pour enrichir leurs actions en matière de responsabilité sociale et/ou environnementale.

Evaluation :

L'évaluation du cours se fait sur la base d'un quiz et d'un dossier à réaliser par groupes de 5 sur des questions liées à la RSE, avec les entreprises partenaires du cours.

DEV31212

Politiques publiques locales

Prérequis - cf. : tableaux.

Objectifs :

Depuis les années 80 et la décentralisation, la ville est progressivement devenue un lieu d'élaboration et d'application de politiques publiques, naguère dévolues à l'Etat déconcentré : politique de la ville, logement, transports, action sociale et économique. Dans le même temps, son rôle dans la gestion du territoire s'est accru et autonomisé : maîtrise des documents d'urbanisme, gestion urbaine de proximité (eau, déchets). Son autonomie financière accrue lui a permis par ailleurs de conduire, seule ou en partenariat, des grands programmes d'aménagement. C'est à la croisée de ces trois champs (politiques publiques, aménagement et gestion d'un territoire) que se situent les

politiques publiques locales. Quels sont les enjeux spécifiques et les objectifs des politiques locales ? Comment élabore-t-on une politique locale ? Avec quel moyen une ville peut-elle la mettre en œuvre ? Comment articuler ces politiques publiques locales avec celles conduites par l'Etat ? Comment évaluer une politique locale ? Telles sont les questions qui seront traitées dans ce cours. A l'issue du programme, les élèves auront acquis :

- Une vision globale des politiques locales et de leur évolution ;
- Une compréhension des enjeux propres à chaque politique sectorielle, dans leur élaboration et leur mise en œuvre ;
- Une connaissance des méthodes et pratiques locales pour conduire ces politiques ;
- Un aperçu des métiers, fonctions et compétences requises dans la conduite de ces politiques.

Thèmes abordés :

- Une première partie s'attache à circonscrire la notion de « politiques publiques locales », d'en préciser sa spécificité et ses enjeux dans son élaboration et sa mise en œuvre ;
- Une deuxième partie traite des principales politiques publiques locales et de leur articulation avec les politiques publiques nationales ;
- Une troisième partie est axée sur les questions d'évaluation des politiques publiques.

Ce cours s'inscrit dans la continuité du cours DEVC31110 « Acteurs publics » et anticipe le cours DEVC31202 « Gestion des collectivités locales ».

Evaluation :
Quiz final.

DEVC31214

L'économie collaborative

Objectifs :

L'émergence de plateformes numériques permettant le partage décentralisé, horizontal et à grande échelle de biens ou

de services, modifie en profondeur de nombreux secteurs d'activité comme le tourisme, les transports ou encore l'éducation. Covoiturage, crowdfunding, coworking, fablabs... l'économie collaborative est foisonnante et en plein essor.

Quels sont les modèles économiques de ces plateformes ? Faut-il se réjouir ou au contraire s'inquiéter de ce phénomène ? Quel est l'impact social et environnemental de sites comme AirBnB, BlaBlaCar ou Coursera ? A quelles dynamiques, besoins et contraintes répond le développement de l'économie collaborative ?

Ce cours se propose d'aborder ces différentes questions en faisant un tour d'horizon des différents secteurs d'activité impactés par cette nouvelle économie.

Objectifs pédagogiques :

Appréhender la forte hétérogénéité du secteur et comprendre quelles sont les principales caractéristiques transversales qui expliquent le succès de ces plateformes collaboratives. Comprendre les implications de l'activité des plateformes collaboratives sur l'économie et la manière dont leur développement questionne les modes traditionnels d'organisation et de création de valeur.

Connaître les mécanismes et les facteurs qui ont permis aux plateformes leaders dans leur domaine d'activité d'avoir une croissance rapide et durable.

Savoir analyser l'impact (positif et/ou négatif) des plateformes collaboratives sur la société et comprendre quels sont les enjeux pour maximiser l'impact positif et limiter les externalités négatives.

A qui ce cours s'adresse-t-il ?

Ce cours s'adresse aux étudiants qui souhaitent appréhender la diversité des acteurs de l'économie collaborative et comprendre les enjeux liés au développement de ces plateformes. Ils peuvent suivre le cours dans la

perspective de parfaire leur culture économique généraliste ou parce qu'ils ont le projet de travailler dans ce secteur et/ou l'intention de créer une start-up.

Modalités pédagogiques

Le parti pris de ce cours est de mobiliser, sur chacun des secteurs d'activité abordés, un professionnel qui apportera aux étudiants un regard concret et actuel, dans un contexte où ce secteur évolue de manière très rapide et où la littérature académique est encore peu fournie.

Chaque session qui inclura la présentation d'un intervenant se décomposera en deux temps :

- 1) Le professeur assure dans la première partie de chaque session une présentation des enjeux liés à la thématique de la session et un panorama des principaux acteurs.
- 2) Dans la seconde partie, il mène un entretien approfondi avec l'intervenant - le plus souvent un entrepreneur - et les étudiants pour illustrer avec un cas concret les propos de la première partie de la session. Le professeur proposera une conclusion aux étudiants, en présence de l'intervenant, notamment pour créer les liens nécessaires entre les différentes séances afin de faciliter la compréhension du secteur global de l'économie collaborative par les étudiants.

Evaluation :

Il sera demandé aux étudiants d'effectuer les travaux suivants :

- Une étude de cas réalisée en équipe (6 équipes de 5 étudiants) se fondant sur l'analyse d'une des plateformes collaboratives étudiées en cours
- Un quizz final sous la forme d'une rédaction lors de la dernière séance, avec document autorisés. Toute absence à l'examen, non justifiée par un motif médical dûment certifié par un médecin, sera sanctionnée d'une note de 0 (zéro) à cet examen et ne donnera lieu à aucun rattrapage.

L'évaluation sera basée sur les éléments suivants :

- Etude de cas : 50 %
- Quizz final : 50 %

La présence en cours est obligatoire, elle est un gage d'amélioration de la qualité des enseignements, de meilleure acquisition des savoirs et de meilleure réussite aux cours; elle constitue donc un élément important de l'évaluation pédagogique.

DEVC31252

Droit de l'urbanisme, de l'immobilier et de l'environnement

Objectifs :

Ce cours porte sur les bases du droit de l'espace bâti, qui repose essentiellement sur trois grands codes distincts (code de l'environnement, code de la construction et de l'habitat, code de l'urbanisme). Son objectif est d'apporter aux étudiants une bonne compréhension des principes de ce droit, notamment de la hiérarchie des normes et des règles, de ses principales dispositions et de leurs implications pour les professionnels de l'urbanisme et de l'immobilier. Il leur permettra ainsi de comprendre les contraintes et risques opérationnels d'ordre juridique et de dialoguer avec les juristes spécialisés. Il s'adresse particulièrement aux étudiants de la chaire d'Economie urbaine, de la chaire Immobilier et développement durable et du Mastère spécialisé Management Urbain et Immobilier.

Thèmes abordés :

Les origines et l'objet du droit de l'urbanisme, l'urbanisme réglementaire (RNU, PLU et carte communale, SCOT, secteurs sauvegardés), individuel (autorisations et permis) et opérationnel (lotissement et ZAC). Les origines, principes et acteurs du droit de l'environnement, la sensibilité d'un site au regard des contraintes environnementales, les principales procédures environnementales et les

principales autorisations. Le droit de propriété, la gestion locative, le droit de la vente et les marchés privés de travaux.

Méthodes pédagogiques :

Présenté par des juristes spécialisés, le cours associe des apports de connaissances avec des approches pratiques de cas, notamment autour d'une situation servant de « fil rouge » aux différents thèmes abordés. Chaque séance repose sur des lectures préalables indispensables au suivi du cours.

Evaluation :

Un quiz intermédiaire et une étude de cas finale, qui mobilise les différents thèmes du cours.

DEVC31302

Introduction à l'Impact Investing

Objectifs :

Acquérir un socle solide de connaissances sur l'impact investing, un sujet à la pointe des innovations financières

Thèmes abordés :

Définitions, acteurs et écosystèmes liés à l'impact investing, stratégies, outils et bonnes pratiques pour lever des fonds d'impact investing ou développer des fonds d'impact investing, grandes innovations financières des dernières années (crowdfunding, Social Impact Bonds, Collective Impact, blended finance, Diaspora Bonds...)

Pédagogie :

Le cours repose sur 2 approches pédagogiques complémentaires :

- 1) Des cours en ligne sur Coursera : L'impact investing, la finance qui change le monde, une série de 3 MOOCs :
 - MOOC 1 : L'impact investing : comprendre les fondamentaux
 - MOOC 2 : L'impact investing : être acteur
 - MOOC 3 : L'impact investing : innover
- 2) La réalisation d'une *due diligence* en équipes de 4/5 étudiants. Les étudiants sont les collaborateurs d'un fonds d'impact investing chargés de défendre, face au comité

d'investissement, la demande de fonds d'une entreprise sociale. L'entreprise sociale sera présente tout au long des 10 semaines pour interagir à distance avec les étudiants.

Les étudiants doivent :

- 1) Choisir le fonds d'investissement le plus pertinent au vu de sa thèse d'investissement et des éléments de contexte concernant l'entreprise sociale
- 2) Préparer le dossier de *due diligence* (20 pages) de l'entreprise sociale
- 3) Préparer un pitch de 10 minutes pour défendre le projet devant le comité d'investissement

Evaluation :

L'évaluation du cours se fait sur la base de la validation des quiz des MOOCs et du dossier de due diligence à réaliser en groupe, présenté à l'oral lors de la dernière séance du cours

DEVC31304

Enjeux de la transition énergétique

Objectif :

La transition énergétique rendue nécessaire par le réchauffement climatique mobilise et impacte de nombreux acteurs publics et privés sur des enjeux multiples au niveau national et international. Les principaux enjeux de la transition énergétique sont abordés par différents intervenants : fournisseurs d'énergie publics et privés, ONG, gestionnaires de parcs immobiliers et de collectivités locales, chercheurs...

Thèmes abordés :

- Maîtrise de la demande (ménages, entreprises, collectivités locales)
- Diminution de la précarité énergétique (logement social, pays en voie de développement)
- Equilibre entre les différents types d'énergies (nucléaires, pétrole, gaz éolien et autres énergies renouvelables)
- Innovations : smart grids, fiscalité...

Pédagogie :

Les interventions des invités font l'objet de debriefing réguliers avec le professeur. Puis accompagnés par elle, les étudiants choisissent, en équipe, d'approfondir un thème parmi ceux abordés par les intervenants. Ces thèmes sont problématisés dans des textes qui forment le rapport collectif du cours.

Evaluation :

La participation individuelle et l'écoute active des étudiants lors des séances seront pris en compte (30 %), de même que les travaux réalisés en groupe (70 %).

DEVC31402

Séminaire de chaire d'innovation et entrepreneuriat social

Le séminaire de chaire est réservé aux membres de la chaire et donnera lieu à l'attribution d'une UV une fois que le programme d'enseignement de la chaire, à l'exception du stage, aura été validé.

Le séminaire de chaire est le lieu de rencontre privilégié entre les étudiants de la chaire et des entrepreneurs sociaux, des acteurs de l'économie sociale et de la responsabilité sociale de l'entreprise. Il est conçu pour permettre aux étudiants de découvrir des vocations, des métiers, des organisations et de comprendre les enjeux et problématiques essentiels de ceux qui entreprennent avec une mission sociale.

Le séminaire de chaire est composé :

- de « journées d'immersion », visites de terrain à la rencontre des entrepreneurs sociaux ;
- d'une « journée d'engagement » auprès d'une association du Val-d'Oise ;
- de trois week-ends de groupe ;
- d'un « voyage de chaire » d'une semaine à l'étranger ;
- d'une participation aux événements de la chaire permettant de s'immerger dans les problématiques de l'entrepreneuriat social.

DEVC31404

Séminaire d'application de la chaire d'innovation et entrepreneuriat social

Objectifs :

Approfondir un questionnement concret au travers d'activités de recherche appliquée, d'immersion terrain et d'expérimentation.

Thèmes abordés :

Le sujet de l'innovation sociale est au cœur du séminaire. L'objectif est d'aboutir à la création de services sociaux innovants, en lien avec les entreprises partenaires du cours.

Pédagogie :

Les étudiants contribueront en groupe à aider des entrepreneurs sociaux à résoudre une problématique clé pour développer l'impact social de leur action. Les 6 mois seront structurés selon 3 étapes clés inspirées des méthodes de design thinking :

- Une phase de collecte d'« insights » sur le terrain, auprès des bénéficiaires des services et de l'ensemble des parties prenantes ;
 - Une phase de créativité permettant d'imaginer des pistes de solutions à partir des informations collectées sur le terrain ;
 - Des phases de prototypage et de test des solutions auprès des parties prenantes
- NB : Ce travail se fait sur deux trimestres consécutifs T2 et T3, il n'est donc pas possible de solliciter une inscription uniquement pour le T3.*

Evaluation :

Présentation orale à mi-parcours (T2) et en fin de séminaire (T3).

DEV31406**Séminaire d'application de la chaire d'économie urbaine***Réservé aux étudiants de la chaire.**Voir chapitre « Chaires ».***Objectifs :**

Pour les étudiants plus particulièrement intéressés soit par la gestion et la stratégie des collectivités publiques, des villes notamment, soit par la stratégie territoriale de l'entreprise, ou encore par la gestion de l'eau, il est possible de participer à des travaux de recherches sur des thèmes définis avec les partenaires de la chaire d'Economie urbaine.

Pédagogie :

Ces travaux, réalisés en équipes restreintes, sont suivis à la fois par les professeurs enseignants et par les commanditaires de l'étude ou de la recherche.

Evaluation :

Les étudiants travaillent en groupe tout au long du séminaire et produisent des livrables intermédiaires et finaux (comptes rendus de travail, présentations et rapports). L'évaluation est faite selon deux éléments :

- Respect du processus de travail (tenue des objectifs et du calendrier, qualité des résultats intermédiaires) : 30% de la note finale ;
- Rapport final : 70 % de la note finale.

DEV31408**Séminaire de chaire d'Economie urbaine***Réservé aux étudiants de la chaire.**Voir chapitre « Chaires ».***DEV31114****Droit pénal et droit pénal des affaires**

Ce cours est ouvert prioritairement aux étudiants du cursus Droit mais également accessible aux autres étudiants.

Objectifs :

La vie des affaires reste soumise à de nombreuses règles pénales qui touchent

pratiquement tous les aspects de la vie de l'entreprise. Le droit pénal exprime les valeurs fondamentales que la société entend opposer à la logique économique, comme la protection de la partie faible, la préservation du marché, le respect de l'environnement voire la moralisation du capitalisme. Ce cours sera également l'occasion de s'interroger sur la pertinence et l'efficacité de la répression comme mode de régulation des relations économiques, sur l'utilisation stratégique de la menace pénale ou encore sur le risque spécifique qui découle du droit pénal pour les entreprises et leurs dirigeants.

Thèmes abordés :

- Les notions fondamentales du droit pénal et de la procédure pénale ;
- Les infractions communes applicables à la vie des affaires (escroquerie, abus de confiance...);
- Les infractions spécifiques (blanchiment, corruption, abus de biens sociaux, délits d'initiés...).

Pédagogie :

Les premières séances de ce cours présenteront le cadre général de l'application du droit pénal des affaires : les acteurs et les règles relatives à la répression et à la sanction des infractions. La deuxième partie du cours dressera un panorama des différentes infractions applicables à la vie des affaires, en suivant la logique économique du déploiement de l'activité de l'entreprise dans son environnement économique, social et politique. Les étudiants seront éventuellement invités à présenter certaines infractions spéciales sous la forme d'exposés.

La troisième partie du cours consistera à approfondir des types d'infractions particuliers comme : les infractions relatives à la comptabilité, les abus de biens sociaux et les infractions boursières (délits d'initiés, manipulations de cours...).

Evaluation :

Modalités mixant travaux individuels et collectifs. Voir plan de cours à disposition.

DEV31116**Droit des contrats et ingénierie contractuelle**

Ce cours fait partie du cursus Droit mais est ouvert à tous les étudiants.

Objectifs :

Instrument de l'échange de biens, services, instruments financiers, le contrat est naturellement au cœur des relations d'affaires. Son usage s'est encore intensifié au cours des dernières décennies, en même temps qu'il se transforme et se rend apte à régir des situations de longue durée ainsi que des relations évolutives. Le manager doit comprendre cette contractualisation, en saisir les opportunités et se prémunir contre ses risques de manière efficace. Le cours s'adresse non seulement aux futurs juristes, mais aussi à tous ceux qui veulent comprendre le fonctionnement des relations contractuelles et savoir en tirer parti dans l'organisation et le développement des entreprises.

Thèmes abordés :

Ce cours est consacré d'une part à l'étude approfondie des règles contractuelles (formation, interprétation, effets) et des pratiques contractuelles (période précontractuelle et négociation, clauses particulières...). D'autre part, il aborde quelques contrats de particulière importance dans le monde des affaires tels que SPA (share purchase agreement), contrat de garantie, pacte, mandat, contrat d'entreprise.

Pédagogie :

Cet enseignement touche à la maîtrise technique des règles du droit des contrats ainsi qu'à la compréhension de leur raison d'être et de leur utilisation par les acteurs de la vie économique. Un cas fil rouge est étudié au fil des séances. Certaines

questions spécifiques seront approfondies à travers des exposés courts.

Evaluation :

Modalités mixant travaux individuels et collectifs. Voir plan de cours à disposition.

DEV31122**Droit communautaire et politiques de l'Union Européenne**

Les agents économiques et les citoyens doivent maîtriser les règles du jeu élaborées à échelle de l'Union Européenne et la combinaison avec les règles nationales.

Thèmes abordés :

Dans une perspective concrète, seront étudiés le système institutionnel et juridique et les principes du droit européen ; les mécanismes d'application (contentieux), l'état de réalisation du marché intérieur (grands principes et exceptions aux libertés de circulation, les règles de la concurrence, les aides d'état, les SIEG... Un aperçu de certaines politiques communes (Politique commerciale et OMC, politique du consommateur) complète le cours. Livre de référence : Manuel de droit européen des affaires et politiques européennes, Larcier, 2016.

Pédagogie :

Exposés du professeur le plus interactif possible, études de textes, cas pratiques, recherches sur le portail internet de l'Union Européenne, exposés, revues de presse.

Evaluation :

Modalités mixant travaux individuels et collectifs. Voir plan de cours à disposition.

> Filière Droit : option « Droit européen » et option « Droit public »

DEVD31125 European Law

Objectives:

This course explores two related parts: first, it examines the legal structure of the internal market of the European Union as established by the Treaties, legislative contributions and the case law of the Court of Justice of the European Union focusing on the scope of Union competence to regulate the internal market as well as on the law of free movement across borders (goods, services). Secondly, the course investigates in greater depth selected topics of European policies in areas such as consumers, public procurement, company law, intellectual property, state aids, energy, industry, trade or external relations. The choice of topics covered in the second part of the course may vary from year to year and will be chosen to reflect recent developments in those areas.

The aim of the course is to enable students to understand the law and the underlying policies and to be in the position to discuss critically the legal and policy issues involved.

Topics:

- Legal and constitutional limits on European law-making;
- Sources of EU law and its supremacy over national law;
- Relationship between EU law and national law;
- National remedies for breach of individual rights under EU law;
- Free movement of goods and services;
- Free movement of persons and citizenship of the Union;
- Consumer law and policy;
- State aids;
- Intellectual property in the internal market;
- Energy law and policy;
- Trade;
- External relations.

Teaching method:

Lectures combined with class discussions, team work and presentations.

Grading pattern:

The course grade is based on individual and collective works. See the course plan for details.

DEVD31126 Droit des affaires

Objectifs :

Ce cours a vocation à offrir aux étudiants un aperçu général des sujets de droit des affaires intéressant l'entreprise. Envisagé sous un angle pratique, dispensé par des avocats, et illustré par des cas juridiques et judiciaires, le cours s'adresse à des entrepreneurs et à des futurs dirigeants, qu'ils disposent ou non d'une formation juridique préalable.

Dans une première partie, le cours répondra, en s'inspirant de cas concrets, aux principales problématiques juridiques de l'entreprise : choisir la forme sociale adaptée, organiser sa gouvernance, lever des fonds, acheter ou vendre une entreprise, investir dans un contexte international.

Dans une seconde partie, le cours s'intéressera à la vie judiciaire de l'entreprise en s'appuyant sur l'exemple de différents procès : procédure de faillite, litiges commerciaux, responsabilité civile et pénale du dirigeant. L'objectif du cours est de permettre aux étudiants d'appréhender les problématiques juridiques dans un contexte de prise de décisions stratégiques, de s'approprier les concepts juridiques clés, et de mieux envisager les interactions de l'entreprise avec les tribunaux.

Thèmes abordés :

- Notion de société, son histoire, distinction avec les notions voisines
- Types de sociétés et organes de gouvernances (SA, SARL, SAS etc.)

- Organisation de la vie sociale (comment rédiger les statuts, le pacte d'actionnaire)
- Fusion et acquisition : les grandes étapes du processus d'acquisition
- Notions de droit international en matière commerciale (conflit de lois, de juridictions)
- Introduction aux procédures judiciaires et à l'arbitrage
- Notions de droit de la faillite
- Droit pénal des affaires (Escroquerie, abus de confiance, abus de biens sociaux, etc.)

Des cours sous forme de présentation PowerPoint sont fournis aux élèves après chaque séance, ainsi que des documents correspondants aux grandes affaires judiciaires étudiées.

Evaluation :

L'évaluation des étudiants sera essentiellement fondée sur un quiz individuel, un cas pratique à réaliser en groupe et faisant l'objet d'une plaidoirie orale.

DEVD31127 Doing Business: legal tools for developing and doing and (better) business across the globe

Course Description:

This course is designed to give students an introduction to the different forms of international business transactions that companies in different countries may enter into to participate in the current global economy. These include short-term and long-term relationships involving import-export, local manufacture and joint ventures. Choosing a good partner, choosing the appropriate business arrangement, and structuring these transactions are critical for effective, fruitful and profitable long-term relationships between different parties in multiple countries. The course will cover the main forms of transactions with objectives and issues, multicultural

considerations, and strategies for achieving mutually beneficial goals.

Course Objectives:

The objective of this course is to provide a framework in which to understand different types of transactions, to consider the pros and cons of each structure, and to determine the most suitable structure for the business objectives of the parties. At the end of this course, the student should be able to, or should have improved his or her ability to:

- Prepare a global or regional plan for developing multinational markets for a company's products (only an introduction);
- Understand the attributes of a commercial agent;
- A distributor;
- A licensee for production, trademark use, or marketing and sales;
- A branch or subsidiary in another country – wholly or partially owned;
- A joint venture – either contractual or corporate – with a partner in another country;
- Consider the short-term versus long-term advantages of various relationships;
- Prepare a term sheet or heads of agreement for each of the relationships to be considered;
- Understand the process of bringing a transaction to closing and implementation following closing;
- Consider forms of dispute resolution – national courts, arbitration, mediation – governing law (including whether each country respects the rule of law) – and execution and collection of a judgment or award.

Teaching method:

This course will be a combination of presentations, readings, discussion of cases, drafting exercises, open discussion and interactive comparison of the various

students' work, and conclusions derived from the work the students have done.

Grading pattern:

A combination of individual and group assignments. Students will form teams assisting the VP of their company, which wants to expand operations abroad.

DEVD31130

Droit public de l'entreprise

Objectifs :

Les projets publics sont les piliers de l'organisation de la société. Il n'y a pas de vie collective possible, pas de société organisée, sans traitement et acheminement d'eau, sans infrastructures de transports, sans hôpitaux ni organisation de la santé, sans production et acheminement d'énergie... Ces projets publics se réalisent au carrefour de l'intérêt général et des grands équilibres économiques. Il en va bien entendu de la viabilité du modèle de société. Pas un tunnel sous la Manche sans une perspective, même à long terme, de rentabilité économique.

Sans être inconciliables, deux logiques très distinctes sont alors à rapprocher. La défense de l'intérêt général conduit à réguler. Les intérêts économiques poussent à libérer. Chacun venant au secours de l'autre à tour de rôle comme l'atteste le récent plan de relance de l'économie. L'arbitrage entre ces deux forces est le reflet du modèle de société que l'on s'est choisi. La charte de cet arbitrage, c'est le droit public des affaires. L'objectif de ce cours est de familiariser les futurs chefs d'entreprises et cadres de grands groupes avec le droit public des affaires, ses acteurs et leurs modalités d'intervention dans la sphère économique, mais par le biais d'une approche systémique, qui leur permettra d'en appréhender pleinement les finalités.

Thèmes abordés :

- Le champ d'application du droit public des affaires.

- Notions des marchés publics.
 - La délégation de service public.
 - Les contrats publics et leur mode de passation.
 - Le montage d'une opération d'urbanisme.
 - Les aides publiques.
 - Le logement social.
 - Les contrats de partenariats public-privé.
 - L'encadrement du marché par le droit.
- Livre de référence : Manuel de droit européen des affaires et politiques européennes, Larcier, 2016

Pédagogie :

Chaque séance est organisée autour d'un cas pratique, qui permettra une approche dynamique du thème proposé.

Evaluation :

Modalités mixant travaux individuels et collectifs. Voir plan de cours à disposition.

> **Filière Droit : option « Droit public » et filière Prép'ENA**

DEVD31132

Droit fiscal interne et international

Objectifs :

Ce cours entièrement refondu vise à donner aux étudiants les bases en fiscalité qui sont essentielles aussi bien pour les juristes que pour les financiers, les comptables et les managers. La fiscalité détermine en effet dans une large mesure les choix des entreprises et accompagne leurs opérations : implantation internationale, localisation des actifs et des activités, choix de la forme sociale, politique financière, restructuration...

Thèmes abordés :

Ce cours propose des clefs pour comprendre le phénomène général de la fiscalité et dresse un panorama des différents impôts et taxes. S'agissant des aspects fiscaux dans un contexte français, le cours traite à la fois de la fiscalité des entreprises et des groupes (IS) et de la fiscalité des particuliers (impôt sur le revenu et ISF).

S'agissant de la fiscalité internationale, le cours présente les principaux mécanismes d'articulation entre les régimes fiscaux et les notions essentielles qui leur sont liées comme les prix de transfert et ou l'établissement stable. Une attention particulière sera portée aux politiques nouvellement mises en place par les Etats et les instances supranationales pour lutter contre l'évasion fiscale et l'optimisation fiscale internationale excessive.

Pédagogie :

La formule pédagogique de ce cours est profondément renouvelée. Une pléiade de praticiens expérimentés (avocats, fiscalistes en entreprise, juges...) viendront présenter les principales notions du droit fiscal et partageront leur savoir-faire et leur expérience de la fiscalité. La présentation des grandes notions alternera avec l'étude de cas empruntés à l'actualité récente (Google, Amazon, etc.).

Evaluation :

Modalités mixant travaux individuels et collectifs. Voir plan de cours à disposition.

> **Filière Droit : option « Droit des affaires »**

DEVD31212

Droit et pratique des affaires internationales

Objectifs :

Ce cours a pour objet de présenter les cadres et les mécanismes juridiques dont la connaissance est indispensable à quiconque veut opérer sur le plan international. La pratique des affaires à l'échelle internationale soulève en effet des difficultés spécifiques.

Thèmes abordés :

La vente internationale, la convention de Vienne et regards sur les pratiques en Europe ; choix du droit applicable; la résiliation unilatérale ; le règlement des litiges et notamment le recours à l'arbitrage.

Pédagogie :

Le cours se concentre sur des questions pratiques, lesquelles sont l'occasion d'aborder des problèmes juridiques théoriques. L'étude des ramifications d'un cas pratique qui s'articule autour d'un contrat international d'approvisionnement sert de fil rouge.

Evaluation :

Modalités mixant travaux individuels et collectifs. Voir plan de cours à disposition.

DEVD31216

Droit de la concurrence

Objectifs :

Les règles posées au titre du maintien de la concurrence sur un marché doivent être appréhendées par les acteurs économiques et intégrées dans leur stratégie à échelle globale.

Ce cours a pour objet d'étudier les règles régissant les relations entre entreprises, les pratiques visant à leur développement et celles relatives à leur clientèle. Il s'agit de fournir aux étudiants les éléments qui leur permettront, quel que soit leur domaine d'activité, de tenir compte des contraintes juridiques lorsqu'ils prendront des décisions. Il vise également à leur fournir les éléments permettant de réagir aux actions de leurs concurrents. L'étude part du cadre général des règles et institutions concernées par le droit de la concurrence et s'attarde sur les sujets suivants : les ententes, les réseaux de distribution, les abus de domination, les aides d'état, les concentrations, les pratiques restrictives, la concurrence déloyale. Un focus spécifique sur le Droit de la prospection commerciale sur internet ; le droit de la vente électronique et des éléments de droit de la P.I. sur Internet (marque, noms de domaines). Livre de référence : Manuel de droit européen des affaires et politiques européennes, Larcier, 2016.

DEVD31220

Droit de la banque et des marchés financiers

Objectifs :

Au moment où la crise financière met en lumière le besoin de règles et de régulation, ce cours vise à présenter les principaux mécanismes juridiques sur lesquels reposent l'activité bancaire et les marchés financiers (banques, fonds d'investissement, etc.).

Ce cours s'adresse aussi bien à des juristes qui voudraient approfondir cette matière, en vue d'une spécialisation en droit des affaires, qu'à des étudiants qui veulent comprendre l'environnement juridique dans lequel ils seront amenés à travailler dans le secteur financier.

Thèmes abordés :

Le système financier et le droit qui le régit.

Les marchés bancaires : marché du crédit, marché des services de paiement, marché de la gestion de l'épargne. Les marchés financiers : marché primaire des capitaux, marché boursier et marché du contrôle des sociétés cotées (OPA).

Pédagogie :

Chaque séance sera consacrée à un marché particulier. La présentation générale du cadre juridique et institutionnel de chaque marché permettra de mettre en évidence les acteurs présents (en particulier les intermédiaires), les autorités de régulation (AMF, etc.), les biens et les services offerts (titres, contrats...). Ensuite, des questions particulières feront l'objet d'approfondissements sous la forme d'exposés.

Evaluation :

Modalités mixant travaux individuels et collectifs. Voir plan de cours à disposition.

DEVD31221

Financial Regulation

Objectives:

The financial crisis of 2007-9 was the most serious economic disturbance in the post WW2 era. National efforts to mitigate the financial crisis triggered a follow-on sovereign debt crisis in the Eurozone, which even now is a source of economic instability. A reconsideration of the nature and conduct of financial regulation is required. The course will attempt to articulate a framework within which financial regulation can be analysed in a coherent and comprehensive fashion.

Topics:

The Financial System; Goals and Challenges of Financial Regulation; Regulating Consumer Finance; Market Structure; Information Intermediaries; Issuer Disclosure and Trading Regulation; Equity and Corporate Governance

Teaching Method:

Introductory lecture on each topic followed, in the next session, by an in-depth discussion of relevant questions. The discussion will be based on selected readings provided to students.

Grading pattern:

Continuous collective and individual assessment based on preparatory readings and a written individual assignment at the end of term.

DEVD31224

Droit européen des affaires

Thèmes abordés :

Les rapprochements entre entreprises : partenariats, fusions, prises de contrôle se développent largement dans le cadre de l'Union Européenne. Ces opérations sont complexes à réaliser car elles s'effectuent dans un cadre imparfaitement harmonisé.

Ce cours est axé sur les différentes dimensions juridiques des M&A et des groupes d'entreprises à l'échelle de l'UE.

La question principale qui se pose est celle de l'émergence d'un droit des groupes européens et d'une « Corporate Governance » à l'européenne. Pour y répondre, un examen des apports du droit communautaire de la concurrence puis d'un droit des sociétés européen (et ses limites) seront effectués, complétés d'une comparaison des règles des états-membres en droit boursier (OPA) afin de faire ressortir les modes de « Corporate Governance » d'un état à l'autre et leur rapprochement éventuel sous la houlette communautaire. Livre de référence : Manuel de droit européen des affaires et politiques européennes, Larcier, 2016

Pédagogie :

Cours aussi interactif que possible du professeur, interventions extérieures et cas d'équipes formeront un mix pédagogique.

Evaluation :

Modalités mixant travaux individuels et collectifs. Voir plan de cours à disposition.

> **Filière Droit : option «Droit européen» et «Droit des affaires» - Partenariat Master 2 Droit des affaires de Sceaux et Master de Droit privé de l'UCP.**

DEVD31227

Law and Globalization

Objectives:

The course focuses on the role that formal law, legal principles, and informal norms play in the development of nations and international trade: how do they promote or hinder positive social change, human flourishing, and economic development. Discussions will not focus on one particular jurisdiction but take illustrations in different ones. Among other issues, the following will be discussed: the legal-origins literature, rule of law and governance concerns, the role of judiciary in development, international cooperation and legal transplant, as well as legal enforcement. The goal will be to develop a richer

understanding of the complex role that legal rules play in the economic globalization.

Topics:

More specifically, the course will introduce to the economic analysis of law, known "law and economics" approach. Law and economics uses the standard microeconomic tools and concepts to explain legal rules and social norms and other legal institutions. It is at the interplay between law and applied microeconomics. The economic analysis of law involves both positive and normative aspects. The positive analysis of law looks at the impact of law on society whereas the normative analysis asks what laws are most desirable for society.

Teaching method:

If development is understood as a comprehensive institutional reform of a society, a number of informal rules are binding and restrict the attitudes and behaviors of its members. So, it is sometimes difficult for societies to reform their institutions for themselves when they are heavily burdened by the conventions maintained by the strict regimes. As the international societies have been more and more globalized, it is becoming duties for each society to assist others to undertake their institutional reform. Although it would be hard to expect the international societies to establish the world government, we should be able to keep security by getting the global governance, which consists of the good governance of each state in the world. Efficient governance may be obtained through the institutional reform led by the efficient government, markets and firms, and civil societies, which are mutually assisted and assisting in their own functions. The course analyses how the law may be a strong measure to facilitate such an institutional reform to get "good" governance, and the legal assistance activities among nations

should promote the global governance, which might be the only path to the international security and peace.

Grading pattern:

Presentations and discussion of selected law & economics papers.

DEVD31228

Protection juridique des droits de propriété intellectuelle

Thèmes abordés :

Les droits de propriété intellectuelle revêtent pour les sociétés un enjeu économique capital.

Savoir maîtriser les différentes notions de marques, brevets et dessins et modèles, savoir protéger ses créations immatérielles, savoir les défendre, évaluer leur coût et leur valeur comprendre leur importance est essentiel dans le monde de l'entreprise.

La concurrence déloyale, pendant habituel des actions en contrefaçon, sera également étudiée.

La construction légale du droit de la propriété intellectuelle, aussi bien dans sa branche littéraire et artistique que dans sa branche industrielle s'est faite par étapes. Il s'agit de droits très anciens qui ont toujours cherché à privilégier les auteurs ou les titulaires de ces droits.

Avec la construction européenne et les dernières modifications législatives, le droit de la propriété intellectuelle est devenu un droit indispensable à la pratique d'une activité économique. Le cours étant dispensé par une avocate, c'est une approche pratique qui est privilégiée.

Mais néanmoins les étudiants devront de manière indispensable acquérir un savoir légal et théorique qui leur permettra de mieux appréhender la pratique des dossiers. Le cours les y aidera. L'importance de la matière étant considérable et le temps d'enseignement étant limité, il est important pour les étudiants d'acquérir au moins quelques

réflexes de nature à identifier les problèmes de droit qui pourraient se poser dans le cadre d'une activité ultérieure.

Objectifs :

A la fin de ce cours, les étudiants seront capables de :

- Distinguer et expliquer et utiliser les différents systèmes de protection instaurés par le droit français et communautaire de la propriété intellectuelle.
- Savoir si une marque est valable ou non.
- Diligenter une action en contrefaçon.
- Evaluer les dommages et intérêts.
- Reconnaître un acte de concurrence déloyale et un acte de contrefaçon.

Pédagogie :

Le cours aborde dans un premier temps les outils théoriques (articles de loi, textes, doctrines) et nous mettons immédiatement en pratique par l'étude de cas, les décisions de jurisprudence les plus saillantes et nous invitons les élèves à partir de cas d'espèce à essayer de se projeter dans les situations pratiques.

Nous inviterons des intervenants extérieurs du monde de la Propriété Industrielle à venir livrer leur expérience.

Evaluation :

L'évaluation sera basée sur les éléments suivants :

- Un examen en fin de session constitué par un cas pratique
- Une question purement théorique de contrôle des connaissances sera également posée.
- Un exposé sur un thème précis.

DEVD31229

Intellectual Property

Introduction:

In today's world, the promotion and protection of intellectual property (IP) within a corporation are at the core of the latter's economic growth. IP can represent a company's most valuable intangible asset without which it would not be able to pursue its development.

IP law has therefore become omnipresent regardless of the underlying economic activity.

As such, every manager should fully comprehend IP notably in terms of value and cost as well as risk and opportunity. With that in mind, the course will focus on the fundamentals: copyright, patents, trademarks, and trade secrets from a national and from an international / comparative law perspective.

Students will be provided with a 360° view of IP issues a corporation could encounter and will have a better understanding of how to identify and manage IP violations. The course will also consider the evolutions of IP law at the digital age. Emphasis will be given to a practical approach of the subject matter.

Grading pattern:

The final exam is based on a final examination (65 %), and team homework (35 %).

DEVD31231

International Business Law

Objectives:

This course explores two related parts: first, it examines the *substantive* rules that may govern international commercial transactions such as international sales or the financing of international trade. The governing substantive rules often derive from international instruments such as conventions, EU directives and model laws. The course will analyze the Vienna Sales Convention, the UNIDROIT Principles of International Commercial Contracts and the Uniform Customs and Practice for Documentary Credits, prepared by the International Chambers of Commerce. Starting from the general framework, policies and common problems of transnational commercial law the course will enable the student to understand the specific rules found in the international trade conventions, model laws and contractual codes. Secondly, the course

investigates the different *procedures* that are available to enforce the substantive rights studied in the first part of the course. In the second part the course focuses on international commercial arbitration which has become the preferred method of resolving international disputes - a truly fascinating area of the law.

Teaching method:

Teaching will be as interactive as possible: lectures combined with class discussions, team work and presentations.

Grading pattern:

The final grade is based on the following elements:

- Team presentations (1/3 of final grade);
- Take-home (1/3 of final grade);
- In-class quiz (1/3 of final grade).

Bibliography:

All materials will be made available on the course webpage.

DEVD31232

Cursus droit - Droit civil I

Objectif :

Ce cours, qui ouvre le Cursus Droit, a pour double ambition d'introduire les étudiants du Cursus à l'étude approfondie du droit et de leur proposer une première approche du droit civil.

Au service du premier objectif, l'accent sera porté sur la méthodologie juridique. A cet effet, vous seront proposés la lecture et le commentaire de divers documents destinés à vous familiariser avec les différentes sources juridiques. Des exercices personnels de synthèse et réflexion compléteront cet effort d'acquisition de la rigueur d'analyse nécessaire à la poursuite d'études juridiques.

Le second objectif se traduira par une introduction ordonnée aux thèmes fondamentaux et transversaux du droit civil : droit objectif et droits subjectifs.

Méthode Pédagogique :

L'enseignement de ce cours allie cours magistral et travaux pratiques sur la base de documents distribués.

Par ailleurs, la densité de la matière nécessite un effort d'acquisition et d'approfondissement en dehors des séances. La lecture attentive d'un manuel pour chacun des thèmes abordés est requise.

Les travaux proposés dans le cadre de l'évaluation sont destinés à vous assister dans l'acquisition des connaissances et méthodes juridiques.

Evaluation :

Quiz intermédiaire, quiz final et participation aux séances de TD

DEVD31234**Cursus droit - Droit civil II : obligations - responsabilité****Objectif :**

Ce cours qui prolonge le cours Droit civil I, a pour double ambition d'introduire les étudiants du cursus à l'étude approfondie du droit de la responsabilité civile et d'approfondir l'approche du droit civil. Au service du premier objectif, l'accent sera porté sur la méthodologie juridique : lecture d'arrêts et commentaires d'arrêts, cas pratique et dissertation. Des exercices personnels de synthèse et réflexion compléteront cet effort d'acquisition de la rigueur d'analyse nécessaire à la poursuite d'études juridiques.

Le second objectif se traduira par une introduction ordonnée aux thèmes fondamentaux et transversaux du droit de la responsabilité civile : responsabilité de droit commun et de droit spécial.

Pédagogie :

L'enseignement de ce cours allie cours magistral et travaux pratiques sur la base de documents distribués.

Par ailleurs, la densité de la matière nécessite un effort d'acquisition et d'approfondissement en dehors des séances. La lecture attentive d'un manuel

pour chacun des thèmes abordés est requise.

Les travaux proposés dans le cadre de l'évaluation sont destinés à vous assister dans l'acquisition des connaissances et méthodes juridiques.

Evaluation :

Quiz intermédiaire, quiz final et travaux personnels (exposé)

DEVD31242**Droit du travail****Objectifs :**

Ce cours s'adresse à tous les étudiants, et pas seulement ceux qui se destinent à une carrière RH.

Par nature, le droit du travail concerne tout le monde et la sensibilisation des étudiants aux règles applicables dans leur futur environnement professionnel constitue le principal objectif de ce cours.

Thèmes abordés :

L'accent sera donc mis sur le contrat de travail : mise en perspective, contenu, exécution, rupture, sans oublier la dimension capitaliste (attributions d'actions, management package en private equity, etc.) et la dimension internationale.

Sera également abordé le droit collectif du travail, dont les institutions représentatives du personnel en particulier.

Pédagogie :

Un polycopié en forme de plan structuré et de textes législatifs sera fourni aux élèves.

Evaluation :

L'évaluation sera faite sur la base d'un quiz final, d'un éventuel quiz intermédiaire et d'interventions orales sur la base du volontariat.

DEVD31244**Droit institutionnel européen et activités de lobbying****Objectifs :**

L'Union Européenne forme un ordre institutionnel et juridique spécifique caractérisée par une ouverture au jeu d'influence importante (consultations/auditions, etc.). Il convient pour un citoyen mais aussi pour un agent économique, un groupe de pression de bien maîtriser les processus et de faire une veille afin de saisir les enjeux politiques et d'anticiper pour intégrer ces publics politiques, voir les influencer. Une ouverture sur le développement du e-lobbying (techniques web pour influencer l'opinion publique donc indirectement les décideurs) sera menée afin de compléter le cadre, avec des exemples concrets et des cas pratiques réels.

Thèmes abordés :

Le cours présente les caractéristiques du système, analyse l'équilibre de pouvoirs entre les états-membres et l'Union Européenne et la répartition des centres de pouvoir au sein de l'Union. Un exercice prospectif sur l'avenir et le contenu du projet européen intervient pour répondre à l'actualité. La présentation des mécanismes institutionnels est faite d'une manière concrète, pour permettre aux futurs acteurs économiques de saisir la démarche du lobbying. Une réflexion approfondie sur le lobbying, sa pratique et ses enjeux complète le cours.

Livre de référence : Manuel de droit européen des affaires et politiques européennes, Larcier, 2016

Pédagogie :

Cours aussi interactif que possible, exposés ou/et cas de groupe ou individuels, lectures, revues de presse régulières, interventions de praticiens, utilisation du site europa et d'autres sites d'informations européens.

Evaluation :

Modalités mixant travaux individuels et collectifs.

> **Filière Droit : option « Droit européen » et « Droit public » + Filière Prep' ENA – Partenariat M2 Ethique des affaires de l'UCP.**

DEVD31246**Droit des médias et des technologies de l'information****Thèmes abordés :**

Cours abordant, d'un point de vue juridique, les problèmes suivants : sources du droit des médias ; protection de l'image de l'entreprise ; limites de l'expression publique ; publicité et médias ; problèmes spécifiques à la presse écrite ; droit de l'audiovisuel ; droits d'auteur, droits de diffusion ; le droit des « nouveaux médias » : télématique, progiciels, « multimédia », protection des données personnelles, contrat et responsabilités sur Internet, protection des incorporels, contrats et fraude informatique.

Objectifs :

Donner aux étudiants une perception (i) des risques juridiques à appréhender dans le cadre de l'utilisation des technologies de l'information (internet, système d'information) et des médias et des moyens de les prévenir (ii) des outils juridiques et judiciaires leur permettant de protéger et valoriser les incorporels.

Pédagogie :

Présentation des principes fondamentaux, illustration par la jurisprudence et par des cas pratiques.

Evaluation :

Modalités mixant travaux individuels et collectifs. Voir plan de cours à disposition.

DEVD31250

Droit de l'ingénierie financière**Objectifs :**

Ce cours propose de montrer comment les techniques du droit des sociétés peuvent être exploitées pour réaliser des opérations financières complexes (les « montages »). Il constitue donc un cours avancé de droit des sociétés à destination des futurs praticiens du droit des affaires, mais aussi de ceux qui veulent embrasser les métiers de la finance et de la gestion de patrimoine (banque d'affaires, banque d'investissement, fonds d'investissement). Ce cours sera utile en particulier aux AST-Droit et aux étudiants du Cursus droit, dans la mesure où il propose une approche originale par rapport aux enseignements universitaires traditionnels.

Les étudiants qui n'ont pas suivi de cours de droit des sociétés pourront suivre ce cours à condition de faire un rattrapage préalable par la lecture d'un ouvrage en droit des sociétés.

Thèmes abordés :

- Les techniques de stabilisation et de verrouillage du contrôle ;
- Les cessions de contrôle (M&A) ;
- Les montages de transmission familiale d'entreprises ;
- Les montages d'acquisition de sociétés et d'actifs avec effet de levier (LBO, etc.) ;
- Les montages de financement et de refinancement sophistiqués (émission de titres complexes, titrisation...) ;
- Les montages d'optimisation fiscale.

Pédagogie :

Les séances seront consacrées aux montages dits de « haut de bilan » les plus utiles dans la pratique du droit des affaires et du financement. Des praticiens (notaires, avocats d'affaires, fiscalistes...) interviendront dans cet enseignement qui se veut résolument pratique.

Un cas pédagogique réel sera proposé aux étudiants.

Evaluation :

Evaluation à partir d'exercices pratiques. Voir plan de cours à disposition.

DEVD31300

Eloquence et rhétorique : savoir faire un bon discours**Objectifs :**

Ce séminaire s'adresse aux étudiants qui veulent améliorer leur capacité à convaincre un auditoire en apprenant à faire un discours. C'est un exercice essentiel, non seulement pour les futurs plaideurs ou responsables politiques, mais aussi pour les dirigeants économiques et ceux qui les conseillent.

Thèmes abordés :

- Les différents genres de discours (plaidoirie, réquisitoire, discours politique, discours de circonstance, discours managérial, discours de mobilisation, débat, etc.)
- La préparation d'un discours (analyse de l'auditoire, identification de l'objectif du discours)
- Le choix des arguments et les autres techniques de persuasion
- La rédaction d'un discours destiné à être prononcé par soi-même ou par autrui (travail de « plume »)
- L'élocution et la gestuelle de l'orateur
- Les techniques rhétoriques classiques et contemporaines (*storytelling*...)

Pédagogie :

Ce cours est résolument pratique. Chaque étudiant pourra s'améliorer, en développant à partir de ses qualités personnelles sa maîtrise des techniques de l'éloquence et de la rhétorique. La présentation de discours célèbres et les témoignages d'orateurs (ténors du barreau...) permettront également aux étudiants de saisir les ressorts d'une éloquence efficace.

Evaluation :

Evaluation essentiellement fondée sur les exercices pratiques et les analyses de discours.

DEVD31402

Séminaire de département DEV

En 2017-2018, sera abordé le thème suivant :

« Villes agiles. Quelles stratégies d'innovation pour les entreprises dans la ville durable et numérique de demain ? »

Ce séminaire très original et innovant est donné pour la première fois en semaine intensive du 19 au 23 février 2018, selon des principes de design learning. Il s'adresse aussi bien aux étudiants des chaires d'Economie urbaine et Immobilier et développement durable et du MS Management urbain et immobilier qu'à toutes celles et ceux qui veulent mieux comprendre comment les transformations urbaines affectent toutes les activités, produits et services –et réciproquement– et comment anticiper ces changements pour agir.

Principes et objectifs :

Le séminaire est destiné à former les futurs décideurs à appréhender efficacement la complexité de la « ville agile » de demain dans une logique pluridisciplinaire et prospective. Il réunit des étudiants et des professeurs de l'ESSEC, l'Ecole des Ponts et l'Ecole Nationale Supérieure d'Architecture de Versailles, ainsi que des entreprises partenaires, avec l'appui du cabinet Green Soluce.

Avec le développement planétaire de l'urbanisation, les villes et leurs services, donc les collectivités publiques et les entreprises traditionnelles des « métiers de la ville », sont au cœur des mutations de l'économie et de la société, notamment vis-à-vis des transitions numérique et écologique. Mais réciproquement, les entreprises du numérique, du luxe, des loisirs, du corps et de la santé, etc., s'intéressent aujourd'hui directement aux milieux et aux modes de vie urbains, non seulement pour s'y adapter, mais aussi pour les influencer. La ville est à la fois le

lieu, l'objet et l'agent de multiples innovations.

Le séminaire permettra aux étudiants de mieux comprendre cet environnement et de savoir anticiper, identifier les leviers de changement et les opportunités d'innovation, grâce à des démarches prospectives, pour concevoir des scénarios de changement pour des entreprises et pour évaluer leurs impacts sur la ville et la vie urbaine.

Thèmes abordés :

Des sujets très divers seront proposés par les entreprises partenaires. Pour réaliser son projet, chaque groupe d'étudiants sera conduit à explorer de nouvelles connaissances, par voie documentaire et consultation d'experts, dans des domaines variés.

Auparavant, les étudiants auront été préparés par des apports académiques et professionnels sur les mutations urbaines contemporaines, sur des concepts et méthodes de prospective, ainsi que sur quelques problématiques économiques et sociales transverses liées aux sujets à traiter (mobilité et ubiquité, énergie et données, économie circulaire et métabolisme urbain, alimentation et agriculture, corps et santé, luxe et culture...). Une sorte de « corpus » commun sera ainsi apporté à l'ensemble des étudiants, de manière à faciliter les échanges collaboratifs entre les différents groupes de projet.

Pédagogie :

Pendant une semaine intensive, les étudiants travailleront par groupes pluridisciplinaires à répondre aux questions posées par des entreprises partenaires. Il s'agit d'apporter à l'entreprise une lecture anticipatrice des transformations de son environnement et des propositions en matière, par exemple, de positionnement sur de nouveaux marchés, de transformation de métier ou de modèle économique, de partenariat innovant pour la conception de nouveaux

produits ou services. Ce sont donc des sujets stratégiques, en amont des décisions d'orientation opérationnelle ou de la conception proprement dite de produits ou services, qui appellent une projection à moyen terme.

Les étudiants conduiront leurs projets de manière autonome mais en bénéficiant d'un ensemble d'apports organisés de professeurs des trois écoles et d'experts, sous forme de séances de cours et de conférences, et d'un pool de ressources (sources documentaires organisées, listes d'experts à consulter, outils d'analyse et de production...). Chaque groupe sera « coaché » par un des professeurs et aura au moins trois temps de rencontre avec son entreprise partenaire. Des échanges collaboratifs seront organisés entre les groupes.

Les propositions seront exprimées en faisant appel à la créativité des groupes et aux ressources techniques des trois écoles, notamment du K-Lab de l'ESSEC.

Evaluation :

Les étudiants seront évalués sur la base de leurs travaux de groupe et d'une évaluation individuelle de leurs contributions.

DEVE31102

Philanthropie : stratégies et impact

Objectifs :

L'entrée dans le XXI^e siècle marque clairement un tournant pour la philanthropie. Philanthropie stratégique, capital-risque philanthropique ou investissement social sont autant de nouveaux concepts qui questionnent les modèles philanthropiques traditionnels, leurs modalités d'intervention et leur impact.

Ce cours a pour ambition de faire comprendre aux étudiants le champ de la philanthropie, son rôle dans la société, ses enjeux sectoriels et managériaux ainsi que ses évolutions récentes. Il leur permettra d'acquérir les outils d'analyse

et les compétences nécessaires pour créer et gérer des initiatives philanthropiques (fondations, entreprises mécènes, fonds d'investissements...).

Thèmes abordés :

- Introduction à la philanthropie (définitions, comparaison internationale) ;
- Les différents types de philanthropie (petits et grands donateurs, familles, communautés, mécénat d'entreprise) ;
- Les enjeux nouveaux et les tendances actuelles (capital-risque philanthropique, investissement social, partenariats philanthropiques).

Pédagogie :

Le cours s'appuie sur différentes modalités pédagogiques :

- Des exposés magistraux transmettant aux étudiants les informations essentielles concernant la réalité du secteur et ses enjeux ;
- L'analyse, dans le cadre de discussions animées par le professeur, de cas pédagogiques français et internationaux illustrant des enjeux importants rencontrés par les acteurs philanthropiques ;
- Des échanges avec des acteurs et professionnels du secteur partageant avec les étudiants leur expérience de la philanthropie ;
- Un travail de groupe dans le cadre d'un « projet stratégique » permettant aux étudiants d'échanger avec d'autres étudiants partageant les mêmes centres d'intérêts et de formuler, en équipe, des recommandations sur un mode professionnel.

Evaluation :

L'évaluation du cours se fera sur la base de deux critères :

- La participation orale (50 %) ;
- Le « projet stratégique » (50 %).

DEVE31200

Droit et entrepreneuriat

Objectifs :

L'objectif de ce cours est de permettre aux étudiants de s'approprier de manière concrète les différents aspects juridiques de la création d'une entreprise et de son développement. Ce cours s'inscrit dans la filière Entrepreneuriat et a vocation à compléter les enseignements déjà dispensés sur les autres aspects.

Thèmes abordés :

Parmi les thèmes abordés la création et les critères de choix d'une structure sociale ; le rachat d'une société in bonis ou en difficulté ; aspects relatifs à la fiscalité, la concurrence, la propriété intellectuelle.

Pédagogie :

Une dimension spécifique de l'environnement juridique de l'entrepreneur est abordée à chacune des séances. Des exercices pratiques et de nombreux exemples, proposés notamment par les professionnels conviés à intervenir, permettent une mise en situation des problèmes abordés.

Evaluation :

Cet enseignement fait l'objet d'un travail collectif ainsi que d'un examen individuel destiné à vérifier les connaissances techniques acquises.

DEVE31268

Faire un business plan social

Objectifs :

Comme toute nouvelle entreprise, une entreprise qui se lance avec une mission sociale a besoin d'un business plan soigneusement construit, permettant à l'entrepreneur de formaliser son projet et ses objectifs, sa stratégie, son business model et ses prévisions financières. Pourtant, la création d'une entreprise sociale est spécifique par bien des aspects. Afin de prendre en compte ces spécificités, l'outil traditionnel du business plan doit être adapté aux singularités des entreprises sociales.

Ce cours a pour objectif de fournir aux étudiants une méthodologie et une expérience pratique, par le biais de la construction du business plan social d'une nouvelle entreprise dont la mission prédominante est sociale (ou environnementale).

Plus largement, il permet aux étudiants de comprendre les enjeux spécifiques relatifs à la création et à la gestion d'une entreprise sociale. Ce cours permet en outre aux étudiants de développer leurs compétences entrepreneuriales. Les étudiants qui envisagent de créer leur propre entreprise sociale auront la possibilité de démarrer leur projet à l'occasion de ce cours, alors que les autres acquerront une précieuse pratique en développement d'entreprise.

A la fin du cours, les étudiants devront :

- Savoir construire et rédiger le business plan d'une entreprise sociale ;
- Présenter oralement ce business plan social à des partenaires et investisseurs potentiels ;
- Evaluer de façon critique le business plan d'une entreprise sociale.

Thèmes abordés :

- Définition du projet ;
- Analyse d'opportunité ;
- Production et opérations ;
- Business model ;
- Stratégie marketing ;
- Stratégie financière ;
- Mesure de la performance.

Pédagogie :

Par groupes de quatre ou cinq, les étudiants construisent le business plan social d'une entreprise sociale. Les projets pourront être proposés tant par les étudiants que par les professeurs. Le cours associe l'acquisition des éléments méthodologiques essentiels via lectures et cours e-learning, des simulations de présentation avec feedback collectif, des temps de travail en groupe avec l'appui d'un tuteur.

Lors du dernier cours, les équipes présenteront leur business plan social devant un jury composé d'enseignants et d'acteurs coutumiers de l'évaluation de business plans.

Evaluation :

La note finale du cours sera attribuée sur les bases de :

- L'évaluation du business plan social rédigé (50 %) ;
- L'évaluation de la présentation orale finale (50 %).

DEVI31130

Analyse des marchés et produits immobiliers

Le cours est obligatoire pour les étudiants de la chaire Immobilier et Développement Durable.

Objectifs :

Ce cours de base apporte les concepts fondamentaux de l'analyse économique et financière des différents marchés immobiliers d'entreprise. Ce cours constitue notamment un prérequis recommandé pour le cours DEVI31254 Investissements immobiliers et DEVI31256 Management immobilier. Le cours aborde les notions de base de l'analyse des marchés immobiliers d'entreprise (étude des principaux indicateurs, évolution des marchés, systèmes d'acteurs, etc.) et de l'investissement immobilier.

Thèmes abordés :

Economie des marchés, Immobilier de bureaux et d'entreprise, Asset management, Investissement immobilier.

Pédagogie :

Le cours est structuré en deux parties : la première expose la méthodologie et les principaux indicateurs indispensables à l'étude des marchés immobiliers. La seconde partie repose sur la mise en pratique des outils au travers d'études de cas, d'analyses de marchés et de prises de décisions d'arbitrage immobilier (salle informatique).

Cours magistral et cas multimédia en salle informatique.

Evaluation :

Quiz et cas.

DEVI31233

International Property Market Analysis

Prerequisite - cf.: tables

This course is mandatory for Real Estate track students (RICS accreditation).

Objectives:

This course covers the principal issues of international property market analysis with the objective of making students aware of the globality of real estate investment and management.

It aims to give an understanding of real estate market analysis, in the broader context of (global) real estate investment and development. This knowledge will help course participants to meet new challenges and opportunities in real estate markets across national borders.

Topics:

The assessment of real estate returns, property market analysis, real estate strategy and factors of the decision-making process of international property investment. It also includes a session dedicated to the RICS code of ethics.

Teaching method:

Professionals of real estate finance, property asset management and development lecture in this course, offering basic concepts to analyse international property markets.

Grading pattern:

Course assessment includes a group mini-thesis on one of the issues developed in the class and a final examination.

DEVI31250

Financement et montage d'opérations immobilières à court et moyen terme

Objectifs :

Ce cours d'approfondissement aborde les pratiques du montage d'opérations immobilières et permet aux étudiants de disposer des notions de base permettant d'analyser un risque immobilier. L'étude de cas pratiques de bilans de promotion immobilière et la rencontre avec des acteurs de l'immobilier (promoteurs, asset managers, investisseurs et banquiers) donnent aux étudiants l'occasion d'appréhender l'état du marché français et ses tendances à moyen terme.

Thèmes abordés :

- Présentation du marché et de ses principaux acteurs ;
- La problématique foncière (aménagement, ZAC) ;
- Le financement des opérations de promotion immobilière ;
- Quelques notions juridiques appliquées à l'immobilier ;
- Bilan et plan de trésorerie associé.
- L'impact des nouvelles normes environnementales.

Pédagogie :

L'essentiel du cours est dispensé de manière interactive au moyen d'études de cas pratiques. Une visite de site vient conclure le cycle.

Evaluation :

Note de synthèse à partir d'un dossier réel de financement.

DEVI31254

Investissements immobiliers

Prérequis - cf.: tableaux

Objectifs :

- Fournir une bonne compréhension de « l'industrie immobilière »
- Présenter les éléments clés d'une stratégie d'investissement immobilier

Thèmes abordés :

- Processus de production immobilière ;
- Marchés immobiliers, environnement économiques et cycles ;
- Contextes légal, juridique et fiscal ;
- Logiques financières.

Pédagogie :

- Approche théorique et étude de cas.
- Modélisation financière (travaux pratiques sur Excel).

Evaluation :

Etude de cas finale et mini-rapports.

DEVI31256

Management de l'immobilier de l'entreprise

Prérequis - cf.: tableaux

Le cours est obligatoire pour les étudiants de la chaire Immobilier et Développement Durable.

Objectifs :

Le cours aborde tous les fondamentaux de la gestion de l'immobilier d'exploitation du point de vue des Grands Utilisateurs. Quel que soit leur secteur, les entreprises ont besoin d'immobilier pour exercer leur activité, celui-ci représentant en général de 25 à 40 % des actifs des sociétés et le second poste de dépenses après les salaires. La fonction immobilière au sein de l'entreprise évolue depuis quelques années, dans un contexte de management par la valeur actionnariale. De plus, les marchés de l'immobilier d'entreprise sont cycliques, avec de sensibles variations des loyers sur des périodes relativement courtes, qui peuvent lourdement affecter, en cas de pénurie sur les marchés locatifs, les équilibres d'exploitation de l'entreprise à moyen et long terme.

Thèmes abordés :

Le cours est divisé en 4 parties qui se complètent et abordent tous les fondamentaux de l'immobilier d'exploitation du point de vue des Grands Utilisateurs :

- La direction immobilière dans l'entreprise ;

- Les aspects réglementaires et fiscaux de l'immobilier d'exploitation ;
- Le space planning ;
- Le financement de l'immobilier d'exploitation.

Pédagogie :

Le cours est composé de séances enseignées par des intervenants extérieurs sur la base de cas réels. Une visite de site avec rencontre d'un directeur immobilier est organisée chaque année.

Evaluation :

Quiz et mini-rapports.

DEVI31430

Séminaire d'application d'analyse immobilière

Nombre d'UV : 2UV.

Le séminaire d'application se déroule sur deux trimestres (T2 et T3).

Pour les étudiants de la chaire ou non, plus particulièrement intéressés par l'économie et la finance immobilières, il est possible de travailler en binôme sur des thèmes d'application définis notamment avec les partenaires de la chaire Immobilier. Les travaux sont suivis à la fois par le professeur enseignant et par les commanditaires de la recherche.

Thèmes abordés :

Thèmes touchant l'économie, la finance et le management immobiliers.

Pédagogie :

Le séminaire s'articule autour de séances collectives de travail de présentation et de méthodologie, de rencontres en entreprise avec les commanditaires et de séances de travail par binôme à l'ESSEC.

Evaluation :

Les étudiants réalisent un mémoire collectif et une note de synthèse. Les résultats de leur étude sont présentés en soutenance à la fin du trimestre 2 et à la fin du trimestre 3.

DEVI31432

Séminaire de Chaire immobilier et développement durable

Le séminaire de chaire est réservé aux membres de la chaire et donnera lieu à l'attribution d'une UV une fois que le programme d'enseignement de la chaire, à l'exception du stage, aura été validé.

Objectifs :

Le séminaire de chaire est conçu autour de rencontres professionnelles.

Il permet à des personnalités du monde de l'immobilier (montage d'opérations, financement, asset management, conseil fusion-acquisition, etc.) de faire part de leur expérience et de leur savoir-faire et de présenter des cas concrets aux étudiants

de la chaire Immobilier et Développement Durable.

Thèmes abordés :

Le séminaire accueille régulièrement des cadres dirigeants de sociétés foncières cotées, des directeurs immobiliers de grands groupes, de fonds d'investissement, de banques d'affaires, de conseils immobiliers, des promoteurs et développeurs immobiliers, ainsi que des professionnels de l'aménagement foncier et urbain intéressés par les questions immobilières et par le renouvellement urbain (Collectivités locales, Caisse des Dépôts, S.E.M., etc.).

Pédagogie :

La séance est composée de deux parties :

- Présentation institutionnelle

- Etudes de cas avec les étudiants

Un voyage de chaire à l'étranger est organisé chaque année.

Evaluation :

Les binômes sont tenus d'animer le débat à l'issue des présentations et de réaliser un compte rendu détaillé du séminaire selon la charte fournie par la chaire.

La note du séminaire de chaire est basée sur un quiz, la prise en compte d'une note de participation orale lors des séminaires

et la qualité rédactionnelle du compte rendu.

DEVN31130

Négociation et démocratie locale

Objectifs :

Le cours aborde les processus de décision publics en matière d'aménagement du territoire et de gestion des collectivités territoriales : projets, implantation d'équipements ou agrandissement d'infrastructures de gestion des déchets, transports en commun, aéroports, ports, etc. Ces processus de décision comptent parmi les plus complexes aujourd'hui, au sens où ils font intervenir de nombreux acteurs (représentants de l'Etat, des collectivités territoriales, des entreprises, des habitants, associations de défense de l'environnement, etc.) ayant chacun des intérêts et motivations de nature différente : que devient alors le concept d'Intérêt Général ? Peut-on encore opposer intérêt général et intérêts dits particuliers ? L'enjeu devient plutôt de permettre le dialogue, la concertation, la négociation entre acteurs et de favoriser la recherche commune de solutions. Aussi ces processus de décision sont-ils des terrains de négociation privilégiés.

Thèmes abordés :

Après avoir étudié l'évolution de ces processus depuis les années 60, les étudiants participent à la simulation d'une concertation sur un projet particulier, tiré d'un cas réel : celui de l'autoroute A104 qui doit relier Cergy et Orgeval. La simulation consiste en un jeu de rôles multimédia, « La Francilienne », qui permet aux étudiants de faire l'expérience d'un processus de décision conflictuel et d'apprendre progressivement à le gérer, grâce à l'acquisition de concepts et méthodes de négociation et de médiation. L'expérience individuelle et collective des étudiants est analysée, entre autres, grâce à des concepts psychologiques et socio-psychologiques. Les concertations,

négociations et médiations expérimentées deviennent ainsi pour les étudiants des opportunités de développement personnel (connaissance de soi permettant de meilleures interactions avec autrui).

Pédagogie :

Le cours fera appel à des méthodes variées : exposés, études de cas et jeu de rôles multimédia.

Evaluation :

La note finale sera individuelle.

Un quiz permettra d'évaluer l'analyse de l'expérience de l'étudiant dans le cadre du jeu de rôles et ses réponses à quelques questions de cours.

DEVN31140

Atelier de négociation

Objectifs :

- Gérer les dimensions et tensions liées aux personnes, aux processus et aux problèmes de fond en négociation ;
- Accroître les compétences analytiques et interpersonnelles des participants aux négociations ;
- Aider les participants à mieux préparer, conduire et rendre compte des négociations, les leurs et celles des autres.
- Développer les compétences d'écoute et de parole actives ;
- Elaborer des stratégies pour les négociations internes et externes aux organisations ;
- Prendre conscience des facteurs de succès et d'échec en négociation ;
- Maîtriser les concepts et outils de l'ouvrage Méthode de Négociation (2010).

Thèmes abordés et plan du cours :

Questionner avant d'agir ; Préparer avant de négocier ; L'essentiel avant l'évident en matière de processus ; Ecouter avant de parler ; Développer des solutions créatrices de valeur avant de répartir la valeur créée ; Structurer le mandat interne avant de gérer les interactions externes ; Reconnaître les émotions avant de

chercher des solutions aux problèmes de fond ; Approfondir la méthode avant d'approcher les différences culturelles ; Bâtir les coalitions avant de mener des négociations multipartites ; Synthèse et quiz.

Pédagogie :

Outils conceptuels – Corpus interdisciplinaire des théories classiques (Callières, Pecquet, etc.) et contemporaines (Fisher & Ury, Lax & Sebenius, Mnookin, Susskind, Brett) : apports philosophiques et historiques, psychologie sociale et cognitive, théorie des jeux, sociologie des organisations, etc.

Préparation, simulation, réflexion et structuration. Cet atelier pratique se fonde sur la préparation des cas par les étudiants, sur leur implication dans des jeux de rôle et sur des discussions facilitées par l'intervenant, lequel en fin de session résume les apports théoriques.

Evaluation :

La note finale se décompose en trois parties :

- Une note de quiz (50 %). Le quiz a lieu durant la dernière session du séminaire et porte sur l'intégration des concepts, ainsi que sur leur application dans les diverses simulations. Il suppose une lecture approfondie de l'ouvrage *Méthode de négociation* (A. Lempereur et A. Colson).
- Une note de participation (30 %). Elle est fondée sur la préparation aux séances et sur les interactions en séance ;
- Une note de fiche (20 %) réalisée à partir de l'analyse d'un documentaire reprenant des négociations réelles.

DEVN31141 Negotiation Workshop

Objectives:

- Understanding the dimensions and tensions relating to people, process and problems in negotiation;
- Developing the participants' analytical and interpersonal skills in negotiation;
- Helping participants better prepare, manage and debrief negotiation sessions, theirs and those they witness;
- Increasing their competencies in active listening and speaking;
- Elaborating strategies for negotiations within and outside their organization;
- Raising awareness of success and failure factors in negotiation;
- Managing the tools and concepts of *The First Move. A Negotiator's Companion* (2010).

Topics:

Questioning your strategy before acting ; Preparing before negotiating; Structuring the process before problem-solving; Listening before; Creating value before distributing value; Structuring the mandate behind the table before managing the interactions at the table; Managing emotions before problem-solving; Deepening methods before addressing cultural differences; Building coalition before dealing with multilateral negotiations; Synthesis and quiz.

Teaching method:

Conceptual tools – Interdisciplinary corpus of classical theories (Callières, Pecquet, etc.) and contemporary research (Fisher & Ury, Lax & Sebenius, Mnookin, Susskind, Brett): philosophical and historical inputs, social and cognitive psychology, game theory, sociology of organizations, etc.
Preparation, simulations, debriefing and summaries – This practical workshop is based on the preparation of role plays by the students, on their involvement in these simulations and on the discussions that follow, which are facilitated by the

instructor, who, at the end of each session, summarizes the key theoretical lessons.

Grading pattern:

The course grade is based on three elements:

- A final quiz (50 %). It takes place during the last session of the seminar and checks the understanding of concepts and their application in the different role plays.
It requires a thorough reading of the book *The First Move. A Negotiator's Companion*;
- Participation (30 %), based on the preparation of the sessions (2 memoranda) and the interactions in class;
- A short synthesis (20 %) on the basis of a video document.

DEVN31230 Géopolitique et grands enjeux de la mondialisation

Objectifs :

Ce cours a pour objectif de fournir aux étudiants les clefs de compréhension des grandes transformations à l'œuvre dans les relations internationales contemporaines. Il souligne les grandes lignes d'inflexion du système international et des rapports internationaux depuis la fin de la guerre froide. Il permettra aussi d'étudier les transformations qui ont profondément modifié l'environnement des grandes entreprises et des activités économiques en général. Outre le basculement du monde opéré par les puissances émergentes, le cours mettra l'accent sur les nouveaux enjeux autour du contrôle des ressources, du cyberspace et de l'environnement. Le cours se conclura sur le sens et les orientations de la globalisation économique et les tensions et crises inhérentes à la mondialisation.

Thèmes abordés :

- Géopolitique mondiale : les facteurs et les problématiques ;
- Le système international : évolution et nouveaux rapports de force ;
- Crises, conflits et guerres : les ressorts de la conflictualité. Etudes de cas ;
- La place des Etats-Unis dans le monde.
- L'Union Européenne est-elle une puissance ?
- Les puissances émergentes ;
- Les religions dans le monde : entre influence et conflits ;
- Environnement, contrôle des ressources et cyberspace ;
- Réguler la mondialisation ?
- Les enjeux de la transition énergétique.

Pédagogie :

Le cours repose sur une pédagogie progressive présentant dans un premier temps les concepts fondamentaux du système international, puis abordant les rapports internationaux et le jeu des Puissances avant de s'interroger sur les thématiques transversales de la mondialisation. Cette approche se doublera d'échanges interactifs basés sur la connaissance de textes essentiels ainsi qu'un commentaire de l'actualité internationale. Exposés et travaux individuels et collectifs sur des thématiques à approfondir.

Evaluation :

- pour 75 %, une synthèse écrite sur un sujet de géopolitique ; le détail de cette évaluation écrite sera donné au début du séminaire
- pour 25 %, une note reflétant votre participation active aux discussions en classe.

DEVN31241

Advanced Negotiation Workshop

Prerequisite – cf.: tables

Objectives:

- Implementing, and going beyond, the key learnings of the Negotiation Workshop (Atelier de négociation) which constitutes a prerequisite for this one.
- Overcoming deadlocks and stalemates in complex negotiations.
- Managing effectively multilateral negotiations.
- Increasing participants' competencies in intercultural negotiations.
- Knowing better the psychological and tactical sources of influence in negotiation.
- Being an effective analyst of real-life business negotiations.

Topics and course agenda:

An interactive refresher on negotiation practice and theories ; Influence & Psychology in Negotiation Processes ; Overcoming Deadlocks on Process (I) ; Overcoming Deadlocks on Process (II) ; Overcoming Stalemate on Problem ; Managing a Multilateral Negotiation ; Cross-Cultural Negotiation (I) ; Cross-Cultural Negotiation (II) ; Application Session / Analysis of Real Cases ; Synthesis and quiz.

Teaching method:

- **Preparation, simulations, debriefing and summaries** – This advanced workshop is based on the preparation of negotiation simulations by the students, on their involvement in these simulations and on the discussions that follow, which are facilitated by the instructor, who, at the end of each session, summarizes the key theoretical lessons.
- **Conceptual tools** – Interdisciplinary corpus of contemporary theories and research (Brett, Druckman, Lewicki, Zartman, etc.): political science, history, psychology, game theory, sociology of organizations, etc.

- **Guest speakers** – may be invited (agenda permitting) to share their negotiation experience.

Grading pattern:

- The course grade is based on three elements:
- Participation based on the preparations of the sessions and the interactions in class (25 %).
- A final quiz (25 %). It takes place during the last session of the seminar and checks the understanding of concepts and their application in the different role plays.
- A report hand in later, analysing either a major book on negotiation (a list will be provided), or a real-life business negotiation (mini-case study) (50 %). Best reports will be released on ESSEC IRENE's website (www.essec-irene.com).

DEVN31262

Atelier de médiation

Objectifs :

- Prendre conscience du rôle de la médiation dans la gestion des conflits – des interactions familiales au contexte international, en passant par la vie quotidienne des organisations.
- Mettre en œuvre les principes et outils du médiateur.
- Développer une méthode efficace de facilitation et de responsabilisation, de structuration des principes et des étapes, de questionnement et d'écoute, de créativité et de création de valeur.
- Maîtriser les concepts et outils pour comprendre le périmètre de la médiation, ses principes structurants, son processus, ses techniques pour approfondir le passé et développer des pistes de solution pour le futur.
- Surmonter des pièges possibles dans la recherche d'un accord et dans la restauration d'une relation.
- Prendre la mesure des défis éthiques de la médiation.

Thèmes abordés et plan du cours :

Le périmètre de la médiation ; La pertinence de la médiation ; Le processus de la médiation ; Le positionnement du médiateur ; Du passé au présent ; présent au futur ; Les principes éthiques du médiateur ; Les pièges du médiateur ; La pluralité de médiation ; Synthèse et quiz.

Pédagogie :

Méthode théorique et pratique fondant une médiation opérationnelle
Préparation, simulation, réflexion et structuration. Cet atelier pratique se fonde sur la préparation des cas par les étudiants, sur leur implication dans des jeux de rôle et sur des discussions facilitées par l'intervenant, lequel en fin de session résume les apports théoriques.

Evaluation :

La note finale se décompose en deux parties :

- Une note de participation (50 %). Elle est fondée sur la préparation aux séances et sur les interactions en séance.
- Une note de rapport final (50 %). Après validation de son choix de sujet auprès du responsable du cours, chaque étudiant approfondira, dans un rapport final de 6 pages, un thème qui attestera de sa compréhension individuelle des concepts du cours et de l'ouvrage *Méthode de médiation*.

DEVN31263

Mediation Workshop

Objectives:

- Illustrating the role of mediation in conflict management – from family disputes to international crises, via the daily life of organizations.
- Putting into practice the mediator's principles and tools.
- Developing an efficient method of facilitation and empowerment, structured around principles and steps, including questioning and listening, creativity and value creation.

- Mastering the concepts and tools necessary to understand the perimeter of mediation, its structuring principles, its process and the techniques necessary to address past issues and develop possible solutions for the future.
- Overcoming possible traps on the way toward settlement and reconciliation.
- Assessing the ethical challenges of mediation.

Topics:

Mediation's Perimeter ; Mediation's Pros and Cons ; The Mediation Process ; The Mediator's Positioning ; From the Past to the Present ; From the Present to the Future ; The Mediator's Ethical Principles ; Avoiding Traps in Mediation ; The Plurality of Mediation ; Synthesis and Quizz.

Teaching method:

A theoretical and practical method aiming at an operational mediation
Preparation, simulations, debriefing and summaries. This practical workshop is based on the preparation of role plays by the students, on their involvement in these simulations and on the discussions that follow, which are facilitated by the instructor, who, at the end of each session, summarizes the key theoretical lessons.

Grading pattern:

The course grade is based on two elements:

- Participation (50 %): based on the preparations of the sessions and the interactions in class.
- A final report (50 %): each student needs to choose a topic, to validate his choice with the instructor and to produce a six-page report, aiming to demonstrate his/her individual understanding of the concepts developed throughout the course and the book *Méthode de Médiation*.

DEVN31300

Dialogue entre parties prenantes et co-développement dans les pays émergents

Présentation :

La contribution des entreprises, en particulier des multinationales, au développement des zones, notamment de grande pauvreté, où elles mènent des opérations est un sujet controversé : de quoi faut-il rendre les entreprises responsables ? Quelles sont leurs responsabilités vis-à-vis de quelles parties prenantes ? Comment mesurer la qualité de cette interaction, et trouver des pistes d'amélioration du dialogue entre parties prenantes afin de prévenir les conflits et favoriser les logiques coopératives ? A partir d'une typologie des différents domaines de responsabilité des entreprises (économique et financière, sociale, sociétale et environnementale, politique), le cours s'efforcera de mettre en évidence les conditions d'un dialogue fécond entre parties prenantes et d'une contribution pérenne des entreprises au développement local, aussi bien que national et mondial. Les analyses théoriques s'appuieront sur des enquêtes qualitatives et quantitatives réalisées dans le cadre du programme CoDev auprès des filiales de différents groupes dans des pays du Sud (Total au Nigeria, Rio Tinto Alcan au Ghana, Veolia et Michelin en Inde, Danone en Indonésie et au Mexique) dans le cadre de partenariats avec ces entreprises ainsi qu'avec des ONG (CCFD) et agence publique de développement (AFD). Le cours vise à fournir des outils théoriques aussi bien qu'à visée opérationnelle aux étudiants, en vue de renforcer leurs capacités de management responsable dans des marchés complexes.

Objectifs :

1. Gérer les processus :
Les étudiants maîtriseront les concepts et les théories relatifs à la responsabilité sociétale des entreprises

et en particulier au dialogue entre parties prenantes, afin d'allier avec efficacité connaissances théoriques et expériences pratiques.

2. Savoir-faire face à la complexité :
Les étudiants feront preuve d'une réelle aptitude à comprendre et résoudre des situations et des problèmes de management complexes en appliquant des compétences analytiques, en créant des solutions innovantes, en prenant et en déployant des décisions, à travers des études de cas liées aux recherches menées par le programme CoDev auprès de différentes filiales dans différents pays du Sud.
3. Développer son sens du leadership :
Les enjeux liés à la contribution des entreprises au développement dans des marchés complexes impliquent des engagements forts de la part des dirigeants animés d'une vision, capables de se remettre en cause et soucieux de prendre des décisions en intégrant le point de vue d'autres parties prenantes. Les étudiants seront aidés à prendre de la hauteur tout en s'impliquant très concrètement dans la réflexion sur des questions concrètes, impliquant différents acteurs et notamment des personnes en situation de vulnérabilité, dans une approche collaborative.
4. Intégrer les enjeux sociétaux :
Les étudiants montreront des aptitudes à intégrer les préoccupations culturelles et éthiques dans leur pratique professionnelle. C'est l'objectif central de ce cours.

Pour atteindre ses objectifs, le cours conjuguera :

- Des apports théoriques (au croisement de la philosophie morale et politique, de l'économie et du management) ;
- Des mises en situation concrète grâce à des cas pratiques ;
- Des exercices ponctuels mettant en lumière des aspects spécifiques;

- Le partage d'expérience entre participants, et entre participants et animateur, grâce à une approche très interactive du cours.

Evaluation :

- Une synthèse écrite de vos principaux apprentissages personnels, en établissant des liens avec les concepts présentés dans l'ouvrage *Ethique et entreprise* (Atelier, 2015) ; pour la dernière séance et donnera lieu à un échange (50 %) ;
- Un travail de groupe réalisé à partir de l'analyse d'une des études de cas (30 %) ;
- Une note reflétant votre participation active aux exercices et aux discussions en classe (20 %).

DEVN31401

Negotiate Business Deals in China: A Cross-Cultural Perspective

Given on the ESSEC Campus in Singapore

Objectives:

- Understanding how culture impacts the negotiator's behavior
- Knowing negotiation and - communication tensions inherent to a cross-cultural environment
- Developing operational responses, both in the preparation of negotiations, and at the negotiation table
- Having comprehension of the historical and cultural context influencing Chinese negotiating behaviors
- Learning how Chinese people communicate and decode what they really want to say
- Gaining the knowledge about how to influence Chinese people and their organizations: 5 key words and 12 negotiation implications
- Knowing the motivations and interests Chinese people value, the negotiation strategies and tactics used the most often in the Chinese business world

Topics and course agenda:

How culture impacts negotiation; The *Process* Dimension of cross-cultural negotiations; The *People* Dimension of cross-cultural negotiations; *Problem* Dimension of cross-cultural negotiations; Historical and Cultural Influences on Chinese negotiation; The *Process* Dimension of Chinese negotiation; *People* Dimension of Chinese negotiation; The *Problem* Dimension of Chinese negotiation

Teaching method:

- **Preparation, simulations, debriefing and summaries** – This advanced workshop is based on the preparation of negotiation simulations by the students, on their involvement in these simulations and on the discussions that follow, which are facilitated by the instructor, who, at the end of each session, summarizes the key theoretical lessons.
- **Conceptual tools** – Interdisciplinary corpus of contemporary theories and research: political science, history, psychology, game theory, sociology of organizations, etc.
- **Grading pattern:**
- The course grade is based on two elements:
- Participation based on the preparations of the sessions and the interactions in class (50 %).
- A professional project hand in later (50 %). Best projects will be released on ESSEC IRENE's website (www.essec-irene.com).

Les professeurs du département / Faculty Department Members

Pôle Droit / Law



Viviane de BEAUFORT, professeur
Co-directrice du Centre Européen de Droit et d'Economie (CEDE)
Co-directrice de la filière Droit
Responsable de la filière Prep-ENA
Doctorat en Droit des Communautés Européennes, Paris I- Panthéon-Sorbonne – D.E.S.S. Droit des Communautés Européennes, Université Paris I- Panthéon-Sorbonne – Maîtrise en Sciences Politiques, Université Paris X- Nanterre – Diplôme du Centre Universitaire d'Etudes des Communautés Européennes, Université Paris I-Panthéon-Sorbonne
A l'ESSEC depuis 1992



Hugues BOUTHINON-DUMAS, professeur associé
Habilitation à diriger des recherches, Ecole de droit de la Sorbonne
Doctorat en Droit Privé, Université Paris Dauphine – D.E.A. en Droit du Patrimoine Privé, Université Paris I-Panthéon-Sorbonne – D.E.A. en Philosophie du Droit - Université Paris II-Assas – Agrégation de Sciences Economiques et Sociales – Ecole Normale Supérieure de Cachan
A l'ESSEC depuis 2008



Jacques DELGA, professeur honoraire
Doctorat d'Etat en Droit, Paris I-Panthéon-Sorbonne – D.E.S.S. Droit des Affaires, Université Paris II-Assas – Professorat de Sciences et Techniques Economiques (CAPET STE) – Avocat à la Cour d'Appel de Paris
A l'ESSEC depuis 1990



Geneviève HELLERINGER, professeur associé
Co-Responsable du département Droit et Environnement de l'Entreprise – Pôle droit
Co-directrice de la filière Droit
Co-directrice du Centre for Commercial Contracts, Arbitration and Dispute Resolution – Juris doctor, Columbia University –
Doctorat en droit, Université Paris I Panthéon-Sorbonne –
M2 droit des contrats et des biens, Université Paris I Panthéon-Sorbonne –
M2 sociologie juridique, Université Paris II Panthéon-Assas –
MSc Psychologie, Oxford University – Diplôme ESSEC – Institut d'Etudes Politiques – Avocate aux barreaux de New York et de Paris – Médiatrice certifiée en matière civile et commerciale.
A l'ESSEC depuis 2006



Olivier de TISSOT, professeur honoraire
Doctorat d'Etat en Droit Privé, Université de Nice – Lauréat de la Faculté de Droit de Nice – D.E.S. en Droit Privé, Université de Nice – D.E.S. en Sciences Criminelles, Université d'Aix-en-Provence – Diplôme HEC A l'ESSEC depuis 1984



Andreas von GOLDBECK, professeur assistant
Co-directeur du Centre for Commercial Contracts, Arbitration and Dispute Resolution
PhD in European Law, University of Cambridge – Trinity College
A l'ESSEC depuis 2015

Pôle Environnement de l'Entreprise / Business Environment



Kévin ANDRÉ, professeur assistant
Doctorat en sciences de gestion, Université Paris-I Panthéon-Sorbonne
DEA de philosophie, Université Paris-I Panthéon-Sorbonne
Diplôme ESSEC
A l'ESSEC depuis 2015



Laurence de CARLO, professeur
Titulaire du Centre CONNECT (Concertation, Négociation, Environnement, Conception et Territoires)
PhD en Aménagement, Université de Montréal – Diplôme d'Ingénieur, INSA de Lyon – Mastère Spécialisé en Gestion Marketing, Groupe ESSEC
A l'ESSEC depuis 1994



Aurélien COLSON, professeur associé
 Directeur de l'Institut de Recherche et d'Enseignement sur la Négociation (IRENÉ)
 Responsable de la filière Négociation et gouvernance internationale
 Doctorat de Science Politique, Université Paris V-Descartes,
 PhD in International Relations, University of Kent, Royaume-Uni – Diplôme ESSEC – Master in International Conflict Analysis, University of Kent – Diplôme Institut d'Etudes Politiques de Paris
 A l'ESSEC depuis 2005



Patrice NOISETTE, professeur enseignant associé
Co-responsable du département Droit et Environnement de l'entreprise – Pôle Environnement de l'entreprise
 Responsable pédagogique du Mastère Spécialisé Management Urbain et Immobilier (MS MUI)
 Doctorat d'urbanisme, Université Paris VIII – Diplôme ESSEC
 A l'ESSEC depuis 2011



Anne-Claire PACHE, professeur associé
 Titulaire de la chaire Philanthropie
 PhD in Organizational Behavior, INSEAD – Master in Public Administration, Harvard University – Master in Urban Planning, Ecole Nationale des Ponts et Chaussées – Diplôme ESSEC
 A l'ESSEC depuis 2010



Alain SALLEZ, professeur honoraire
 Doctorat en Economie et Administration des Entreprises, Faculté de Droit et des Sciences Economiques, Paris I – MBA, Wharton School of Finance, University of Pennsylvania – Eisenhower Foundation fellowship – Diplôme ESSEC
 A l'ESSEC depuis 1969



Thierry SIBIEUDE, professeur enseignant
Directeur académique du Campus de Rabat
 Directeur académique de l'ESSEC IIES (Institut de l'Innovation et de l'Entrepreneuriat Social)
 Titulaire de la chaire Entrepreneuriat Social
 Doctorat en Géographie et Gestion de l'Environnement, Université Paris IX-Dauphine – Maîtrise en Gestion, Université Paris IX-Dauphine – Licence en Droit, Université Paris X-Nanterre
 A l'ESSEC depuis 1996



Marwan SINACEUR, professeur
 PhD in Organizational Behavior, Stanford University – Master in Management, ESCP, Paris
 A l'ESSEC depuis 2015



Franck VALLERUGO, professeur enseignant
 Titulaire de la chaire d'Economie Urbaine
 Doctorat en Urbanisme et Aménagement, Université Paris I-Panthéon-Sorbonne – Diplôme d'ingénieur ENSCP – Diplôme ESSEC
 A l'ESSEC depuis 2000

Pôle immobilier / Real Estate



Ingrid NAPPI-CHOLET, professeur
 Titulaire de la chaire Immobilier et Développement Durable
 Responsable de la filière Immobilier RICS
 Habilitation à Diriger des Recherches en Sciences de gestion, Paris Dauphine – Habilitation à diriger des Recherches en Aménagement-Urbanisme, Sciences-Po Paris – Doctorat en Sciences Economiques, Université Paris XII-Val-de-Marne
 A l'ESSEC depuis 1995

Les chargés de cours / Adjunct Lecturers

Cette liste est donnée sous réserve de changements.

Pôle Droit

Anne-Sophie BARTHEZ – Anne-Cécile BERNET – Eric BOURLION – Emmanuel BREEN – Olivier CAHN – Frederick DULLES – Hervé DUPONT – Fabrice EPSTEIN – Roxana FAMILY – Eric FOUCHE – Marie-Hélène GAMBIER – Constance de GARIDEL – Bruno GIRARD – François GORDON – Yves-René GUILLOU – Olivier HUYGHUES-DESPOINTES – Dominique KRIEF – Florence LETESSIER – Gilles LHUILIER – David LUSSIGNY – Michèle MERGUI – Ishem METIDJI – Marc-Philippe MONTEIL – Fabrice NAFTALSKI – Silke ROCHELOIS – Thibaut de SAINT SERNIN – Franck SEKRI – Nicolas SPITZ – Emmanuel DAOUD – Nicolas BAIETTO – Aurélien CHARDEAU – Katrin DECKERT – Alexandre AVRILLON – Matthieu CHAVANNE – Benoît HUET – Judith LAVEDRINE – Cosima OUHIOUM – Louis JANICOT – Edouard SIMON

Pôle Environnement de l'Entreprise

Eric ARDOUIN – Imen BENHARDA – Linda BENRAÏS – Hervé BOURDAIS – Ta-Wei CHAO – Laure COLLIEX – Thierry GADAUD – Arthur GAUTIER – Frédéric KLETZ – Séverine LEBRUN-KUAN – Trinh LEDUYEN – Joseph MAÏLA – Francesco MARCHI – Cécile RENOUARD – Damien ROBERT – Fahimeh ROBIOLLE – Anne-Lise RODIER – Frans SCHRAM – Elodie PARIER – Guy KAUFFMANN – Edouard DEQUEKER – Antoine MEFFRE – Hélène CLOEZ – Sidonie FRAICHE-DUPEYRAT

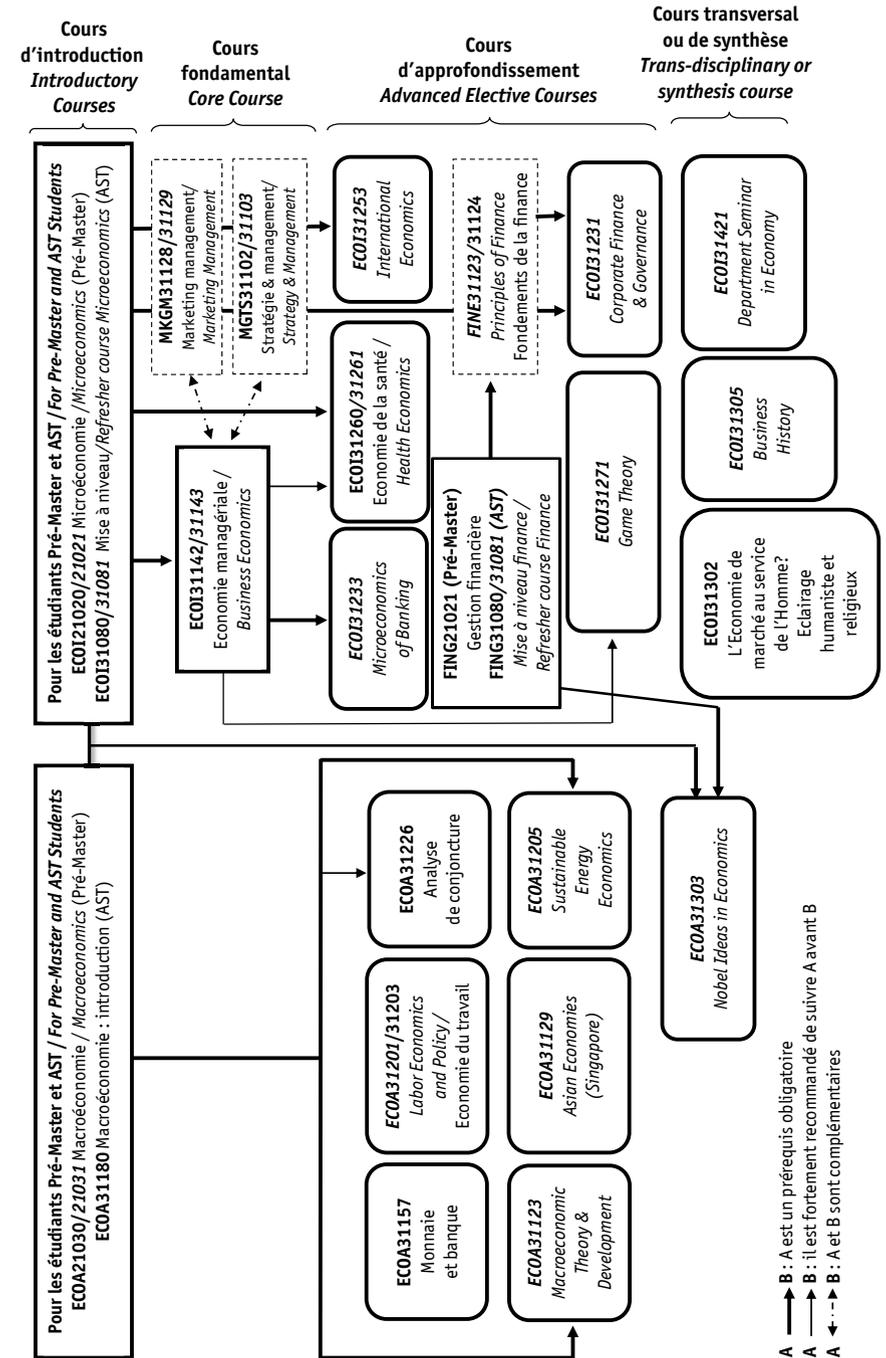
Economie / Economics



Professeur responsable de département / *Department Head* : Radu VRANCEANU
 Assistante / *Assistant* : Léa SITBON

La science économique a pour objectif d'étudier les choix des individus et des organisations en fonction du contexte des marchés et les « équilibres » qui en résultent. Pour bien comprendre l'évolution d'un secteur de l'économie dans laquelle ils s'insèrent et les conséquences des interventions des pouvoirs publics, les dirigeants doivent être initiés aux méthodes d'analyse de la discipline. Le département économie offre une solide initiation à ces méthodes d'analyse, ancrée dans les travaux de recherche de ses professeurs. Le département est affilié au centre de recherche THEMA CNRS. En Master, le cours fondamental obligatoire d'Économie managériale (*Business Economics*) vise à présenter de façon plus approfondie les stratégies (différenciation, tarification...) des entreprises dans différentes structures de marché en liaison avec le contexte légal. Les cours d'option permettent l'approfondissement de différents domaines généralement liés aux spécialisations des professeurs : Monnaie et banque, Économie du travail, Macroéconomie approfondie, Gouvernement d'entreprise, Économie internationale, etc. Une filière Économie est proposée aux étudiants intéressés par une carrière dans le conseil, les institutions internationales de régulation économique, financières et bancaires ou envisageant de poursuivre des études doctorales. Sous certaines conditions, il est possible de remplacer la dernière année du Master par la première année de PhD Economics en vue d'obtenir le Master 2 en Économie simultanément au diplôme ESSEC (voir le chapitre « Filières »).

Economics studies the choices of individuals and organizations and the resulting "equilibria" given the market conditions. To understand the trends of any economic branch in which they are involved and the consequences of government intervention, managers must have a good command of key principles of economic analysis. The Economics Department provides a solid training in these methods, grounded in the steady research output delivered by its faculty members. The Department is affiliated to the CNRS THEMA Research Center. The required core course for the Master program, Business Economics, takes a closer look at differentiation, pricing, and other business strategies in different market structures in conjunction with the legal environment. Optional courses provide further study in a variety of fields generally connected with areas of faculty specialization, including Money and Banking, Labor Economics, Advanced Macroeconomics, Corporate Governance, International Economics... An Economics Track is offered for students interested in a career in international organizations, economics research institutions, regulatory organisations, consulting, or for students who are planning to pursue doctoral studies. Under certain circumstances, a student may replace the last year of the Master with the first year of the PhD in Economics in order to receive a Master 2 in Economics at the same time as the ESSEC MSC (See chapter "Specialized Tracks").



MICROECONOMIE / MICROECONOMICS (ECOI)	Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoires / Mandatory prerequisite(s)	Prérequis Recommandé(s) / Recommended Prerequisite(s)	Equivalent(s) / Equivalent(s)
Cours de mise à niveau / Refresher course (Réservé aux étudiants admis sur titre / Reserved for the AST students)				
ECOI31080	G. Celik			ECOI31081 or ECOI21020 or ECOI21021
ECOI31081	G. Celik			ECOI31080 or ECOI21020 or ECOI21021
Cours fondamental / Core course				
ECOI31142	K. Lamiraud	ECOI21020 or ECOI21021 or ECOI31080 or ECOI31081		ECOI31143
ECOI31143	K. Lamiraud	ECOI21020 or ECOI21021 or ECOI31080 or ECOI31081		ECOI31142
Cours de gestion / Management course				
ECOI31231	P. Charléty	ECOI21020 or ECOI21021 or ECOI31080 or ECOI31081 and FINE31123 or FINE31124		
ECOI31233	A. Dosis	ECOI31142 or ECOI31143		
ECOI31253	G. Bertingieri	ECOI21020 or ECOI21021 or ECOI31080 or ECOI31081	IDS531161	ECOI31252
ECOI31260	K. Lamiraud	ECOI21020 or ECOI21021 or ECOI31080 or ECOI31081	ECOI31142 or ECOI31143	ECOI31261
ECOI31261	K. Lamiraud	ECOI21020 or ECOI21021 or ECOI31080 or ECOI31081	ECOI31142 or ECOI31143	ECOI31260
ECOI31271	G. Celik		ECOI31142 or ECOI31143	
ECOI31302	P. Langohr, P. Charléty			
ECOI31305	M. Guyot			
Séminaire / Seminar				
ECOI31421	M. Guyot			

In italic, courses taught in English.

Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.

Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.

MACROECONOMIE / MACROECONOMICS (ECO A)	Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoires / Mandatory prerequisite(s)	Prérequis Recommandé(s) / Recommended Prerequisite(s)	Equivalent(s) / Equivalent(s)
Cours de base / Basic courses				
ECO A31180	R. Vranceanu			ECO A21030
Cours de gestion / Management courses				
ECO A31123	E. Santacreu-Vasut	ECO A21030 or ECO A21031 or ECO A31180		
ECO A31129	N. Pepito			
ECO A31157	A. Fourçans			ECO A31203
ECO A31201	R. Vranceanu			ECO A31201
ECO A31203	R. Vranceanu			
ECO A31205	E. Santacreu-Vasut	ECO A21030 or ECO A21031 or ECO A31180		
ECO A31226	R. Vranceanu, M. Guyot		ECO A21030 or ECO A21031 or ECO A31180	
ECO A31303	E. Santacreu-Vasut, G. Celik	ECO I21020 or ECO I21021 or ECO I31080 or ECO I31081 and ECO A21030 or ECO A21031 or ECO A31180 and FING21021 or FING31080 or FING31081		

In italic, courses taught in English.

Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.

Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.

ECO31123 Macroeconomic Theory and Development

Prerequisite – cf.: tables

Objective:

This course studies the long run determinants of economic growth and development. In the first part, we study the core macroeconomic theories of economic growth. We apply these to study the East Asian growth miracle. In the second part, we focus on the role of institutions for economic development. In particular, we study how political, financial and legal institutions help or hamper growth. In the third part, we study the interaction between economic growth and broader aspects of society, such as inequality, poverty and the environment.

Topics:

Part I: Theories of Economic Growth (The Solow model, Human capital models, The model of Ideas)

Part II: Institutions and Growth (Legal, Financial and Political institutions)

Part III: Inequality, Poverty and the Environment

Teaching method:

The course will be based on a mix of articles, book chapters and lecture notes.

The readings are detailed in the course outline and are subject to change.

Grading pattern:

Grading is based on: Three problem sets (30 %), two memos (15 %), one group work (15 %) and a final exam (40 %).

ECO31129 Asian Economies

Given on the ESSEC Campus in Singapore.

Objective:

Over the last two decades, Asian economies have experienced robust economic activity and investment, underpinned by the combination of a highly favourable external environment and a buoyant domestic demand, in particular as a result of significant strength in business investment in many economies in the region.

This course will introduce students to the economic, political, and socio-cultural theories and frameworks for understanding the context of business in Asian economies, and the application of contextual knowledge to the decision-making processes of companies operating in the region. The course aims to provide participants with a framework, using Asian economies, for understanding the fundamentals of international business, from its roots in environmental intelligence on national environments, to the role of governments in encouraging and facilitating governments for enterprise. Through these, students are to develop a more holistic understanding of Asian economies, and Asian business. By the end of this course, participants will be able to obtain a deeper understanding of the political, economic, and socio-cultural systems in Asian economies, and internalize the role of political and socio-cultural factors in Asian business.

Course content:

Political dimensions (the ASEAN); economic dimensions (the prospects and challenges to growth in Asia, China's economic future; the prospects for the Indian economy; China's One Belt, One Road initiative; trade agreements); socio-cultural/socio-political dimensions (Asia's political dynasties)

Grading pattern:

The final grade includes three components: an individual learning journal (20 %); a project presentation (20 %); and a final exam (60 %).

ECO31157 Monnaie et banque

Introduction:

Ce cours d'économie monétaire analyse les théories monétaires et leurs applications pratiques pour nos économies modernes. La méthode proposée – qui fait le lien entre la théorie et la politique monétaires et plus généralement, la politique économique – permet une compréhension conceptuelle et

pratique des grandes questions monétaires et macroéconomiques d'aujourd'hui.

Thèmes abordés:

- Le rôle de la banque centrale, des banques, des ménages, des entreprises et des pouvoirs publics dans la détermination des variables monétaires telles que le taux d'intérêt et la monnaie.
- Les mécanismes de transmission du secteur monétaire vers la production et les prix.
- L'eurozone, avec l'euro, la Banque centrale européenne et la politique monétaire sont au cœur de l'analyse. Les questions internationales sont aussi incorporées.

Pédagogie :

Cours sur les grandes théories monétaires et macroéconomiques, en faisant le lien avec les questions économiques de tous les jours et les politiques suivies.

Evaluation :

Au choix :

- Un examen partiel vers le milieu du trimestre.
- Ou un projet de recherche théorique et/ou empirique (environ 40 % de la note).

Obligatoire pour tout le monde : un examen final (environ 60 % de la note).

ECO31180 Macroéconomie : introduction

Réservé exclusivement aux étudiants admis sur titre. Cours suivi avec les étudiants du cycle Pre-Master (ECO21030).

Objectifs :

Ce cours initie les étudiants aux représentations théoriques du fonctionnement de l'économie générale et des moyens de la politique économique, dans le cadre de l'intégration européenne et de l'ouverture internationale. L'accent est placé sur les modalités des politiques budgétaires et monétaires, sur les mécanismes par lesquels elles influencent les variables et les indicateurs fondamentaux : prix, salaires, activité, taux d'intérêt, taux de change, etc. Ces notions constituent un socle de connaissances pertinentes pour l'analyse critique du contexte économique dans lequel

les futurs managers seront amenés à prendre leurs décisions.

Thèmes abordés :

- Fonctionnement d'une économie en situation de crise : demande globale, consommation, investissement ; déficit public et gestion de la dette publique.
- Politique monétaire et politique budgétaire.
- Marché du travail.
- Echanges avec le reste du monde ; taux de change.
- Etude de l'efficacité de différentes politiques économiques en économie ouverte.

Pédagogie :

Théorie, applications, exercices.

Evaluation :

Quiz à la fin du cycle d'enseignement.

ECO31201 Labor Economics and Policy

Introduction:

Recent large macroeconomic crises have shown that an efficient organization of the labor market can help absorbing shocks, and vice-versa. High unemployment rates, affecting mostly the youth and the unskilled persons, high rates of long-term unemployment, modest job creation dynamics are still the norm in many developed and emerging economies. Furthermore, wages tend to move in disconnect with the business cycle, and globalization and technology are affecting the distribution of income in disrupting ways. Large migratory flows to Europe create additional tensions in the labor markets of the region.

This course aims at addressing these issues by presenting the key models of labor market analysis. While the perspective is essentially macroeconomic, with emphasis set on the determinants of employment, unemployment and the wage rate, most of the models have strong microeconomic foundations. Empirical studies that back (or falsify) theories will be brought into the picture. The purpose of the analysis being to provide students with tools to develop their own critical assessment of

the labor market situation in different countries, and to understand the policy reforms implemented or needed.

The class should be of interest to future managers aiming to improve their understanding of the macroeconomic environment, to students interested in careers in international economic organizations, or in macroeconomic advice and research.

Learning goals

- To understand the functioning of the labor market.
- Understand the determinants of employment, unemployment, and wages
- Develop skills needed to assess policy reforms implemented by various governments
- Strengthen skills in economic modelling and policy evaluation (with applications beyond labor markets)

Key subjects:

The neo-classical and Keynesian perspective. A summary of the elementary concepts specific to each of the two perspectives. Asymmetric information and signaling in the jobs' market.

The disequilibrium theory – quantity vs. price adjustments

The Phillips curve – one empirical regularity, three “conflicting” theories

- Efficiency wage theory
- Trade union models
- Job search models
- The matching model

Teaching method:

- Lectures
- Short country case studies elaborated by student in small groups
- Compulsory readings

Grading pattern:

- Written exam
- Participation (presence, case studies, involvement)

ECO31203

Economie du travail

Introduction :

Plus que jamais, il est important de connaître et comprendre les mécanismes qui régissent le marché du travail, les facteurs qui influent sur l'emploi et le salaire, de même que le rôle de la politique économique en matière de lutte contre le chômage. Le cours propose l'examen des principales théories contemporaines du marché du travail, en s'appuyant sur l'analyse des situations concrètes. Les étudiants intéressés par une carrière d'économiste dans le secteur public ou dans des organisations internationales y trouveront aussi matière à réflexion. La participation des étudiants aux débats est souhaitée et appréciée.

Objectifs :

- Comprendre le fonctionnement du marché du travail.
- Analyser l'efficacité des politiques économiques en matière de l'emploi.
- Renforcer les compétences en méthodologie économique.

Thèmes abordés :

Modèle néoclassique et keynésien, rappel des concepts élémentaires. La théorie du déséquilibre. Courbe de Phillips et arbitrage inflation-chômage. Salaire d'efficience, théorie des syndicats.

Le modèle de recherche d'emploi : équilibre partiel, équilibre complet.

Les processus d'appariement.

Pédagogie :

- Cours.
- Etude de cas courts élaborés et présentés par des groupes d'étudiants.
- Lectures obligatoires.

Evaluation :

- Examen en fin du cycle d'enseignement.
- Participation (exposés et présence obligatoire).

ECO31205

Sustainable Energy Economics

Prerequisite - cf.: tables

Objective:

The objective of the course is to introduce the students to the challenges and opportunities posed by the management of energy and its link to environmental issues.

Combining energy economics with environmental economics, we study energy in terms of strategic, institutional and social aspects using the tools of economic theory.

Topics:

Part I: Introduction

Part II: Energy markets

Part III: Institutional features

Part IV: Energy, environment and society

Teaching method:

The course will be based on a mix of articles, book chapters and lecture notes. The readings are detailed in the course outline and are subject to change.

Grading pattern:

Grading is based on: Final exam (60 %), two memos (30 %) and in class participation (10 %).

ECO31226

Analyse de conjoncture

Préquis - cf.: tableaux

Introduction :

Ce cours constitue un approfondissement de l'enseignement en macroéconomie et économie internationale. Son objectif est d'initier les étudiants au métier d'analyste de conjoncture (banques, sociétés de bourse, organisations internationales). Une partie du cours est consacrée à l'étude des politiques économiques. Pendant le trimestre les étudiants sont censés suivre de près l'actualité économique. On présentera des techniques de recherche d'informations économiques sur internet, d'utilisation et d'analyse des bases de données économiques et les grandes règles économiques. L'évaluation se fera sur un examen final et sur la base de rapports de conjoncture (pays ou actualité

macroéconomique) que les étudiants présenteront pendant les séances.

Normalement, les étudiants souhaitant s'inscrire ont déjà suivi un cours de Macroéconomie.

Objectifs :

- Méthode d'analyse de la réalité économique.
- Renforcement des compétences d'analyse économique.
- Préparation au métier de conjoncturiste.

Thèmes abordés :

Indicateurs et bases de données, éléments d'analyse keynésienne en économie ouverte, économie et politique monétaire, marché du travail, croissance, analyse du risque pays.

Pédagogie :

Cours, lectures obligatoires, exposés, débats.

Evaluation :

- Note examen de fin de cycle.
- Note exposés.
- Participation (présence obligatoire).

ECO31303

Nobel Ideas in Economics

Prerequisites - cf.: tables

Objectives:

This course will introduce the contributions of a selection of Nobel Prize laureates in economics. The course is organized via “team work.” This team includes faculty members from the economics department and from other departments such as the Finance department and IDS department. Each lecture will be taught by a different professor who will present the contribution of a different Nobel Prize winner.

Topics:

Introduction and learning goals of the Course Nobel Ideas in Economics by the course coordinators

- Nobel Prize 1970: Paul A. Samuelson - presented by Radu Vranceanu
- Nobel Prize 1985: Franco Modigliani - presented by Patricia Charley
- Nobel Prize 1997: Robert C. Merton - presented by Patrice Poncet
- Nobel Prize 2014: Jean Tirole - presented by Wilfried Sand-Zantman

- Nobel Prize 2001: George A. Akerlof, A. Michael Spence, and Joseph E. Stiglitz - presented by Anastasios Dosis
- Nobel Prize 1972: Kenneth J. Arrow - presented by Karine Lamiraud
- Robert E. Lucas, Jr (1995), Thomas J. Sargent (2011), Robert J. Shiller (2013) - presented by Guillaume Chevillon
- Nobel Prize 1974: Friedrich von Hayek - presented by Marc Guyot
- Nobel Prize 2002: Daniel Kahneman - presented by Frédéric Jenny

Teaching Method:

For each lecture, the professor(s) responsible for the material will present the analytical details of the laureate's work and connect them to familiar economic models and concepts.

Grading pattern:

Homework (30 %) and a final exam (70 %).

Bibliography:

The Nobel Prize website

http://www.nobelprize.org/nobel_prizes/economic-sciences/ is an excellent resource for getting both elementary and advanced information on Nobel Prize winners. The material there also provides a detailed biography for each of the laureate's work.

ECO131080

Mise à niveau Microéconomie

Cours de mise à niveau, réservé aux étudiants AST.

Objectifs :

Dans ce cours, nous étudions les éléments fondamentaux de la microéconomie, en insistant sur les marchés compétitifs.

Thèmes abordés :

- L'approche économique : introduction à l'analyse de l'offre et de la demande, (substituts et compléments, biens inférieurs et normaux, élasticité).
- Théorie du consommateur (préférences, utilité, budget, choix optimal, demande).
- Allocation intertemporelle (préférences intertemporelles, taux d'actualisation, taux d'intérêt, choix intertemporel).

- Choix en incertain (utilité espérée, aversion au risque, assurance).
- Théorie du producteur (court terme et long terme, minimisation des coûts, maximisation du profit, offre de l'entreprise et de l'industrie).
- Imperfection de marché (taxation, asymétries d'information).

Pédagogie :

- Cours.
- Manuel en ligne : *Introduction to Economic Analysis*, Preston McAfee, customized version for ESSEC.
- Assistanats.

Evaluation :

Exercices hebdomadaires (5 %), examen intermédiaire (40 %), examen final (55 %), participation et comportement en classe (généralement -1/0/+1 sur 20, plus de poids dans des cas particuliers).

ECO131081

Refresh Course Microeconomics

Refresher course, reserved for the AST students.

Objectives:

This course will cover the fundamentals of microeconomics with a focus on competitive behavior. Both theory and its applications to economic decisions are stressed.

Topics:

- The economic approach: Introduction to supply and demand analysis (substitutes vs. complements, normal vs. inferior goods, elasticities).
- Consumer theory (preference, utility, budget, optimal choice, demand).
- Allocation over time (time preference, discount factor, interest rate, inter-temporal choice).
- Choice under uncertainty (expected utility, risk aversion, insurance).
- Producer theory (short run vs. long run, cost minimization, profit maximization, firm and industry supply).
- Market imperfections (taxation, asymmetric information).

Teaching method:

- Lectures.
- Online textbook: *Introduction to Economic Analysis* by Preston McAfee, customized version for ESSEC.
- Tutorial sessions.

Grading pattern:

Grading is based on weekly problem sets (5 %), a midterm exam (40 %), a final exam (55 %) and classroom participation and behavior (generally -1/0/+1 out of 20, higher weight in special cases).

ECO131142

Economie managériale

Prérequis - cf. : tableaux. Cours fondamentale

Introduction :

Les décisions des dirigeants doivent se fonder sur une bonne connaissance de l'environnement économique de l'entreprise, défini au sens large comme un cadre légal et social, la structure du secteur, et un contexte d'ouverture internationale. Le cours d'Economie managériale fournit aux étudiants des outils analytiques issus de la microéconomie traditionnelle et de l'économie industrielle, qui leur permettront d'analyser de manière critique les faits stylisés et de mieux comprendre les enjeux de leurs futures responsabilités. Il est vivement conseillé d'acquies ces notions au début du cursus de MSc. Une connaissance préalable de la microéconomie est supposée.

Thèmes abordés :

Concepts de coûts et marchés compétitifs, externalités et marchés des droits à polluer, pouvoir de marché et monopole, stratégie de tarification, oligopole et théorie des jeux, rémunération des employés.

Pédagogie :

- Cours
- Lecture de documents

Evaluation :

Examen intermédiaire et examen final.

ECO131143

Business Economics

Prerequisite - cf.: tables. Core course

Introduction:

Management decisions should rest upon a clear perception of the firm's economic environment broadly understood as comprising a social and legal framework, a branch competitive situation, and an open international context. The course in Business Economics aims at providing students with relevant analytical tools derived from the existing tradition in microeconomics and industrial organization and with some of their real world illustrations, enabling them to build up lucid interpretations of the main facts, scope and circumstances of their future responsibilities. It is highly recommended to attend the course at the beginning of the MSc cycle. The course will assume knowledge of microeconomics at the undergraduate level.

Topics:

Cost concepts and competitive markets, externalities and pollution permits, market power and monopoly, pricing strategies, oligopoly and game theory, compensation.

Teaching method:

- Lectures
- Documents

Grading pattern:

Midterm exam and final exam. Participation is taken into account by some instructors.

ECO131231

Corporate Finance & Governance

Prerequisites - cf.: tables

Objectives:

In finance, decisions of firms are often examined under the implicit assumption that the objective is to maximize the value of capital invested by shareholders. In practice, the objective of management is broader than the valuation of shareholders' wealth. The separation of ownership (shareholders) and control (management) possibly leads to inefficiencies, and may hurt not only shareholders but also other

stakeholders and even the managers themselves.
Corporate governance mechanisms aim at limiting these inefficiencies.
This course aims at studying the main contributions of the academic literature to the understanding of these mechanisms in the light of the evolution of regulations and practice.

Topics:

- The market for corporate control
- Shareholder activism
- Management compensation
- Organization of the Boards of directors
- Objective of the firm: 'stakeholders' versus 'shareholders'.

Teaching method:

Readings will be distributed. The course will consist in:

- 1) Presentation of theories/empirical findings topic (professor)
- 2) Presentation of cases by students (by groups of three)
- 3) Testimonials by practitioners

Grading pattern:

Grading will be based on an individual exam (50 %), on class presentation (25 %) and paper (25 %).

ECO131233

Microeconomics of Banking

Prerequisite - cf.: tables

Objectives:

This course aims to introduce the students to banking from a microeconomics perspective. It will provide a formal exposition of economic modeling of banking activities and the role of banks as economic entities. Students will significantly improve their understanding of real-world banking activities and the role of banks in the financial system. Moreover, the students will acquire a feeling of the sources and consequences of inefficiencies in the banking sector and emphasis will be given on the regulation of the banking system and the financial service industry.

Topics:

Part I: The role of banks in the financial system (Liquidity provision, Insurance, Financial Innovation).

Part II: Financial Instability and Banking Regulation.

Teaching Method:

The material will be a mix of lecture notes, books chapters and articles. Throughout the course, we will try to emphasize real-world cases. The students will be asked to select a topic in order to develop a group assignment in teams of 4 or 5.

The teams will have regular meetings with the professor in order to verify their progress. At the end of the course, each team will give a brief presentation about the topic it selected.

Grading pattern :

Assignment (50 %), Mid-Term Exam (25 %), Final Exam (25 %).

ECO131253

International Economics

Prerequisite - cf.: tables

Introduction:

This course offers an introduction to international trade theory and develops the main tools for trade policy analysis. We start by studying the patterns of trade distinguishing between inter-industry and intra-industry trade flows. We then proceed to an in-depth analysis of the causes and the effects of those flows based on the concepts of absolute and comparative advantage, relative factor abundance and relative factor intensity, increasing returns to scale and imperfect competition. Finally, we will explore the effects of trade on economic growth and wage inequality, discuss the role of multinational corporations and foreign direct investment, and analyze countries motives for regulating international trade.

Topics:

Trade patterns; Ricardian model; Specific-Factors model; Heckscher-Ohlin model; trade and inequality; increasing returns; firms in the global economy; FDI, outsourcing, and

product fragmentation; industrial and trade policy.

Teaching method:

Lectures, articles, and in-class exercises.

Grading pattern:

Problem sets and class participation (30 %); Final Exam (70 %)

ECO131260

Economie de la santé

Pré requis - cf. : tableaux

Objectifs :

Ce cours applique les outils de l'analyse économique au marché des biens de santé.

Les objectifs du cours sont de :

- Permettre une meilleure compréhension des problèmes liés au financement et à la réforme des systèmes de santé auxquels font face les pays de l'OCDE.
- Montrer l'intérêt de l'analyse économique (en particulier des outils microéconomiques et économétriques) pour la compréhension du marché de la santé.

A la fin du cours les étudiants seront capables :

- D'appliquer des théories économiques à des situations concrètes liées au marché de la santé.
- D'analyser des données qualitatives et quantitatives dans le domaine de la santé.

Public ciblé :

- Etudiants intéressés par le secteur de la santé (assurance santé, industrie pharmaceutique, santé publique, gestion hospitalière, organisations internationales etc.).
- Etudiants des chaires Santé et Innovation Thérapeutique.

Thèmes du cours :

- Contexte : la croissance des dépenses de santé.
- La demande de santé et de capital santé.
- La demande et l'offre d'assurance santé (Compétition en assurance santé ; Comment justifier l'intervention de l'Etat en assurance santé ? Comportements des agents en présence d'assurance santé).

- Autres thèmes : économie de l'obésité, analyse économique de l'observance thérapeutique.

Pédagogie :

- Lectures.
- Participation en cours.

Evaluation :

- Examen final (100 % note)
- Examen écrit
- Durée : 3 heures
- Sans documentation

ECO131261

Health Economics

Prerequisite - cf.: tables

Objectives:

This course applies the tools of economics to the health care market. The goals of this course are to:

- 1) Improve the understanding of some of the major issues that societies with different institutional backgrounds are faced with, in relation to the design and financing of health care systems.
- 2) Demonstrate the use and usefulness of economic analysis, particularly microeconomics, as well as variety of statistical/econometric tools used to analyze the health care market and health care reforms.

By the end of the course, students should be able to:

- Apply theories to practical healthcare policy situations.
 - Demonstrate ability to analyze qualitative and quantitative data in the field of health economics.
 - Present theories and research findings orally.
- Targeted audience:
- MSc students interested in the health care sector (health insurance, drug companies, public health policy, hospital administration, international organizations etc).
 - Students of the Health Chair.
 - Students on exchange programs.

Topics:

As this course focuses on microeconomic and statistical/econometric tools and is primarily based on empirical examples from various health care systems, it illustrates and provides a greater understanding of the economic tools taught in economics classes, and complements existing courses in the Health Chair track.

- Background: the growth of health care expenditures.
- Does Economics Apply to Health Care?
- The Demand for Health Care and for Health Capital.
- Demand and Supply of Health Insurance (Basics of economics of uncertainty and risk theory; Competition and health plan choice; Agents's behaviors generated by Health Insurance systems; Why social health insurance?).
- Special issues: Economics of obesity; Economics of smoking.

Teaching method:

Readings, class participation, class presentations.

Grading pattern:

The final exam will make up 100% of the grade:

- Written examination
- Length: 3 hours
- No document allowed

ECO131271**Game Theory**

Prerequisite - cf.: tables

Objectives:

This course aims to provide a systematic introduction to game theory, the study of strategic interactions among "rational" decision-makers. Game theory proved to be a useful tool in helping us understand situations involving conflict and/or cooperation. It has been successfully applied in economics, finance, political science, law, and biology. Today, game theory is a crucial instrument in the toolbox of anyone interested in multi-person interactions taking

place in markets, firms, and other institutions.

Topics:

- Definition of Game, *Prisoner's Dilemma*
- Iterated deletion of dominated strategies
- *Nash equilibrium* in pure strategies
- *Nash equilibrium* in mixed strategies
- Uncertainty and Bayesian games
- Auctions
- Adverse selection and Signaling
- Sequential games: Theory
- Sequential games: Bargaining and negotiations

While covering these subjects, we will discuss various applications from economics and other social sciences.

Teaching method:

Students are responsible for attending the lectures, participating in classroom discussions, turning in the assignments, and reading the assigned documents.

Grading pattern:

Students' grades will be determined by their in-class participation (5 %), problem sets (5 %), the Midterm exam (35 %), and the Final exam (55 %).

Bibliography:

- As textbooks, we will use
- An Introduction to Game Theory by Martin J. Osborne (<https://www.economics.utoronto.ca/osborne/igt/>).
 - The Art of Strategy by Avinash K. Dixit and Barry J. Nalebuff (<http://www.artofstrategy.net/>)

ECO131302**L'Économie de marché au service de l'Homme ? Eclairage humaniste et religieux****Introduction/Objectifs :**

L'objectif de ce cours est de mettre en perspective les principes de l'économie de marché avec ses apports pour l'Homme. L'économie de marché et ses modèles ont permis un développement matériel immense, mais la question de son apport sur le développement humain reste posée.

Thèmes abordés :

Nous présentons l'anthropologie sous-jacente à l'économie de marché (« *L'Homo-Economicus* ») en la confrontant à d'autres anthropologies, issues de philosophies humanistes ou inspirées par les religions et spiritualités les plus représentées en Occident (Bouddhisme, Christianisme, Islam, Judaïsme). A partir des modèles abordés dans les cours de microéconomie, des piliers de l'économie de marché sont revisités : l'Homo-Economicus et les besoins fondamentaux de l'homme, prix de marché et prix moral, mesure de qualité de la vie, les rôles respectifs de l'État et du marché, salaire juste et rapport au travail, l'objectif de la firme et ses responsabilités, l'exploitation des ressources et le lien à la nature.

Pédagogie :

Le cours conjuguera des apports théoriques grâce au cours et à la lecture d'articles académiques en sciences sociales (économie, sociologie, philosophie) et de textes fondateurs religieux, des apports qualitatifs en format vidéo, des mises en situation concrète grâce à des exemples filmés et cas pratiques et des discussions de groupe.

Evaluation :

L'évaluation de chaque étudiant reposera sur un travail de synthèse d'articles originaux, d'un exposé à faire en groupe et sur la participation active des étudiants aux discussions.

ECO131305**Business History****Introduction/Learning outcomes:**

The objective of this course is to draw lessons from business history in the fields of:

- 1) Entrepreneurship, innovation and growth strategies;
- 2) Management and corporate structure;
- 3) Consumption and marketing techniques;
- 4) Banking and corporate finance.

The course is not a finance course, nor a strategy course, nor a marketing course but it allows the students to draw on their competencies within these areas. Students

can also expect to appreciate the concept of globalization and the interaction of business activities with various national and international environments stretching back to the ancient period.

Topics:

The course will focus on:

- The origin of capitalism in the antiquity and lessons drawn by ancient history;
- Merchant capitalism (the LP/GP relationship) and the transition to industrial capitalism;
- The consistency of entrepreneurship models and family companies' behaviour from the XIX^e century to today;
- Innovation economics and "Schumpeterian entrepreneurs";
- Corporate structure, strategy and M&A in an historical perspective;
- History of Banking and finance and recent transition to the "money-managers capitalism" era;
- Consumer behaviour and media economics from the XIX^e century to today.

Teaching method:

The approach is mainly thematic through industry and case studies. It focuses on the role played by entrepreneurs and managers in their historical context.

Students will work on many real case studies. They are expected to prepare the cases and read the articles that are indicated, and to actively participate in class

Grading pattern:

The three hours in-class final quiz will comprise a MCQ and one or two case studies.

Les professeurs du département / Faculty Department Members



Giuseppe BERLINGIERI, professeur assistant
PhD in Economics, London School of Economics, England
MSc in Economics, London School of Economics, England
A l'ESSEC depuis 2015



Gorkem CELIK, professeur
PhD in Economics, Northwestern University, Evanston, Illinois, USA
B.A. in Economics, Bilkent University, Ankara, Turkey
A l'ESSEC depuis 2009



Patricia CHARLEY, professeur
PhD in Finance, Wharton School, University of Pennsylvania
D.E.A. Economie, Diplôme Institut d'Etudes Politiques de Paris
Master of Finance and Economy, University of Pennsylvania
Diplôme ESSEC
A l'ESSEC depuis 1985



François CONTENSOU, professeur honoraire
Professeur agrégé en Sciences et Techniques de Gestion
D.E.S. de la Faculté de Droit et des Sciences Economiques de Paris
Diplôme ESSEC - Licence en Sciences Economiques
A l'ESSEC depuis 1972



Anastasios DOSIS, professeur assistant
PhD in Economics, University of Warwick, UK - M.Phil, Economics,
University of Athens - MSc Mathematics for Finance, Athens
University of Economics and Business
A l'ESSEC depuis 2013



André FOURÇANS, professeur éminent
PhD in Business Administration (Economy and Finance), Indiana
University - Doctorat d'Etat en Sciences Economiques, Université
de Paris II - MBA, University of Illinois - Ingénieur ESB, Paris
A l'ESSEC depuis 1974



Marc GUYOT, professeur enseignant
Doctorat en Sciences Economiques, Institut d'Etudes Politiques
de Paris - D.E.A. Relations Economiques Internationales, Institut
d'Etudes Politiques de Paris - D.E.S.S. Economie Industrielle,
Université de Franche-Comté
A l'ESSEC depuis 2007



Frédéric JENNY, professeur
Co-directeur du Centre Européen de Droit et d'Economie
Doctorat d'Etat en Sciences Economiques, Université Paris II-Assas
PhD in Economics, Harvard University
Masters in Economics, Harvard University - Diplôme ESSEC
A l'ESSEC depuis 1972



Karine LAMIRAUD, professeur associé
Vice doyenne
Responsable de la chaire Innovation Thérapeutique
PhD in Economics, Paris School of Economics and University of Lausanne - M.A. in Economics, Paris School of Economics - MSc in Economics, HEC Paris
A l'ESSEC depuis 2010



Patricia LANGOHR, professeur enseignant assistant
PhD in Managerial Economics and Strategy, Kellogg School of Management, Northwestern University - Diplom Volkswirtin, Humboldt-Universität zu Berlin, Germany - Maîtrise d'Economie appliquée, Université Paris IX-Dauphine
A l'ESSEC depuis 2006



Nona PEPITO, professeur assistant
Campus de Singapour
PhD in Economics, National University of Singapore - M.A. in Economics, University of the Philippines-Diliman - B.A. in Economics, Ateneo de Davao University, Philippines
A l'ESSEC depuis 2011



Gérard de POUVOURVILLE, professeur
Directeur de l'Institut d'Economie et de Management de la Santé
Titulaire de la chaire ESSEC-SANTE
Doctorat d'Economie et Administration des Entreprises, Université d'Aix-Marseille II - D.E.S en Sciences Economiques, Paris I - Diplôme d'Ingénieur, Ecole Polytechnique de Paris
A l'ESSEC depuis 2007



Estefania SANTACREU-VASUT, professeur associé
PhD in Economics, University of California, Berkeley
MSc in Economics, Universitat Pompeu Fabra - B.A. in Economics, Universitat Pompeu Fabra
A l'ESSEC depuis 2010



Cristina TERRA, professeur
PhD in Economics, Princeton University, Princeton, USA
M.A. in Economics, Princeton University, Princeton, USA
M.A. in Economics, PUC-Rio, Rio de Janeiro, Brazil
A l'ESSEC depuis 2015



Radu VRANCEANU, professeur
Responsable du département Economie
Doctorat en Sciences Economiques, Université Paris II-Assas D.E.A. Economie Appliquée, Institut d'Etudes Politiques de Paris
Habilitation à diriger des recherches, Université Paris I-Sorbonne
A l'ESSEC depuis 1994

Les chargés de cours / Adjunct Lecturers

Cette liste est donnée sous réserve de changements.

Thierry AIMAR - Catherine BILLARD - Xavier CARON - Arnaud FÉRAL - Sébastien LEMEUNIER - Philippe MACHOVER - Wilfried SAND-ZANTMAN - Franck BIEN - Caroline YEOH (*Singapour*) - Jérôme POUYET

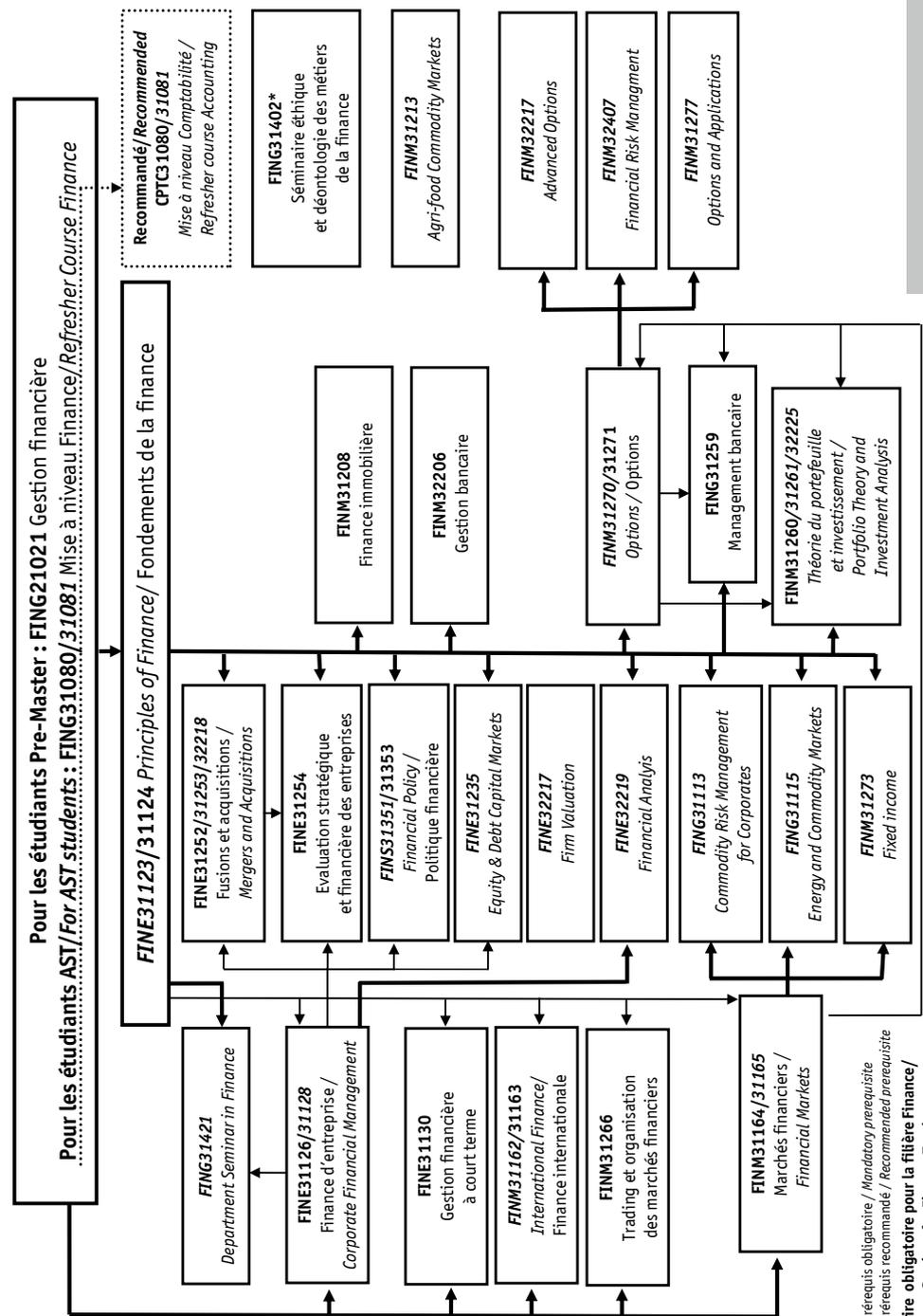


Professeurs co-responsables de département / *Department Co-Heads* : Michel BARONI, Andras FULOP
 Assistantes / *Assistants* : Esther BONVILLE, Corinne DEHER, Aurore MAUCOLIN,
<http://www.essec.fr/professeurs-et-recherche/les-departements/finance.html>

Le département Finance de l'ESSEC propose aux étudiants un ensemble de cours qui leur permet d'atteindre trois objectifs. Premièrement, se familiariser avec l'univers de la finance – son langage, ses institutions, les problèmes soulevés par cette discipline et les solutions qu'elle propose. Deuxièmement, assimiler les fondements théoriques de la finance en maîtrisant les modèles de prise de décision étudiés et en comprenant leurs limites. Finalement, acquérir des connaissances pratiques et institutionnelles qui aideront les étudiants à s'insérer dans la vie professionnelle. Le département Finance considère la partie théorique de l'enseignement comme fondamentale car constituant le meilleur moyen pour améliorer la compréhension des phénomènes réels et la qualité des prises de décision.

Le département offre une filière Finance qui récompense les étudiants ayant validé une sélection de cours à Cergy et/ou à Singapour (voir chapitre « Filières »). Cette filière est partenaire du CFA Institute. Les professeurs-chercheurs du département constituent un collectif de compétences dans des domaines-clés de la finance. Les axes principaux de recherche du département sont les suivants : Produits Dérivés, Gestion des Risques, Matières Premières, Gestion d'Actifs, Macro Finance, Microstructure des Marchés Financiers, Fusions et Acquisitions, Private Equity, Gouvernance d'Entreprise, Faillite et Réorganisation Financière, et Finance Immobilière. Les professeurs chargés de cours occupent des postes à haute responsabilité dans des entreprises et assurent des cours dans les domaines en relation avec leur compétence professionnelle.

ESSEC's Finance Department offers a set of courses enabling students to achieve three objectives. The first is to become familiar with the world of finance: its language, its institutions, the problems it raises and the solutions it proposes. The second is to acquire the theoretical foundations of finance by mastering the decision-making models studied and understanding their limitations. The third is to gain the practical and institutional knowledge that will help to launch their careers. The Finance Department considers the theoretical content of its courses fundamental, because theory is the best means to a better understanding of real phenomena and quality decision-making. The department offers a Finance Track for students having successfully completed a selection of courses taught in Cergy and/or in Singapore (see chapter "Specialized Tracks"). The Finance Track is offered in partnership with the CFA Institute. The department's research professors provide broad expertise in key areas of finance. Their main research focuses are Derivative Products, Risk Management, Commodities, Asset Management, Macro Finance, Financial Market Microstructure, Mergers and Acquisitions, Private Equity, Corporate Governance, Bankruptcy and Financial Reorganization, and Real Estate Finance. The adjunct lecturers occupy high-level positions in business and teach courses related to their areas of professional expertise.



FINANCE D'ENTREPRISE / CORPORATE FINANCE (FINE)	Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory Prerequisite(s)	Prérequis recommandé(s) / Recommended Prerequisite(s)	Equivalent(s) / Equivalent(s)
Cours fondamental / Core course				
FINE31123 <i>Principles of Finance</i>	J. Martel	FING21021 or FING31080 or FING31081		FINE31124
FINE31124 Fondements de la finance	J. Martel	FING21021 or FING31080 or FING31081		FINE31123
Cours de gestion / Management course				
FINE31126 Finance d'entreprise	J-M. Gaspar	FING21021 or FING31080 or FING31081	FINE31123 or FINE31124	FINE31128 or FINE32109
FINE31128 <i>Corporate Financial Management</i>	S. Atcot	FING21021 or FING31080 or FING31081	FINE31123 or FINE31124	FINE31126 or FINE32109
FINE31130 Gestion financière court terme	F. Longin	FING21021 or FING31080 or FING31081	FINE31123 or FINE31124	FINE31131
FINE31252 Fusions et acquisitions	F. Declerck	FINE31123 or FINE31124	FINE31126 or FINE31128	FINE31253 or FINE32218
FINE31253 <i>Mergers and Acquisitions</i>	J-M. Gaspar	FINE31123 or FINE31124	FINE31126 or FINE31128	FINE31252 or FINE32218
FINE32218 <i>Mergers and Acquisitions</i>	S. Atcot	FINE31123 or FINE31124	FINE31126 or FINE31128	FINE31252 or FINE31253
FINE31235 <i>Equity and dbt Capital Markets</i>	A. Fulop	FINE31123 or FINE31124	FINE31126 or FINE31128	
FINE31254 Evaluation stratégique et fin.	J-M. Gaspar	FINE31123 or FINE31124	FINE31126 or FINE31128 or FINE32109 and FINE31252 or FINE31253	
FINE32217 <i>Firm Valuation</i>	J. Martel	FINE31123 or FINE31124 and FINE31126 or FINE31128		
FINE32219 <i>Financial Analysis</i>	J. Martel	FINE31126 or FINE31128		

FINANCE GÉNÉRALE / GENERAL FINANCE (FING)	Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory Prerequisite(s)	Prérequis recommandé(s) / Recommended Prerequisite(s)	Equivalent(s) / Equivalent(s)
Cours de mise à niveau / Refresher course (Réservé aux étudiants admis sur titre / Reserved for the AST students)				
FING31080 Mise à niveau finance	F. Declerck		CPTC31080 or CPTC31081	FING31081
FING31081 <i>Refresher Course Finance</i>	R. Boulland		CPTC31080 or CPTC31081	FING31080
Cours de gestion / Management course				
FING31113 <i>Commodity Risk Mngt</i>	A. Roncoroni	FINE31123 or FINE31124 and FINM31164 or FINM31165		
FING31115 <i>Energy&C Markets & Products</i>	A. Roncoroni	FINE31123 or FINE31124 and FINM31164 or FINM31165		
FING31259 Management bancaire	F. Longin	FINE31123 or FINE31124	FINM31164 or FINM31165 and FINM31270 or FINM31271 or FINM32107	FING31251
Séminaire de département Finance / Finance Department Seminar				
FING31402 Séminaire éthique en finance*	J. Martel	FINE31123 or FINE31124	FINE31126 or FINE31128	
FING31421 <i>Department Seminar in Finance</i>	A. Fulop	FINE31123 or FINE31124	FINE31126 or FINE31128	

* Ce cours est obligatoire pour les étudiants admis en filière Finance. Il ne donne pas lieu à la validation d'une UV /
Mandatory course for students who follow the Finance Track. It does not give any credit.

In italic, course taught in English

**Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.
Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.**

FINANCE DE MARCHÉ / MARKET FINANCE (FINM)	Responsable(s) du cours/Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Prerequisite(s) Mandatory	Prérequis recommandé(s) / Prerequisite(s) Recommended	Equivalent(s) / Equivalent(s)
Cours de gestion / Management course				
<i>FINM31162</i> <i>International Finance</i>	S. Ramos	FING21021 or FING31080 or <i>FING31081</i>	<i>FINE31123</i> or <i>FINE31124</i>	<i>FINM31163</i> or <i>FINM32203</i>
<i>FINM31163</i> <i>Finance internationale</i>	S. Ramos	FING21021 or FING31080 or <i>FING31081</i>	<i>FINE31123</i> or <i>FINE31124</i>	<i>FINM31162</i> or <i>FINM32203</i>
<i>FINM31164</i> <i>Marchés financiers</i>	A. Roncoroni	FING21021 or FING31080 or <i>FING31081</i>	<i>FINE31123</i> or <i>FINE31124</i>	<i>FINM31165</i>
<i>FINM31165</i> <i>Financial Markets</i>	A. Roncoroni	FING21021 or FING31080 or <i>FING31081</i>	<i>FINE31123</i> or <i>FINE31124</i>	<i>FINM31164</i>
<i>FINM31208</i> <i>Finance immobilière</i>	M. Baroni	<i>FINE31123</i> or <i>FINE31124</i>	FING21021 or FING31080 or <i>FING31081</i>	
<i>FINM31213</i> <i>Agri-food Commodity Markets</i>	F. Declerck			
<i>FINM31260</i> <i>Portfeuille & investissement</i>	S. Ramos	<i>FINE31123</i> or <i>FINE31124</i>	FINM31164 or <i>FINM31165</i> and <i>FINM31270</i> or <i>FINM31271</i>	<i>FINM31261</i>
<i>FINM31261</i> <i>Portfolio & Investment</i>	S. Ramos	<i>FINE31123</i> or <i>FINE31124</i>	FINM31164 or <i>FINM31165</i> and <i>FINM31270</i> or <i>FINM31271</i>	<i>FINM31260</i>
<i>FINM32225</i> <i>Portfolio & Investment</i>	S. Ramos	<i>FINE31123</i> or <i>FINE31124</i>	FINM31164 or <i>FINM31165</i> and <i>FINM31270</i> or <i>FINM31271</i>	FINM31260, <i>FINM31261</i>
<i>FINM31266</i> <i>Trading & organis. des marchés</i>	L. Lescourret	FING21021 or FING31080 or <i>FING31081</i>	<i>FINE31123</i> or <i>FINE31124</i>	
<i>FINM31270</i> <i>Options</i>	P. Poncet, A. Roncoroni	<i>FINE31123</i> or <i>FINE31124</i>	FINM31164 or <i>FINM31165</i>	<i>FINM31271</i> or <i>FINM32107</i>
<i>FINM31271</i> <i>Options</i>	P. Poncet, A. Roncoroni	<i>FINE31123</i> or <i>FINE31124</i>	FINM31164 or <i>FINM31165</i>	<i>FINM31270</i> or <i>FINM32107</i>
<i>FINM31273</i> <i>Fixed Income</i>	A. Fulop	<i>FINE31123</i> or <i>FINE31124</i> and <i>FINM31164</i> or <i>FINM31165</i>		
<i>FINM31277</i> <i>Options & Applications</i>	P. Poncet, A. Roncoroni	<i>FINM31270</i> or <i>FINM31271</i>	FINM31164 or <i>FINM31165</i>	

FINANCE DE MARCHÉ / MARKET FINANCE (FINM)	Responsable(s) du cours/Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory Prerequisite(s)	Prérequis recommandé(s) / Recommended Prerequisite(s)	Equivalent(s) / Equivalent(s)
Cours de gestion / Management course (suite)				
<i>FINM32206</i> <i>Gestion bancaire</i>	F. Longin	<i>FINE31123</i> or <i>FINE31124</i>		
<i>FINM32217</i> <i>Advanced Options</i>	R. Tedongap	<i>FINM31270</i> or <i>FINM31271</i>		<i>FINM31224</i>
<i>FINM32407</i> <i>Financial Risk Management</i>	A. Fulop	<i>FINM31270</i> or <i>FINM31271</i>	<i>FINM31273</i>	
SYNTHESE / SYNTHESIS (FINS)	Responsable(s) du cours/Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Prerequisite(s) Mandatory	Prérequis recommandé(s) / Prerequisite(s) Recommended	Equivalent(s) / Equivalent(s)
<i>FINS31351</i> <i>Financial Policy</i>	M. Baroni	<i>FINE31123</i> or <i>FINE31124</i> and <i>FINE31126</i> or <i>FINE31128</i>		<i>FINS31353</i>
<i>FINS31353</i> <i>Politique financière</i>	M. Baroni	<i>FINE31123</i> or <i>FINE31124</i> and <i>FINE31126</i> or <i>FINE31128</i>		<i>FINS31351</i>

In italic, course taught in English

**Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.
Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.**

FINE31123

Principles of Finance

Prerequisite(s) - cf.: tables - Core course

Objectives:

Students are strongly encouraged to take this course in the early stages of their coursework.

Exchange students should check that they have the required level in mathematics and finance before taking this course.

The purpose of this course is to introduce students to the main building blocks of financial theory. The two main objectives are:

- i) To acquire an in-depth knowledge of the core corporate finance and financial market theories;
- ii) To be able to identify the right model in order to analyze corporate and investors' decisions.

In addition, students should be able to demonstrate their ability to use the technical tools and confront their knowledge with real life situations in order to deliver recommendations on fundamental issues such as the firm's investment and financing decisions.

Topics:

Topics covered include a refresher on interest rates, discounting and capital budgeting (investment) decisions under certainty, absence of arbitrage and financial assets valuation, risk and portfolio analysis (mean-variance model), the capital asset pricing model (CAPM) and market efficiency, introduction to options, capital structure theory, valuation and leverage and an introduction to market imperfections (e.g., taxes, bankruptcy costs and agency problems).

Teaching method:

Lectures and problem sets. A teaching assistant will conduct 4 sessions dedicated to solving exercises.

Grading pattern:

A mid-term exam (M), and a final exam (F). The final exam (F) is common to all sections.

The final grade (G) is a weighted average of M and F, calculated as follows: $G = 40\%M + 60\%F$.

FINE31124

Fondements de la finance

Prérequis - cf.: tableaux. Cours fondamentale

Objectifs :

Il est très vivement conseillé de suivre ce cours en début de scolarité.

Ce cours est déconseillé aux étudiants en échange n'ayant pas le niveau nécessaire en mathématiques et en finance.

Ce cours donne les bases conceptuelles sur les principes fondamentaux en théorie financière. Les deux objectifs essentiels du cours sont :

- i) De démontrer une compréhension des différentes théories en finance d'entreprise et en finance de marchés
- ii) D'être en mesure d'identifier le modèle le plus pertinent afin d'étudier les décisions des entreprises et des investisseurs. De plus, les étudiants doivent être en mesure d'appliquer les outils techniques de la finance afin de confronter leurs connaissances théoriques à des situations réelles et d'émettre des recommandations sur des questions fondamentales telles les décisions d'investissement ou de financement des entreprises.

Thèmes abordés :

Le rappel de notions de taux d'intérêt, d'actualisation et de choix d'investissement en avenir certain, notions d'absence d'arbitrage et évaluation des actifs financiers, risque et choix de portefeuille (modèle moyenne-variance), évaluation des actifs financiers à l'équilibre (MEDAF) et efficacité des marchés, introduction aux options,

politique d'endettement, choix d'une structure du capital et valorisation d'entreprise ainsi qu'une introduction aux imperfections de marché (e.g., taxes, coûts de faillite et problème d'agence).

Pédagogie :

Cours magistral, soutenu par 4 séances d'assistantat.

Evaluation :

Un quiz intermédiaire (QI) et un quiz final (QF). Le quiz final (QF) est commun à l'ensemble des sections données sur le trimestre.

La note finale (N) correspond à la moyenne pondérée de QI et QF : $N = 40\%QI + 60\%QF$.

FINE31126

Finance d'entreprise

Prérequis - cf.: tableaux

Objectifs :

Ce cours traite de la décision de financement des ressources permanentes de l'entreprise. Les objectifs d'apprentissage du cours sont les suivants :

- (i) Identification des besoins de financement;
- (ii) Etude des différents titres financiers à la disposition des entreprises pour lever des fonds (actions, dettes, produits hybrides, produits de financement hors bilan);
- (iii) Compréhension des avantages, coûts et risques respectifs de ces instruments.

Thèmes abordés :

Parmi les points analysés, on peut citer : les plans de financement, l'introduction au risque de crédit, théorie statique de la structure de capital, l'impact des décisions de financement sur la résolution des conflits actionnaires/ gérants et actionnaires/ créanciers, les coûts d'agence de la dette et des capitaux propres, les processus d'introduction en bourse et l'augmentation de capital, la

théorie des options, introduction aux obligations convertibles.

Pédagogie :

Cours magistral, soutenu par 2 séances d'assistantat et des séries d'exercices.

Evaluation :

Note finale = $40\%Q1 + 60\%Q2$ où $Q1 = \text{quiz intermédiaire}$ et $Q2 = \text{quiz final}$.

FINE31128

Corporate Financial Management*

Prerequisite(s) - cf.: tables

*In common with the Specialized Masters and the Master in Finance

Objectives:

This course studies the theory and practice of how a firm is financed. At the end of the course, students should: be able to formulate a firm's financial needs, formulate a matching financial policy, and suggest ways to implement it; understand the theories behind firms' capital structure choices and their interaction with firm value, as well as their relation with the broad capital market trends, players and institutions; learn how derivative securities can help firms achieve their financial policy goals.

Topics:

Introduction to financial management. Financial planning, sustainable growth. Modigliani-Miller propositions and debt tax shields. Trade-off theory and bankruptcy costs. Advanced capital structure theory: personal taxes, agency theory, shareholder-bondholder conflicts. Equity issuance, initial public offers, secondary equity offers, rights issues, costs of equity issuance. Shareholder-manager conflicts. Dividend policy. Binomial pricing of options. Equity and debt as options. Convertibles.

Teaching method:

Lectures supplemented by case studies

Grading pattern:

The grade for the cases C is equal to the arithmetic mean of the grades of the cases. The participation grade P can take

the values $\{-1, 0, 1\}$. The final grade is equal to the exam grade E plus P if $E+P < 10$, and is equal to $0.5 \times C + 0.5 \times (E+P)$ otherwise.

FINE31130

Gestion financière court terme

Prérequis - cf. : tableaux

Objectifs :

Après avoir suivi ce cours, les étudiants sont capables d'établir des prévisions de flux et de besoin de financement de l'entreprise (plan de trésorerie), de déterminer la couverture optimale de ce besoin à l'aide d'instruments financiers, de calculer les flux d'intérêts liés à ces instruments et de porter un jugement pertinent sur l'utilisation de ces instruments en terme de rentabilité, de liquidité et de risque.

Thèmes abordés :

Le cours présente les différents aspects de la fonction du trésorier : la recherche d'informations sur l'entreprise pour apprécier sa situation financière, l'utilisation d'outil de prévision des flux de trésorerie, la mise en place de financements ou de placements à court terme pour couvrir le besoin de financement de l'entreprise ou gérer les disponibilités, la gestion des comptes bancaires en date de valeur, la négociation avec les banques, l'organisation de la fonction de trésorerie au sein de l'entreprise ainsi que l'utilisation de produits dérivés pour gérer les risques financiers de l'entreprise (risque de prix, risque de taux et risque de change).

Pédagogie :

La pédagogie mise en œuvre repose sur des cours magistraux, des lectures d'articles, des études de cas et des travaux pratiques sur tableaux.

Evaluation :

La note finale pour ce cours correspond à la note du quiz. La moyenne des notes des

exercices est prise en compte dans le cas où la note du quiz est supérieure à 10/20.

FINE31235

Equity & Debt Capital Markets

Prerequisite(s) - cf.: tables

Objectives:

This course aims at providing the core background about firm financing. At the end of the course, students should: Understand key financial instruments and how firms use it to hedge, refinance, and optimize strategies; Understand key financial market transactions; be able to formulate strategies to benefit from market volatility

Topics:

Capital market transaction; Shares buy-back; start-up market refinancing; M&A transactions; Hybrid products; Share exchange & parity; LBO; real options.

Teaching:

- Each session combines fundamental coursework, application problems, real world case studies

- Systematic (non-marked) Multiple-Choice sessions to sustain the learning curve

- One short technical article to read for each class

- Group presentations on recent Capital Market deals (*Lafarge-Holcim 2015 M&A transaction*)

- Courses & materials in English

Evaluation:

Questions about compulsory reading articles: 5 points, Real world Case Study: 15 points

FINE32217

Firm Valuation*

Prerequisite(s) - cf.: tables

**In common with the Master in Finance*

Objectives:

This course is the "corporate finance" extension of the Financial Theory course. The objective is to present the different methods used to estimate the value of a

firm and the problems arising in valuing specific assets such as intangibles. In addition, we discuss issues such as the treatment of minority interests, pension funds and leasing.

Topics:

- Cash flows to equity-holders and the firm

- Cost of equity and cost of capital
- Impact of capital structure on the cost of equity, cost of capital and firm value

- Adjusted present value (APV) vs. Discounted Cash Flows (DCF)

- Valuation with multiples (market and transactions)

- Valuation of intangible assets
- Treatment of minority interests, pension funds, leasing, etc.

Teaching method:

Lectures and case studies in class

Grading pattern:

Case study (40 %) and ii) Equity analyst report on a firm (60 %). Both are done by groups of 4 students.

FINE31252

Fusions et acquisitions

Prérequis - cf. : tableaux

Objectifs :

Ce cours approfondit les opérations financières de haut de bilan en matière de fusions, acquisitions et restructurations d'entreprises. L'objectif est que les étudiants :

- Cernent le rôle central de l'évaluation d'une entreprise dans l'élaboration d'une décision stratégique lors d'une restructuration d'entreprise, notamment en cas de fusion, acquisition, dégageant ;

- Sachent analyser la situation d'une entreprise et en mesurer la valeur selon différentes méthodes actuarielles (DCF), comparables (boursiers et de transactions), patrimoniales ;

- Connaissent les principales formes de restructurations, leurs coûts et bénéfiques ;

- Sachent mettre au point l'ingénierie financière pour restructurer une entreprise ;

- Maîtrisent les incitations et motivations pour des fusions, acquisitions et alliances ;

- Jugent la création ou destruction de valeur d'une opération : à qui profite-t-elle ?

Thèmes abordés :

- Restructurations d'entreprises et création de valeur.

- Critères de choix d'une forme d'organisation : grande ou petite entreprise ?

- Méthodes de valorisation d'une entreprise et application à plusieurs cas : méthodes actuarielles (DCF par le WACC ou la valeur présente ajustée), méthodes des comparables boursiers et des comparables de transactions, méthodes patrimoniales.

- Valorisation d'entreprises à plusieurs divisions, de firmes internationales, de firmes non cotées.

- Théories explicatives des « bonnes » et « mauvaises » motivations pour mener des M&A (mergers & acquisitions).

- Déroulement d'une fusion-acquisition et facteurs-clés de succès.

- Mécanismes de défense contre une opération publique d'achat (OPA).

Pédagogie :

Cours magistral accompagné de plusieurs études de cas. Un professionnel est aussi invité pour confronter son expérience et les points de vue des participants.

Evaluation :

La note finale est la résultante de la notation des études de cas et d'un examen individuel en classe.

FINE31253

Mergers and Acquisitions*

Prerequisite(s) – cf.: tables

**In common with the Specialized Masters and the Master in Finance*

Objectives:

This course studies M&A activity from a financial perspective. At the end of the course, students should : Understand how valuation plays a central role in the merger process; Carry out valuation analysis of complex corporate/financial structures; Analyze the terms of a M&A deal in a knowledgeable way, understanding its value implications as well as the incentives and motivations of the major participants.

Topics:

Introduction to M&A. Merger analysis. Synergies. Valuation using DCF models. Valuation using multiples. Further topics on valuation: multi-divisional businesses, privately-held firms. Illiquidity and minority discounts. Theories of merger activity. Empirical evidence on M&A activity. The holdout problem. The M&A process, I. Deal negotiation. Takeover defenses. The M&A process, II. Structuring the deal. Costs of M&A. Leveraged Buyouts (LBOs).

Teaching method:

Lectures supplemented by case studies.

Grading pattern:

The grade for the cases C is equal to the arithmetic mean of the grades of the 4 cases.

The participation grade P can take the values {-1, 0, 1}.

The final grade is equal to the exam grade E plus P if $E+P < 10$, and is equal to $0.4 \times C + 0.6 \times (E + P)$ otherwise.

FINE31254

Evaluation stratégique et financière des entreprises

Préquis - cf. : tableaux

Objectifs :

L'objectif du cours est de familiariser les étudiants avec les techniques de l'évaluation des entreprises, très largement utilisées à l'occasion de montages financiers de haut de bilan, d'opérations de fusions & acquisitions ou d'opérations d'investissement en capital, avec un accent mis sur les aspects pratiques. En outre, les étudiants appréhenderont les liens entre la finance et la stratégie et, en particulier, comment les deux domaines s'articulent dans le cadre de fusions-acquisitions.

Thèmes abordés :

Evaluation d'entreprises ; Métiers, Positionnement et Performance ; Dynamique des Marchés et Position Concurrentielle ; Analyse Stratégique et Financière des Opérations de Fusions-acquisitions ; Pratique du M&A ; Evaluation et Financement des Sociétés Cotées. Ces thèmes seront abordés au travers d'illustrations tirées de la vie des affaires et d'études de cas qui illustreront l'utilisation des techniques de l'ingénierie financière dans le cadre d'activités de conseil en stratégie et de banque d'affaires.

Pédagogie :

Cours magistral, qui s'appuie également sur l'utilisation de cas.

Evaluation :

L'évaluation du cours repose sur un dossier d'étude qui est un rapport d'évaluation d'entreprise. Elaboré en petit groupe par les élèves au fur et à mesure de l'avancement du cours, le dossier d'étude est divisé en 4 parties : Présentation de la Société ; Dynamique des Marchés et de la Position Concurrentielle ; Stratégie et Résultats Prévisionnels ; Cash Flows, Actualisation et Valorisation. A partir de la

séance 3, les élèves doivent remettre l'une des quatre parties qui constituent le dossier d'étude. Le travail remis fait l'objet de recommandations et de directions.

La note du cours est fondée sur la qualité de la brochure finale et la qualité de la présentation orale, effectuée en séance plénière par les différents groupes d'élèves.

- Analyse financière (compte de résultat, bilan et tableaux de financement)
- Evaluation d'actifs
- Pactes d'actionnaires
- Structuration de fonds
- Montages financiers (capital risque, LBO, capital développement, transactions secondaires)

Pédagogie :

- Cours et études de cas.
- Exposés de professionnels.

FINE32218

Mergers and Acquisitions

Prerequisite(s) - cf.: tables

Objectives:

This course studies M&A activity from a financial perspective. At the end of the course, students should: Understand how valuation plays a central role in the merger process; Carry out valuation analysis of complex corporate/financial structures; Analyze the terms of a M&A deal in a knowledgeable way, understanding its value implications as well as the incentives and motivations of the major participants.

Content:

Introduction to M&A. Valuation using DCF models. Valuation using multiples. Valuation: multi-divisional businesses, privately-held firms. Illiquidity and minority discounts. Synergies. Theories of merger activity. Empirical evidence on M&A activity. The holdout problem.

Merger analysis, Dilution analysis. Deal negotiation tactics. Takeover defenses. Structuring the deal. Costs of the M & A process.

Leveraged Buy-Outs (LBOs)

Format:

The course consists of a series of lectures supplemented by case studies, and a final exam. The cases and the final exam will be graded according to the rule described below.

Grading pattern:

The grade for the cases C is equal to the arithmetic mean of the grades of the cases. The participation grade P can take the values {-1, 0, 1}.

The final grade is equal to the exam grade E plus P if $E+P < 10$, and is equal to $0.5 \times C + 0.5 \times (E + P)$ otherwise.

Readings:

The textbook of the course is [B] Bruner, Robert, 2004, Applied Mergers and Acquisitions, Wiley: New Jersey. Complementary material is taken from [G] Gaughan, Patrick, 2002, "Mergers, Acquisitions and Corporate Restructurings" (4th edition), John Wiley & Sons: New York. [R] Rosenbaum, Joshua & Joshua Pearl, 2013, "Investment Banking" (2nd edition), John Wiley & Sons: New York.

FINE32219

Financial Analysis

Prerequisite(s) - cf.: tables

**In common with the Master in Finance*

Objectives:

The class teaches the main steps to establish a credible and reliable Financial Analysis. Consolidations' main points are also presented. Participants will learn consolidations' key principles, and the main differences between IFRS and US GAAP. Following a strategic review of a company business, participants will understand the key financial ratios, and how to establish a ready to use dashboard. The key indicators

related to the business, operating cycle, debt leverage, and share price will be presented.

The main valuation techniques will be studied including, asset valuation, multiples, and the Discounted cash Flow. Students will have to build up a financial and valuation model and establish a credible dashboard on a selected company.

Teaching method:

The class will be based on real and recent case studies, allowing students to establish useful links between the class and the current economic and financial environment.

Readings:

The class teaches the main steps to establish a credible and reliable Financial Analysis. Consolidations' main points are also presented.

Participants will learn consolidations' key principles, and the main differences between IFRS and US GAAP.

Following a strategic review of a company business, participants will understand the key financial ratios, and how to establish a ready to use dashboard. The key indicators related to the business, operating cycle, debt leverage, and share price will be presented.

The main valuation techniques will be studied including, asset valuation, multiples, and the Discounted cash Flow. Students will have to build up a financial and valuation model and establish a credible dashboard on a selected company.

FING31080

Mise à niveau Finance

Prérequis - cf. : tableaux

Cours de mise à niveau, réservé aux étudiants AST.

Objectifs :

Le cours apporte les bases indispensables pour comprendre les activités financières

de l'entreprise. De plus, il sert de point d'appui aux autres cours de finance.

Thèmes abordés :

A partir des documents fournis par la comptabilité financière, le cours est centré sur la gestion financière de l'entreprise afin de prévoir et optimiser les décisions à court terme, les décisions d'investissement et de financement. Les concepts d'équilibre du bilan, de flux financiers et de valeur nette présente sont approfondis.

Pédagogie :

Cours magistral, accompagné d'exercices.

Evaluation :

Examen intermédiaire et examen final, écrits individuels en classe.

FING31081

Refresher Course Finance

Prerequisite(s) - cf.: tables

Refresher Course, reserved for the AST students.

Objectives:

The objective is to provide the elementary tools in financial management. In addition, it represents the starting point for those students interested in taking more advanced courses in the field. At the end of the course, students should be able to: be knowledgeable about the universe of Finance (its language, its institutions, the problems it addresses and the solutions it proposes); extract information from a company's financial statements and use them to make informed financial decisions; perform basic valuation.

Topics:

What Finance is about. Time value of money. Basic Financial Mathematics. From accounting statements to cash-flow. Sources and uses of funds. Working capital management. Capital Budgeting decisions. NPV, IRR. Bond and stock valuation. Basic concepts in capital structure.

Teaching method:

Lectures supplemented by in-class exercises.

Grading pattern:

Grades are calculated as follows: Denote by M the mid-term grade and by E the final exam grade.

The final grade G is equal to E if $E < 9$, and is equal to $0.4 * M + 0.6 * E$ if $E \geq 9$.

FING31113

Commodity Risk Management for Corporates

Prerequisite(s) - cf.: tables

Objectives:

The three learning goals of this course: 1) Acquiring major concepts (i.e., notions and relations) arising in commodity market theories and practices for trading and risk management. (Examples: spot-forward prices and parity, position metrics, risk metrics.) 2) Training in the financial calculus of commodity trading and risk management. (Examples: security pricing, problem solving, exploiting basic trading opportunities.) 3) Structuring financial hedges (i.e., trading strategies and derivatives) against financial and nonfinancial corporate exposure to uncertainty. (Examples: futures portfolios, structured packages, custom hedges.) As an additional key feature, we propose to surf over the frontier of knowledge by attending webinars held at the Energy and Commodity Finance Research Center (<http://energy-commodity-finance.essec.edu>). Our ultimate goal is to prepare the course participant to effectively tackle recruiting interviews for job positions in a large variety of market segments, ranging from financial product origination at major financial institutions, to financial risk management at mid and large size corporations acting in the domain of commercial and industrial transformation processes, passing through raw material

and commoditized service providers and retailers.

Topics:

- Commodity prices: what is a commodity? Commodity spot, forward, and futures prices, spot-forward price parities.
- Position keeping: energy and commodity trading, position metrics, case-studies on gas position and coal portfolio.
- Risk metrics: corporate risk measurement, monetary measures of risk, case-study on FloVaR analysis of energy portfolios.
- Structuring derivatives packages: load deal, swap, cracking hedge, quanto, spread, collar, 3-way, by-down, slippage, rebate, structured commodity-linked products, TRS and CCO.
- Risk hedging: optimal hedge ratios, basis risk management, optimal custom hedges, security design.
- Examples of price and hedge calculation, insurance design, consumer hedge, producer hedge, retailer hedge construction.

Teaching method:

Course lectures introduce to key concepts and current practices in the domain of concern. A third of the course is entirely devoted to training through exercises, case-studies, and applications.

Grading pattern:

Written evaluation (70 %) + in-class participation (30 %).

References:

- [R] Roncoroni, A. (2018): Lecture notes in "Commodity Risk Management for Corporates", ESSEC Business School.
- [RFC] Roncoroni, A., Fusai, G., Cummins, M. (2015): Handbook of Multi-Commodity Markets and Products: Structuring, Trading and Risk Management, Wiley Finance.

- [EW] Eydeland, A., Wolyniec, K. (2003): Energy and Power Risk Management. Wiley.
- [G] Geman, H. (2005): Commodities and Commodity Derivatives, Wiley.
- [L] Leppard, S. (2005): Energy Risk Management. Risk Publications, London.
- [MF] Myint, S., Famery, F. (2012): The Handbook of Corporate Financial Risk Management, Risk Books.
- [P] Pilipovic, D. (2007): Energy Risk Valuing and Managing Energy Derivatives (2nd Ed.), McGraw-Hill.
- [Pi] Pirrong, C. (2014): The Economics of Commodity Trading Firms. Trafigura.
- [Po] Poitras, G. (2013): Commodity Risk Management: Theory and Application, Routledge.

FING31115

Energy and Commodity Markets

Prerequisite(s) – cf.: tables

Objectives:

The three learning goals of this course:

- 1) Acquiring the economic fundamentals of commodity trading. (Examples: macroeconomic and microeconomic grounds, market trading and manipulation.)
 - 2) Learning basic features (i.e., structure and products) of selected financialized energy and commodity markets. (Examples: metals, conventional energy sources, commoditized services.)
 - 3) Training in the financial calculus of commodity trading. (Examples: problem solving, exploiting basic trading opportunities.) As an additional key feature, we propose to surf over the frontier of knowledge by attending webinars held at the Energy and Commodity Finance Research Center (<http://energy-commodity-finance.essec.edu>).
- Topics:** As many as 5 to 6 of the following items will be dealt with:
- Economic fundamentals: prices as a key driver for policy makers, market

- overview, actors, listing, forward curve and the economic cycle, volatility.
- Oil markets: Supply chain, demand, and markets, case-studies: oil producers, oil refinery, airline consumers, reserve based lending.
- Gas and electricity markets: supply chain, demand, and markets, inventory reduction, working capital needs, shale gas and LNG.
- Shipping freight and coal markets: freight rates, indices, and derivatives, marking to market.
- Industrial metals markets: London Metal Exchange (LME) products, OTC instruments, trading opportunities, counterparty risk management.
- Gold markets: supply chain and demand and markets, price determinants and dynamics, options and certificates, LBMA, trading gold as a currency.
- Agricultural: exploiting market correlations in different geographic areas: case study, inventory securitization: how to obtain cheaper financing.
- Regulation: derivatives utilization and MIFID II: potential impact, how hedging and speculative strategies are changing due to compliance.
- Trading and market manipulation: taxonomy, trading examples.

Teaching method:

Course lectures introduce to key concepts and current practices in the domain of concern. A third of the course is entirely devoted to training through exercises, case-studies, and applications.

Grading pattern:

Written evaluation (70 %) + in-class participation (30 %).

References:

- [EW] Eydeland, A., Wolyniec, K. (2003): Energy and Power Risk Management. Wiley.

- [G] Geman, H. (2005): Commodities and Commodity Derivatives, Wiley.
- [P] Pilipovic, D. (2007): Energy Risk Valuing and Managing Energy Derivatives (2nd Ed.), McGraw-Hill.
- [RFC] Roncoroni, A., Fusai, G., Cummins, M. (2015): Handbook of Multi-Commodity Markets and Products: Structuring, Trading and Risk Management, Wiley Finance.
- [S] Shofield, Neil C. (2007): Commodity Derivatives: Markets and Applications, Wiley.

FING31259

Management bancaire

Pré requis – cf. : tableaux

Intervenant : Abbas MOHSENI Associé Gérant de « Accélération », cabinet de conseil consacré aux banques

Objectifs :

Ce cours a pour objectif de donner aux étudiants une vision approfondie du secteur bancaire : clients, métiers, organisation, gestion financière et gestion des risques, contraintes réglementaires, perspectives à moyen terme.

Thèmes :

- Présentation des principaux métiers de la banque (BFI, Services aux Investisseurs, Banque de détail), analyse du « business model » de chaque métier et des techniques de gestion financière et de gestion des risques mises en œuvre,
 - Analyse du cadre réglementaire et de son évolution,
 - Etude des stratégies de sortie de crise des principaux groupes bancaires.
- Animation : Cours-discussions.

Evaluation :

Mini-mémoire à réaliser + Etude de cas + Examen final

FING31402

Séminaire éthique et déontologie des métiers de la finance*

Réservé aux étudiants de la filière Finance. Voir chapitre « Filières ».

**En commun avec les Mastères Spécialisés et le Master in Finance.*

Nombre d'UV : 0.00

Total des heures : 10.00

Enseignant : N. COLUMELLI, Consultante CFA

Pré requis conseillé : stage préalable dans le milieu de la finance (Broker, Investment Banking ou Asset Management).

Objectifs :

La validation du cours est obligatoire pour les étudiants souhaitant valider la filière Finance, il ne rapporte pas d'UV.

Le Code d'éthique du CFA Institute présente des exigences élevées en matière de formation, d'intégrité et d'excellence professionnelle. Ces normes d'éthique conditionnent et pérennisent la confiance du public vis-à-vis des marchés financiers et des professionnels de l'investissement. Ce cours a pour but d'analyser ce code de déontologie et :

- (i) D'identifier les meilleurs standards de conduite professionnelle ;
- (ii) De savoir raisonner de façon déontologique ;
- (iii) De prendre des décisions qui maintiennent ou promeuvent intégrité et professionnalisme dans le milieu de la finance.

Thèmes abordés :

Parmi les cadres d'analyse abordés, on peut citer la gouvernance d'entreprise, les marchés financiers, l'analyse financière et la gestion d'actifs. En particulier, les thèmes qui seront traités sont les suivants : le professionnalisme, l'intégrité des marchés financiers, les obligations fiduciaires, les conflits d'intérêt, l'analyse financière, les recommandations et opération de placement, et la responsabilité vis-à-vis de l'employeur.

Pédagogie :

Le cours – magistral – s’appuie également sur la résolution de cas pratiques, afin d’illustrer et d’analyser les standards d’éthique financière.

Evaluation :

Participation (50 %) et quiz (50 %).
Le cours est validé si la note finale est supérieure ou égale à 10.

FING31421**Department Seminar in Finance**

In 2017/2018, the following topic will be discussed:

Firm Valuation

Prerequisites: FINE31123 or FINE31124
Equivalent FINE32217

Objectives:

This course is part of the “corporate finance” extensions of the Principles of Finance course. The objective is to present the different methods used to estimate the value of a firm, their theoretical foundations and their link with existing theoretical models. In addition, we discuss problems arising in valuing specific assets such as intangibles and issues such as the treatment of minority interests, pension funds and leasing.

Topics:

- Foundations of firm valuation
- Firm analysis (sector, company, financials)
- Equity cash and firm cash flows
- Cost of equity and cost of capital (WACC)
- Dividend discount model (DDM) vs. Equity cash flow discount model (ECF)
- Firm cash flows discount model (FCF)
- Impact of capital structure on the cost of equity, cost of capital and firm value
- Adjusted present value (APV) vs. Discounted Cash Flows (DCF)
- Valuation with multiples (market and transactions)
- Valuation of intangible assets

- Treatment of minority interests, pension funds, leasing, etc.

Teaching method:

Lectures and case studies in class.
Attendance will be taken at the beginning of every class. Any student with strictly more than 2 absences will be granted a zero grade. In addition, any absence during the term paper presentations at the end of the course will automatically be sanctioned by a 5 points penalty on the final grade. No excuses will be accepted.

Grading pattern:

Case study (40 %) and equity analyst report / oral presentation (60 %). Both are done by groups of 3-4 students.

FINM31162**International Finance***

Prerequisite(s) - cf.: tables

**In common with the Master in Finance.*

Objectives:

The purpose of this course is to study the financial decisions of corporations and investors in an international environment. The course will cover three main topics. First, we study the economic and financial implications of exchange rate movements. Second, we analyze derivative products available to hedge exchange rate risk. Last, we focus on the international diversification of portfolios.

Topics:

The topics covered in this course are: financial globalization, international monetary system, international financial regulation, capital flows, currency regimes, contemporary financial crises, currency exchange markets, triangular arbitrage, determinants of foreign exchange rates, fundamental currency parities, purchasing power parity, monetary models of exchange rates, national accounts, foreign exchange derivative products, international portfolio choice, and global cost of capital.

Teaching method:

Lectures supplemented by problem sets and analysis of case studies/current events.

Grading pattern:

The final grade is based on a final examination (40 %), a midterm examination (20 %) covering the first part of the course, and homework assignments (30 %).

FINM31163**Finance internationale***

Non programmé en 2017/2018

Pré requis - cf. : tableaux

**En commun avec les Mastères Spécialisés*

Objectifs :

L’objectif est double. Il s’agit, d’une part, d’appréhender les grands équilibres et le fonctionnement des principaux mécanismes financiers internationaux. D’autre part, ce cours a pour but d’analyser les grandes problématiques soulevées par la gestion financière en environnement international, ce qui sera abordé principalement au travers de l’étude des taux de change.

Thèmes abordés :

Les sujets traités sont les suivants : description des marchés financiers internationaux, description des marchés des changes au comptant et à terme, analyse des déterminants des taux de change et de l’influence des politiques économiques, gestion du risque de change et produits dérivés associés, diversification internationale des portefeuilles et valorisation d’actifs en environnement international.

Pédagogie :

Le cours – magistral – s’appuie, également, sur l’analyse d’articles économiques et académiques.

Evaluation :

Quiz final (40 %), quiz intermédiaire (20 %) et présentation d’articles (30 %).

FINM31164**Marchés financiers**

Pré requis - cf. : tableaux

Objectifs :

Ce cours vise à présenter les principaux sujets requis lors des entretiens typiques pour un poste dans les fonctions de la gestion des risques, du trading et d’ingénierie financière auprès des institutions financières internationales telles que les banques d’affaires, les intermédiaires financiers et les sociétés d’assurance. On privilégie une approche inductive : les différents sujets sont présentés par le moyen d’exemples pratiques et ensuite on identifie des règles plus générales. On se concentre sur le fonctionnement des marchés financiers majeurs (actions, obligations et énergie) et sur l’évaluation et le trading de produits dérivés de base (forward, swap, option et futures).

Un tiers de chaque cours sera consacré à la présentation des exercices, au développement de cas et à l’exposé d’une sélection de questions abordées lors des « entretiens-type » auprès des principales banques d’affaire de Wall Street.

Un projet commun avec le cours « Options » FINM31270/271 pourra être réalisé s’il s’agit du même professeur dans le même trimestre. Nous proposerons des solutions détaillées obtenues par l’application des méthodes et des outils présentés dans le cours.

Un cours accueillera un invité de banque d’affaire qui nous fera partager son expérience : les participants au cours pourront à cette occasion lui donner leur CV.

A la fin du cours, le participant sera en mesure de :

- Maîtriser les éléments principaux des marchés financiers ;
- Définir et structurer des positions de base sur instruments dérivés ;

- Identifier et révéler les différentes sources d'exposition aux risques d'un portefeuille financier.

Thèmes abordés :

Les indices et les opérateurs du marché ; Les produits dérivés de base et leur réplication ; Les contrats à terme ; Les contrats *futurs* ; Les marchés des taux d'intérêt ; Les contrats *swap* ; Les marchés des matières premières ; Portes ouvertes : Rencontre avec un acteur du marché et entretiens de « Wall Street » ; Exercices pratiques et cas ; Examen final (3 heures).

Pédagogie :

Assiduité, préparation et participation :

- On attend des étudiants qu'ils assistent régulièrement aux cours et adaptent leur emploi du temps de façon à ce qu'il corresponde aux besoins du cours.
- Si vous êtes absent, vous devez rattraper le travail en retard de façon autonome de préférence en amont de l'absence ou bien immédiatement après.
- Conformément aux règles énoncées dans le guide des études, la justification ou la vérification des réclamations concernant les absences peut être requise.
- Une absence au maximum peut être acceptée sans fournir de justification.

Evaluation :

L'évaluation se fait selon trois critères :

- 1) Devoirs maison : série de problèmes et lectures (25 %).
- 2) Participation en classe évaluée par le professeur (25 %).
- 3) Examen final : examen écrit en classe (50 %).

FINM31165

Financial Markets

Prerequisite(s) - cf.: tables

**In common with the Master in Finance*

Objectives:

The three learning goals of this course:

- 1) Acquiring major financial concepts (i.e., notions and relations) arising in area of basic derivative origination and trading. (Examples: pay-off function,

static replication, arbitrage vs. speculation.)

2) Measuring the time value of money. (Examples: interest rates, accrual rules, building a discount function.)

3) Structuring linear derivatives (e.g., pay-off definition, market valuation, and hedging). (Examples: forwards, futures, swaps.) Focus is on conceptual and quantitative analysis, including pay-off construction, financial replication, analytical calculations through exercises, as opposed to institutional market features. We provide a wide-spectrum training aimed at tackling recruiting interviews for job positions in Risk Management, Asset Trading, and Financial Engineering at multinational financial institutions such as investment banks, financial intermediaries, and insurance companies. An inductive approach is followed: we introduce all topics through practical examples and then identify general rules.

Topics:

- Market Indices and Operators;
- Basic Derivatives and Replication;
- Forward Contracts;
- Futures Markets;
- Interest Rate Markets;
- Swap Contracts;
- Open Day: Meeting a Practitioner and Wall Street Interviews;
- Practical Exercises and Cases.

Teaching method:

The material is delivered through lectures notes, in class examples, and case studies. One-third of each class meeting is devoted to the solution of exercises and cases. Part of a class meeting is devoted to the presentation of selected questions posed during interviews at Wall Street based investment banks. One class meeting is jointly held with an invited practitioner. Students may bring a CV. Participants are expected to attend classes regularly and manage schedule so to meet the course's requirements.

Grading pattern:

Written evaluation (70 %) + in-class participation (30 %).

References:

[C] Crack, T.F., *Heard on the Street: Quantitative Questions from Wall Street Job*

Interviews (17' ed.), 2016.

[H] Hull, J., *Options, Futures and Other Derivatives* (9th ed.), Prentice&Hall, 2014.

[R] Roncoroni, A. (2017): Lecture notes in "Financial Markets", ESSEC Business School.

FINM31208

Finance immobilière

Prérequis - cf. : tableaux

Objectifs :

Ce cours d'application vise à approfondir les concepts financiers d'analyse du risque dans le secteur de l'immobilier. Une présentation détaillée des différentes opérations immobilières (promotion immobilière, investissement, marchands de biens) permettra de dégager les facteurs principaux de risque.

Thèmes abordés :

L'analyse des cash-flows et le choix d'un taux d'actualisation pertinent au travers d'exemples feront ressortir les aspects spécifiques de l'investissement immobilier. Des outils de mesure du risque fondés sur les paradigmes de la théorie financière seront élaborés. L'appel au modèle de portefeuille et à la théorie des options permettra aux étudiants de saisir le rôle que peut jouer l'immobilier dans l'« asset management » et de concevoir les financements appropriés au risque de l'investisseur.

Les principaux arbitrages liés aux projets immobiliers seront aussi présentés.

Pédagogie :

La pédagogie du cours s'appuie notamment sur un outil multimédia consacré à la promotion immobilière (Promimob) et sur des simulations de

situations réelles. L'ensemble du cours et des corrigés d'exercices sont à disposition des étudiants sur myessec.com.

Evaluation :

Max [(0,40xE + 0,60xQ) ; Q] où E représente les exercices de groupe et Q le quiz final.

FINM31213

Agri-food Commodity Markets*

Prerequisite(s) - cf.: tables

See Chapter "Specialized tracks" - Agri-food Track and Energy and Commodity Track

**In common with the Specialized Masters and the Master in Finance.*

Partners: international traders, food processors purchasing agricultural products.

Objectives:

Prices fluctuate a lot, from 1 to 3, on international commodity (raw materials) markets. So, risks taken by commodity producers and manufacturers are very high.

The objectives are as follows:

- To understand price mechanisms of international commodity markets and how price mechanisms are affected by WTO commercial policies and agricultural policies (US Farm Bill, Common Agricultural Policy in the EU...);
- To know the principles, role and mechanisms of futures markets;
- To identify risks taken by economic agents;
- To be able to use financial tools (futures contracts and options) in order to mitigate risks of price volatility.

Topics:

- The specificity of price mechanisms of international commodity markets. How price mechanisms are affected by commercial policies (WTO) and agricultural policies (CAP, Farm Bill);
- Principles, role and mechanisms of futures markets;

- Identification of risks taken by economic agents: producers, manufacturers, merchants... when hedging, arbitraging or speculating;
- Risk management of price volatility in trading or sourcing commodities using futures contracts and options.

Teaching method:

The course provides theoretical and practical tools, particularly with the experience of experts and business executives.

Grading pattern:

In session 10, an individual exam (50 %) will be done in class to test the understanding of commodity futures. Again in session 10, a case study exam (50 %) will be written by group in order to solve some practical issues.

FINM31260 Théorie du portefeuille et investissements

Prérequis - cf. : tableaux

Introduction et objectifs :

L'objectif du cours est d'expliquer les concepts et les méthodes de la gestion quantitative des portefeuilles d'actions ainsi que leurs limites. Les aspects théoriques pratiques et empiriques seront abordés et discutés. De bonnes notions sur le calcul matriciel et les modèles d'optimisation sous contraintes sont requises. Ce cours fait également appel à des notions de statistique et d'économétrie. A ce titre, les étudiants peuvent suivre conjointement le cours *IDSS31267 « Financial Econometrics »*.

Thèmes abordés :

Etude statistique des rentabilités, et présentation des indices boursiers. Théorie et application du modèle de Markowitz, de celui du MEDAF et de celui de l'APT. L'Hypothèse d'Efficiencia du Marché Financier ; Allocations stratégiques (statiques et dynamiques), allocations

tactiques (« stock picking » et « market timing »). Gestion contre benchmark, mesures de performance.

Pédagogie :

Cours magistral, dont l'aspect pratique est assuré par le développement d'un projet réalisé en groupe et par des séries d'exercices fondés sur des données réelles. Une session sera organisée conjointement avec un praticien invité.

Evaluation :

Quiz final (50 %), projets et participation en classe (50 %).

FINM31261 Portfolio Theory and Investment Analysis

Prerequisite(s) - cf.: tables

Objectives:

Portfolio Management is an advanced finance course recommended for students who want to pursue careers in asset management. It is a quantitative course and draws upon analytical tools and theories introduced and demonstrated throughout the course. Students should be familiar with matrix algebra, optimization methods, as well as basic statistics and linear regression analysis in order to understand the material covered in the course.

Topics:

Portfolio Theory ; Asset pricing Models; Measures of performance, Passive Investment, Benchmarks, Active Investment, Market efficiency, Anomalies, Investment Philosophies, Factor Investing, Market Timing, Security selection, Investment companies, Downside risk and Drawdown Risk

Teaching method:

The material is delivered through lectures notes, in class examples and, case studies. One class meeting is jointly held with an invited practitioner.

Grading pattern:

In-class exam (45 %), projects and class participation (55 %).

FINM31266 Trading et organisation des marchés financiers

Non programmé en 2017/2018

Prérequis - cf. : tableaux

Introduction :

Convertir un choix de portefeuille en une position effective nécessite de passer des ordres sur les marchés. Or, selon les règles présidant aux échanges, l'information dont disposent les intervenants, ou les pratiques de marché, les stratégies de placement des ordres et les politiques de fixation des prix diffèrent, et génèrent des coûts de transaction obérant significativement la rentabilité du portefeuille.

Objectifs :

L'objectif du cours est de proposer une introduction aux questions générales suivantes : comment se forment les prix sur les marchés (fixing, double enchère continu, négociation) ? Qu'est-ce que la liquidité ? Comment mesure-t-on les coûts de transaction ? Existe-t-il une structure de marché optimale ?

Thèmes abordés :

Analyse des différences entre organisations de marché (marché de carnet d'ordres électronique, marché de teneurs de marché, marché hybride), impact de ces structures sur la stratégie des intervenants (e.g., stratégies de passage d'ordres, stratégie de détermination des prix) et sur le processus de prix (volatilité, efficacité, liquidité). Définir et comprendre les différentes dimensions de la liquidité et la génération des coûts de transaction. Seront également abordés l'impact du trading haute fréquence sur le paysage des marchés financiers (fragmentation du flux d'ordres, essor des « dark pools », crises

épisodiques d'illiquidité ou « flash crash ») ou encore l'analyse des manipulations de marché (corner, squeeze, délit d'initiés, schéma de Ponzi).

Pédagogie :

Cours magistral, jeu de simulation de trading.

Evaluation :

Participation (35 %) et examen final (65 %).

FINM31270 Options*

Prerequisite(s) - cf.: tables

**In common with the Specialized Masters.*

Objectives:

We introduce the main topics required on typical recruiting interviews for job positions on Futures Trading, Option Trading and Advanced Financial Engineering at multinational financial institutions such as investment banks, financial intermediaries, and insurance companies. An inductive approach is adopted: we introduce all topics through practical examples and then identify general rules. We focus on pricing, trading and hedging Standard and Exotic Derivatives in Equity, Foreign Exchange, Interest Rate, Credit and Commodity Markets. Arbitrage Pricing Theory is developed in the framework of the Black-Scholes-Merton Model. A particular attention is put on Risk Hedging Strategies of derivative books and the structuring of financial products in deregulated Energy Markets. One-third of each class meeting is devoted to the solution of exercises and cases. A shared project with *FINM31165/164 Financial Markets and Institutions* held by the same professor is allowed.

Training Day: one class meeting is devoted to the presentation of selected questions posed during interviews at Wall Street based investment banks. We provide detailed answers to all questions by applying tools introduced along the

course. Open Day: one class meeting is jointly held with an invited practitioner. Students may bring and hand out a CV. As time permits, part of the course is devoted to the introduction of Commodity derivatives and Credit-linked securities.

Topics:

Option Markets and Arbitrage Bounds; Static Strategies; Introductory Stochastic Calculus; The Black-Scholes Model; Option Hedging; Training Day: Wall Street Interviews; Open Day: Meeting a Trader; Monte Carlo Simulation; Hedging Commodity Risk.

Teaching method:

Lectures supplemented by exercises and a session with an invited guest speaker.

Grading pattern:

The grade is 1/3 the result of a take-home problem set and 2/3 final in-class written exam.

**FINM31271
Options***

Non programmé en 2017/2018

Prérequis - cf. : tableaux

**En commun avec les Mastères Spécialisés.*

Objectifs :

Ce cours présente les options, leur évaluation et leur utilisation pour la gestion des risques. Il comporte l'analyse des principaux contrats, l'étude théorique de l'évaluation des options et de la mise en œuvre des stratégies statiques et dynamiques impliquant ces produits. Ce cours technique exige un important effort de réflexion et de lecture.

Thèmes abordés :

Les sujets traités sont les suivants : rappel sur les futures et forwards, définitions et propriétés de base, arbitrage, relations de parité call-put, convexité du prix des options en strike, exercice optimal anticipé des options américaines, une introduction au calcul stochastique, évaluation des options en temps discret (Cox-Ross-Rubinstein) et en temps continu (Black-Scholes-Merton et leurs

extensions, taux et volatilité non constants mais déterministes, introduction aux taux stochastiques, notions sur les changements de probabilité et de numéraires), les relations de risque et de rentabilité espérée, et les stratégies statiques et dynamiques impliquant les options (paramètres grecs, smile, skew...). Quelques options exotiques pourront être étudiées au passage.

Pédagogie :

Cours magistral, séries d'exercices, lectures personnelles.

Evaluation :

- Deux séries d'exercices : à rendre par groupes de 3 ou 4 (20 %).
- L'examen de contrôle en fin de cours (80 %).

**FINM31273
Fixed Income***

Prerequisite(s) - cf. : tables

**In common with the Master in Finance.*

Objectives:

This course introduces the students to the basics, valuation and hedging of fixed income securities with and without credit risk. The course is targeted to teach the fixed income basics that a well-trained financial practitioner should know.

Topics:

- Discount Curves
- Money Market Instruments, Repos.
- Monetary Policy
- FI Hedging Strategies I: Duration
- FI Hedging Strategies Extensions: Convexity, Multifactor Duration.
- Interest Rate Swaps (Valuation and Applications).
- Credit Market Basics - ratings, credit spreads, default and recovery.
- Hazard Rates and Valuation of Defaultable Bonds.
- Credit Default Swaps.

Teaching method:

Lectures supplemented by case studies and computer exercises.

Grading pattern:

Weekly Online quizzes (30 %)

Final (70 %) (100 % if below 10)

**FINM31277
Options and Applications***

Not scheduled in 2017/2018

Prerequisite(s) - cf. : tables

**In common with the Master in Finance.*

Objectives:

The course aims at providing students with the practice of option markets in their main dimensions. After having summarized the most important fundamental results of option theory, we will implement them through derivative and structured product pricing and structuring concrete examples (parameters, calibration, models). Then we will focus on risk management, studying the everyday management of a trading book.

We will also present current market environment and its main business and regulatory stakes. Last courses will be partly dedicated to employment considerations (interviews, jobs, banking industry opportunities), so that students are fully equipped to start a career in option markets.

Topics:

- Option theory fundamental results reminder. Structure of the "financial world" (client typology, role repartition) and organization of a trading room (functions, interactions).
- Pricing principles on vanilla instruments.
- Pricing principles on structured products: basic EMTN payoffs structuration and valuation.
- Implementing models in practice: volatility calibration, "hidden" parameters assessment (correlation), Monte Carlo simulation.

- Wrapping trading strategies into indices: alpha, beta and quantitative approaches.

- Trading basics: Greek risk management (theory vs. market practices).

- Trading main issues through everyday book management.

- How crisis is changing the rules: regulatory environment, credit risk pricing.

- Focus on employment stakes in the financial industry (interviews, jobs, banking industry opportunities).

- Final in-class written exam.

Teaching method:

Our goal is to balance and enlighten theory by concrete market applications to fill the "academic gap". Case studies and "client pitch" simulations will be done with students in class. Financial press analysis (TV/newspapers, research articles) will be performed on specific technical topics.

Banking professionals (sales, traders, structurers, quants) will share their experiences and provide students with tips and advices for interviews.

Grading pattern:

- 25 lecture hours at ESSEC, including case studies with banking professionals. Module combines home exam and final written test:

- On mid-term, a case study will be performed by groups
- On lesson #10, a written exam will be proposed.

The final grade is composed of 50 % of the group case study and of 50 % of the final in-class written exam.

**FINM32206
Gestion bancaire***

Prérequis - cf. : tableaux

**En commun avec les Mastères Spécialisés.*

Objectifs :

Ce cours a pour objectif de donner aux étudiants une vision approfondie du

secteur bancaire : clients, métiers, organisation, gestion financière et gestion des risques, contraintes réglementaires, perspectives à moyen terme.

Thèmes abordés :

- Présentation des principaux métiers de la banque (BFI, Services aux Investisseurs, Banque de détail), analyse du « business model » de chaque métier et des techniques de gestion financière et de gestion des risques mises en œuvre,
- Analyse du cadre réglementaire et de son évolution,
- Etude des stratégies de sortie de crise des principaux groupes bancaires.

Pédagogie :

Cours-discussions.

Evaluation :

Mini-mémoire à réaliser et Etude de cas et Examen final

FINM32217

Advanced Options*

Prerequisite(s) - cf.: tables

**In common with the Specialized Masters.*

Objectives:

The course is intended for students who have a quantitative background. I assume that students have already taken introductory derivatives course where Brownian motion and Black-Scholes model for European options are intensively discussed. For the empirical part, students are strongly encouraged to review the basics of Matlab programming. The course starts with a review of derivatives contracts (forwards, futures, and options) and hedging strategies, followed by the introduction of the properties of the Brownian motion which are necessary for pricing advanced options. We then move beyond Black-Scholes assumptions and examine empirical properties of asset prices. Next we study exotic options and American options, and discuss how to use different

numerical methods to price them (finite-difference and Monte-Carlo). The course also covers alternatives to the Black-Scholes model, the generalized autoregressive conditional heteroscedasticity (GARCH) models, as well as stochastic volatility (SV) models.

Topics:

Risk-neutral pricing. Exotic Derivatives. American options. Finite-difference methods. Monte Carlo Simulation.

Teaching method:

Lectures, computer lab sessions, and home assignments

Grading pattern:

Three home assignments (30 % + 30 % + 40 %), exactly two (2) students per team

FINM32407

Financial Risk Management *

Prerequisite(s) - cf.: tables

**In common with the Specialized Masters and the Master in Finance.*

Objectives:

The objective of this course is to introduce key risk management concepts to students and to illustrate the methods through concrete applications. The MATLAB programming language is used throughout the course.

Topics:

Introduction to MATLAB
Value at Risk and Expected Shortfall (Definition of Measures, Historical and Normal VaR/ES)
Volatility Modelling, GARCH
Option Risk Management
Quantitative approaches to Credit Risk
The Credit Transfer Market
Counterparty Credit Risk
Model Risk, Stress Testing and Scenario Analysis
Bank Regulation and Basel Accords

Teaching method:

The class consists of lectures by the professor covering the theory, accompanied with hands-on exercises on the computer illustrating these concepts.

This will be complemented with a guest lecture by a practitioner.

Grading pattern:

Final Exam (60 %), a project related to the topic of the course, to be completed in groups of 3-4 (40 %).

FINS31351

Financial Policy*

Prerequisite(s) - cf.: tables

**In common with the Master in Finance.*

Objectives:

To provide real world expertise on best practices used by M&A and ECM professionals. A practical approach: how to originate, negotiate and execute profitable deals. The key techniques to being successful and adding value in the deal making industry.

Topics:

Rationale for M&A Transactions, Advanced Company Valuations, Negotiation Techniques & Accounting Optimization, Financial Structuring, Takeovers, Mergers, Divestments, Equity Capital Market Issuances.

Teaching method:

Each session will combine fundamental coursework with real world case studies. Systematic (non-marked) QCM to sustain the learning curve, and momentum. Courses & materials are in English.

Grading pattern:

Oral contribution, case study (40 %), Final exam: case study & Multiple Choices/QCM (60 %).

FINS31353

Politique financière

Prérequis - cf. : tableaux

Objectifs :

L'objectif principal du cours est d'apprendre à diagnostiquer et à résoudre les problèmes financiers de l'entreprise, sous l'angle de la politique financière. Ce cours constitue une synthèse des enseignements de Corporate Finance.

Thèmes abordés :

La gamme des cas utilisés couvre l'ensemble des questions financières, depuis le financement de l'exploitation de l'entreprise jusqu'au choix des politiques financières de haut de bilan liées notamment aux investissements, aux rachats d'entreprises, aux financements hybrides, au LBO et à la politique de dividendes. Le thème de l'évaluation est très présent dans bon nombre de cas.

Pédagogie :

La dynamique pédagogique est assurée par l'analyse de cas réels très typés permettant de bien appréhender les enjeux de situations concrètes.

Evaluation :

Max [(0,5 x C + 0,5 x Q) ; (0,3 x C + 0,7 x Q)] où C représente la moyenne des cas et Q le quiz final.

Les professeurs du département / Faculty Department Members



Florin AFTALION, professeur éminent, honoraire
PhD in Finance, Northwestern University – Doctorat d'Etat en Sciences Physiques, Université de Paris – MBA, Northwestern University – Ingénieur diplômé, Ecole Nationale Supérieure du Pétrole et des Moteurs
A l'ESSEC depuis 1972



Sridhar ARCOT, professeur associé
Co-Responsable du Master in Finance
PhD in Finance, London School of Economics, Master of Finance, London School of Economics, MSc in Accounting & Finance, London School of Economics – Master in Management Studies, Finance, Welingkar Institute of Management, Mumbai, India – B.E. Mechanical Engineering, Malaviya Regional Engineering College, Jaipur, India
A l'ESSEC depuis 2007



Laurent BACH, professeur assistant
PhD in Economics, Paris School of Economics
MRes in Economics, London School of Economics
M.A. in Economics, Paris School of Economics
MSc in Management (Grande école) HEC Paris
A l'ESSEC depuis 2017



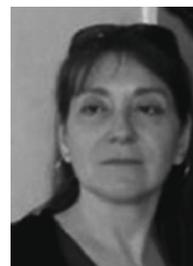
Michel BARONI, professeur
Co-Responsable du département Finance
Co-Responsable du Master in Finance
Habilitation à diriger des recherches – Université Paris-Ouest Nanterre – Doctorat en Sciences de Gestion, Université Paris Ouest-Nanterre – Diplôme d'Etudes Comptables Supérieures – Diplôme d'Etudes Supérieures Economiques, CNAM – Certificat Supérieur d'Expertise Comptable « Relations Economiques » – Diplôme HEC
A l'ESSEC depuis 1989



Christian BITO, professeur enseignant
Doctorat en Sciences de Gestion, Université d'Orléans – Doctorat, HEC – D.E.A. Monnaie Finance et Banque, Université d'Orléans – Diplôme HEC
A l'ESSEC depuis 1984



Romain BOULLAND, professeur assistant
PhD in Finance, Université Paris-Dauphine – MSc in Economics and Statistics, ENSAE – BSc in Economics and Management, Ecole Normale Supérieure
A l'ESSEC depuis 2014



Véronique BUISSON, professeur enseignant associé
Doctorat en Economie et Finance Internationales, Université Paris IX-Dauphine – D.E.A. Economie Monétaire, Université Paris IX-Dauphine – Diplômée de l'Ecole Supérieure de Commerce de Paris – Diplômée de l'INALCO
A l'ESSEC depuis 1996



Patricia CHARLETY, professeur
PhD in Finance, Wharton School, University of Pennsylvania
D.E.A. Economie, Diplôme Institut d'Etudes Politiques de Paris
Master of Finance and Economy, University of Pennsylvania
Diplôme ESSEC
A l'ESSEC depuis 1985



Francis DECLERCK, professeur associé
PhD in Finance, University of Illinois, Urbana-Champaign –
Ingénieur en Agriculture, Institut Supérieur Agricole de Beauvais
(ISAB) – Mastère en Economie et Gestion Internationale Agro-
Alimentaire, ESSEC-IMIA
A l'ESSEC depuis 1996



Andras FULOP, professeur assistant
Co-Responsable du département Finance
PhD in Finance, Rotman School of Management, University
of Toronto – M.A. in Economics, University of Toronto –
MSc in Economics, Budapest University of Economics Sciences
A l'ESSEC depuis 2006



José-Miguel GASPAR, professeur
Directeur du Centre de recherche
PhD in Finance, INSEAD – MSc in Management, Universidade Nova
de Lisboa – MBA, Universidade Nova de Lisboa – BSc in Economics,
Universidade Nova de Lisboa
A l'ESSEC depuis 2003



Jieying HONG, professeur assistant
Campus de Singapour
PhD in Finance, Toulouse School of Economics – European Diploma
in Advanced Quantitative Economics, Toulouse School of
Economics – M.A., Economics, Toulouse School of Economics –
M.A., Finance, Peking University, B.A., Financial Engineering,
Renmin University of China
A l'ESSEC depuis 2013



Laurence LESCOURRET, professeur associé
PhD in Finance, HEC Paris – D.E.A. Analyse et Politique
Economique, EHES, Paris – D.E.A. en Finance, Université Paris IX-
Dauphine EDHEC (Majeure : Finance d'Entreprise)
A l'ESSEC depuis 2004



Junye LI, professeur associé
Campus de Singapour
PhD in Economics, Bocconi University, Milan – MSc of Science
in Economics, Bocconi University, Milan – Master of Engineering
in Systems Engineering, Beijing Jiaotong University, Beijing,
China
A l'ESSEC depuis 2009



François LONGIN, professeur
Doctorat en Sciences Economiques, HEC – Agrégation de
Mathématiques – D.E.A. de Probabilités, Université Paris VI-Pierre
et Marie Curie – Diplôme d'Ingénieur de l'Ecole Nationale des
Ponts et Chaussées – Maîtrise en Mathématiques Pures, Université
Paris VI-Pierre et Marie Curie
A l'ESSEC depuis 1994



Jocelyn MARTEL, professeur
Responsable de la filière Finance
Responsable de la chaire Amundi
Habilitation à diriger des recherches, Université Cergy-Pontoise
PhD in Economics, University of Montreal, Canada – Doctoral
Studies in Economics, University of British Columbia, Canada
MSc Economics, University of Montreal
A l'ESSEC depuis 2009



Patrice PONCET, professeur éminent
PhD in Finance, Kellogg School of Management, Northwestern University, USA – Professeur agrégé des Universités en Sciences de Gestion – Diplômé ESSEC – Maîtrise en Droit Privé, Université Paris II-Assas
A l'ESSEC depuis 1972



Roland PORTAIT, professeur honoraire
Professeur au CNAM - Chaire de Gestion Financière des Entreprises
PhD in Finance, Wharton School, University of Pennsylvania – Diplôme Institut d'Études Politiques de Paris – Ingénieur de l'École Nationale Supérieure des Télécommunications
A l'ESSEC depuis 1973



Sofia RAMOS, professeur associé
PhD in Finance, Swiss Finance Institute, Lausanne University, Switzerland – MSc in Economics, Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, Spain – MSc in Finance, Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, Spain
A l'ESSEC depuis 2015



Andrea RONCORONI, professeur
PhD en Finance, ESSEC-Paris IX-Dauphine – PhD in Applied Mathematics, University of Trieste – MSc in Mathematics, Courant Institute of Mathematical Sciences, New York University – Bachelor Degree in Economics, Bocconi University
A l'ESSEC depuis 2001



Roméo TEDONGAP, professeur associé
PhD in Economics, Université de Montréal – Engineer's degree in Statistics and Quantitative Economics, ENSEA d'Abidjan
A l'ESSEC depuis 2016



Peng XU, professeur assistant
Campus de Singapour
PhD Collaborative Program in Finance and Economics, Department of Economics and Joseph L. Rotman School of Management, University of Toronto, Canada – M.A. Economics, University of Toronto, Canada – Bachelor of Economics, International Finance, Dongbei University of Finance and Economics, China
A l'ESSEC depuis 2009



Vijay YADAV, professeur assistant
Campus de Singapour
PhD in Management, INSEAD – MSc in Management, INSEAD – M.Phil Development Economics, Indira Gandhi Institute of Development Research, Mumbai, India – Master of Statistics, India Statistical Institute, Kolkata, India – BSc Physics, Statistics, and Mathematics, University of Allahabad, India
A l'ESSEC depuis 2011

Les chargés de cours / Adjunct Lecturers

Cette liste est donnée sous réserve de changements.

Sami BIASONI – Alexis COLLOMB – Nathalie COLUMELLI – Gérard DESPINOY – Vincent GOMBAULT – Thomas GOUNEL – Michel JURA – Maxime LAOT – Patrick LEGLAND – Yves LE VERGER – Abbas MOHSENI – Clément PASQUIER-DESIGNES – Grégoire SENTILHES – Jérémy THIERRY – Emmanuel FRUCHARD – Fluvio PEGORARO – Issiaka BERETE – Frédéric AUGUSTE – Frédéric JAUFFRET – Olivier BOSSARD – Christian KAMTCHEUNG – Tristan GUILLAUME – Michel FROMENTEAU – Anne EMILY – Christopher CALLEN – Muriel FAURE – Jean-Luc ANGLADA – Valérie BONIN – Philippe WIND – Patrick LECOMTE – Zeng MING – Eric HURSON – Brett SHADBOLT – Arnaud BAUDOIN – Hock Leong LOO – Fabien MOINIER – M. RAMCHAUDRAN – RAMCHAUDRAN – William ARRATA – Frédéric VALOGNE – Rachid ID BRIK – Christine VERPEAUX

Professeurs visiteurs / Visiting Professors

Au moment de l'impression, la liste des professeurs visiteurs n'était pas définitive.

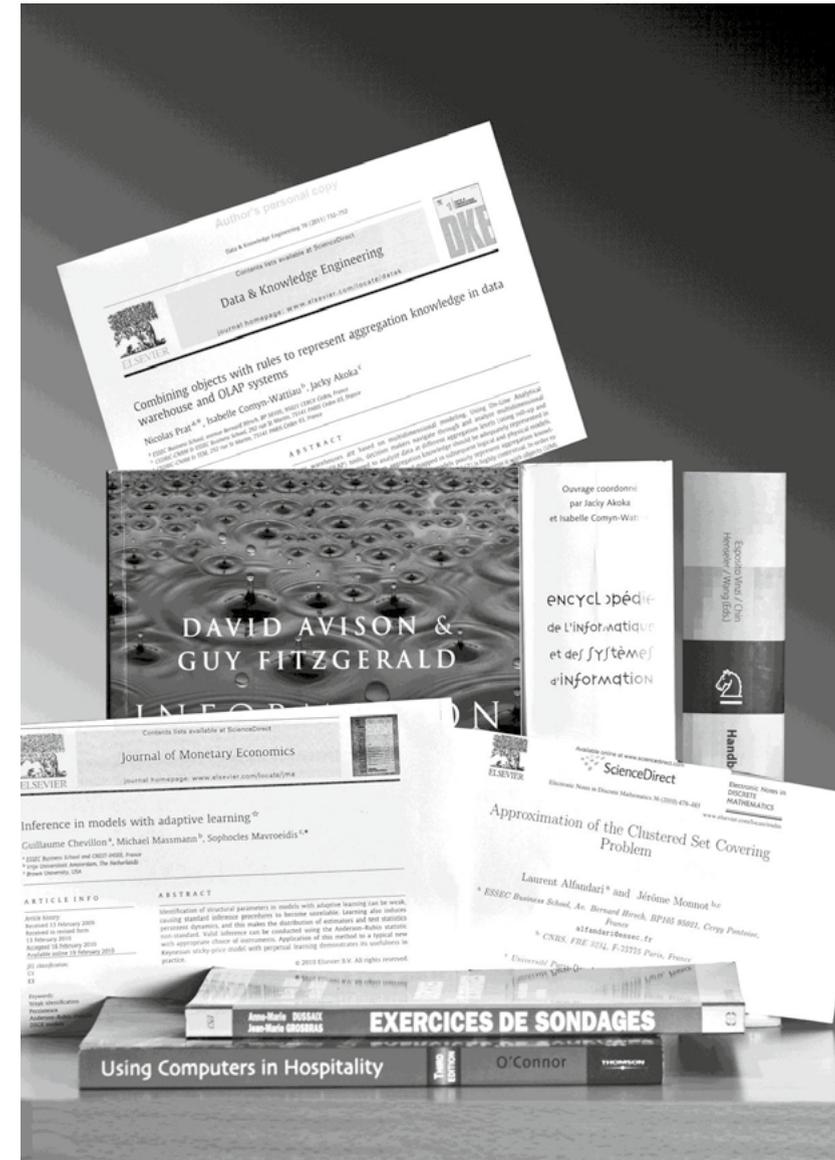
Timothy FISHER,

The University of Sydney, Australie

Fabricio PEREZ,

Arizona State University, USA

Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques / Information Systems, Decision Sciences and Statistics



Professeur responsable de département / *Department Head* : Jeroen ROMBOUTS
 Assistantes / *Assistants* : Patricia FERNANDEZ, Frédérique JEAN-LOUIS

Le département Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques a pour vocation de donner une formation théorique et pratique dans les domaines des systèmes d'information et technologies de l'information, *du business analytics*, de la modélisation stochastique (statistique, économétrie), de l'analyse multivariée (data mining et prévision) des méthodes scientifiques de gestion (analyse de la décision, théorie des jeux et de la négociation, recherche opérationnelle et gestion quantitative des risques). L'idée selon laquelle la conduite efficace des organisations suppose la maîtrise des Systèmes d'Information et Sciences de la Décision se vérifie de manière constante. L'amélioration continue des rapports performance/prix des matériels pour l'industrie, et performance/prix du risque pour les institutions financières et assurances, des technologies de l'information, le développement des progiciels et logiciels de gestion, des probabilistes et statistiques de modélisation des risques et d'aide-à la décision, des réseaux et télécommunications et aussi des stratégies d'extraction d'information à partir de données témoignent du rôle sans cesse croissant des systèmes d'information et sciences de la décision dans tous les processus de décision en entreprise.

Ces systèmes et outils d'aide à la décision sont devenus l'une des clés de la survie des organisations. Leur qualité et leur flexibilité sont déterminantes dans la capacité des entreprises à faire face à la complexité des marchés et à l'accroissement de la taille des données à traiter (*big data*). Ils sont « l'outil indispensable » pour concevoir, développer et mettre en œuvre des systèmes offrant des avantages concurrentiels aux entreprises.

The Information Systems Decision Sciences and Statistics Department provides theoretical and practical instruction in the fields of information systems and technologies, Business Analytics, stochastic modeling (statistics and econometrics), multivariate data analysis (exploratory data mining and predictive modeling), as well as scientific management methods (decision analysis, game and negotiation theory, and operations research and quantitative risk management).

The idea that effective business management requires a thorough knowledge of information and decision sciences has consistently proved true in practice. As can be seen by the steady improvement of equipment price/performance ratios and information technologies, as well as the development of data management software, probabilistic and statistical tools and telecommunications networks, together with strategies for extracting knowledge from data, information and decision systems are playing an ever greater role in supporting the decision-making process related to business.

These systems have become key to organizational survival. *Their quality and flexibility are determinant of a company's ability to handle market complexities and big data. They are "vital tools" in developing and implementing systems that provide businesses with a competitive edge. Information and decision systems have gone from being the purview of a handful of specialists to that of any competent manager who needs to understand and use ever more sophisticated quantitative tools.*

With this in mind, the department offer students a rigorous but practical grounding in management-related issues as its primary objective. Many of the department's courses could be described as "transdisciplinary". Students wishing to familiarize themselves with scientific management methods acquire

De ce fait, les Systèmes d'Information et les Sciences de la Décision ne sont plus seulement l'affaire de quelques spécialistes. Ils relèvent de la responsabilité de tout manager qui doit être capable de comprendre et d'utiliser des outils quantitatifs de plus en plus sophistiqués. En conséquence, l'objectif du département est avant tout d'offrir aux étudiants la possibilité d'acquérir une formation de base rigoureuse mais appliquée aux problèmes de gestion. Un grand nombre de cours du département peuvent donc être qualifiés de cours « transversaux », offrant une culture de base aux étudiants désirant se familiariser avec les méthodes scientifiques de gestion et leur permettant d'en faire l'application dans de nombreuses disciplines. Il s'agit d'une initiation à des concepts, méthodes, techniques, stratégies d'analyse et outils utiles à la compréhension d'autres cours proposés dans le cursus (Filières : Actuariat, Economie et Finance. Chaires : Marketing, Immobilier et Développement Durable et CREAR centre recherche sur le risque) parmi d'autres. Les cours du département Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques contribuent au développement de compétences que l'ESSEC juge indispensables à tout futur manager. Il s'agit, plus particulièrement, de l'excellence analytique (aptitude à la résolution de problèmes, rigueur intellectuelle, maîtrise de la technologie, collecte et traitement de l'information, organisation, modélisation, analyse statistique, interprétation et présentation des résultats) et de la gestion de la complexité (décision dans l'incertain au moyen d'approches d'obtention de l'information, détection de signaux faibles...).

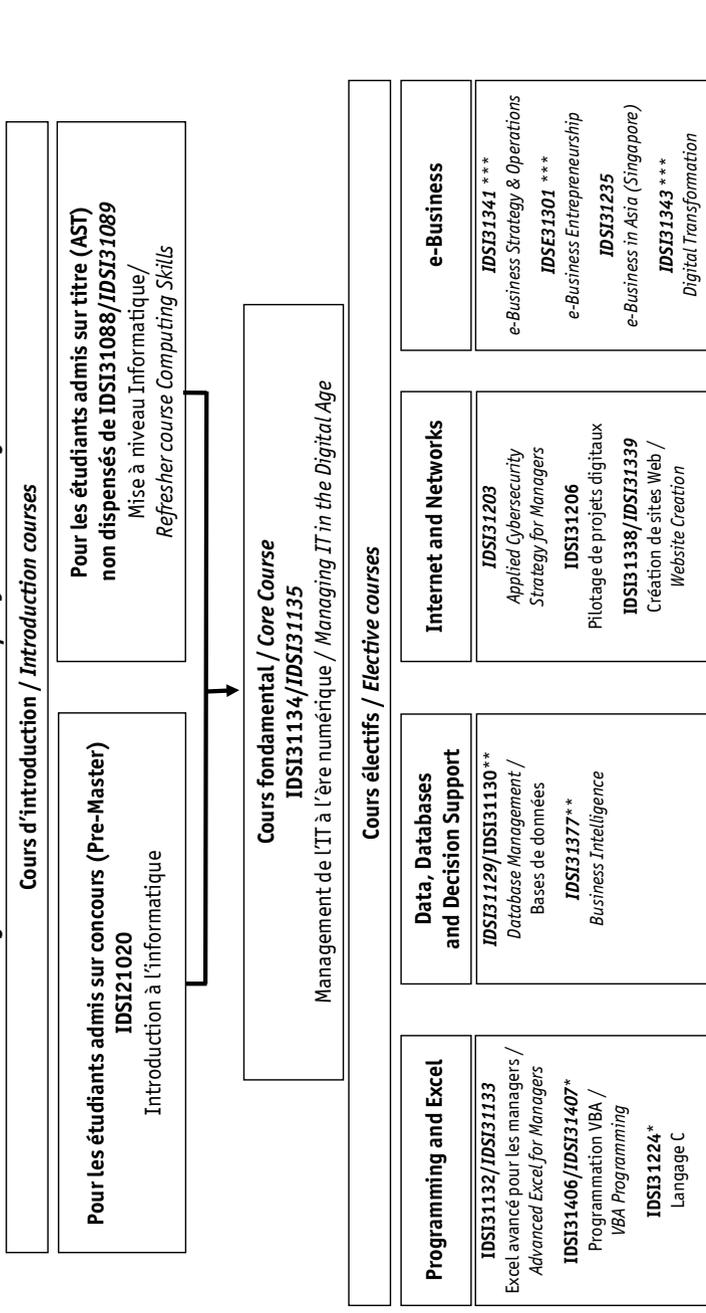
Nous vous invitons à visiter le site <http://ids-department.essec.edu> à partir duquel vous pourrez télécharger notre brochure et vous informer sur les thématiques et activités de recherche de nos professeurs.

basic knowledge that can be then applied to many disciplines. The concepts, methods, techniques, strategies of analysis and tools to which they are introduced will be useful in understanding other courses in their program of study (Tracks: Actuarial Sciences, Economics and Finance). Chairs: Marketing, Real Estate and Sustainable Development, Big Data Analytics and CREAR risk research center) among others.

The Information Systems, Decision Sciences and Statistics Department's courses contribute to what ESSEC believes is the essential toolkit of any future manager. More specifically, they develop analytic excellence (e.g., problem-solving ability, intellectual rigor, thorough command of technology, data collection, organization, modeling, statistical processing, interpretation and reporting of results) and help in managing complexity (e.g., decision making in an uncertain environment by means of information retrieval approaches, weak signal detection).

Please visit our website at <http://ids-department.essec.edu> to download our brochure, which provides information on our faculty's research interests and activities.

Pôle Systèmes d'Information / Information Systems



Le département propose une filière Systèmes d'Information qui peut être suivie totalement en anglais. The department proposes an Information Systems Track fully in English.

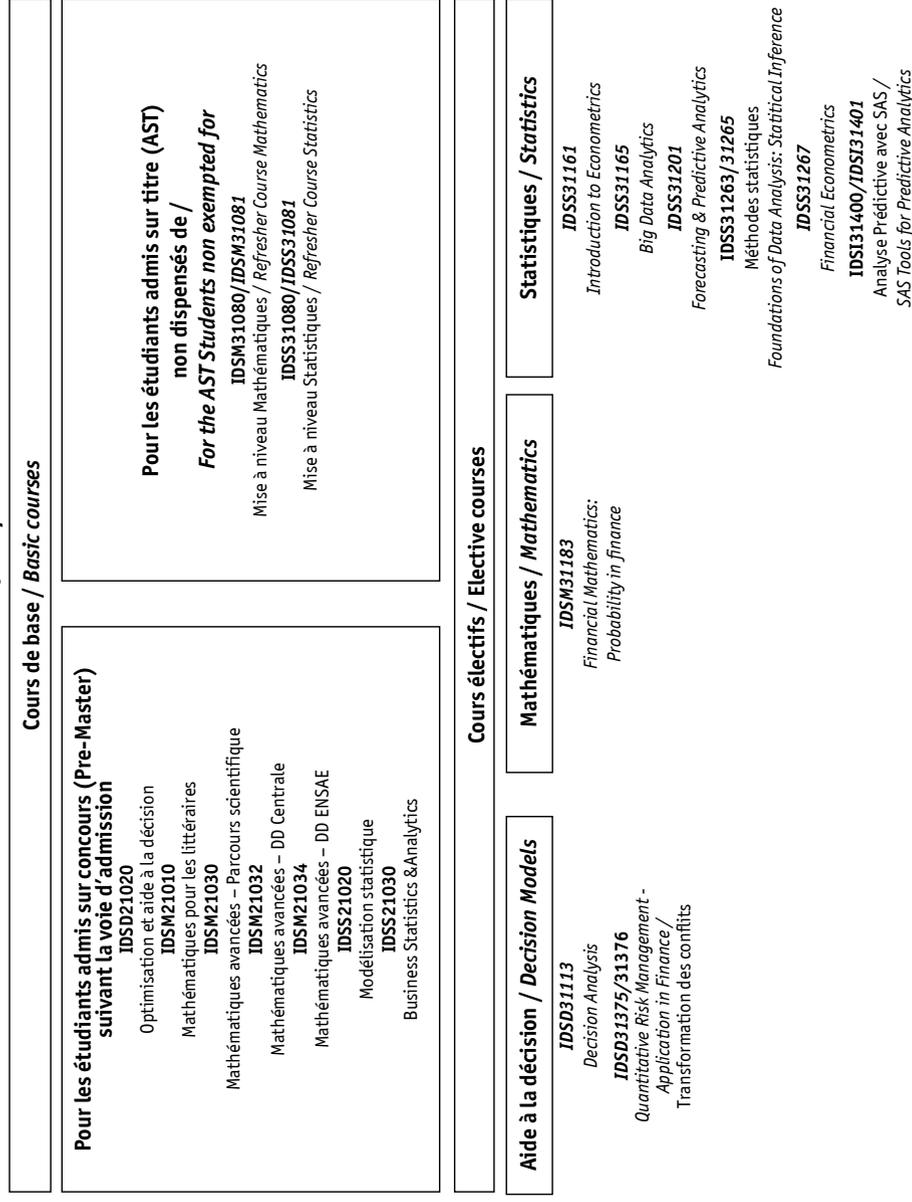
* Cours conseillés dans la filière Actuarial / Recommended courses in the "Actuarial" Track

** Cours obligatoires dans la filière Expertise comptable / Mandatory courses in the "Expertise comptable" Track

*** Cours pour la Chaire Digital Disruption / Courses for the Chair Digital Disruption

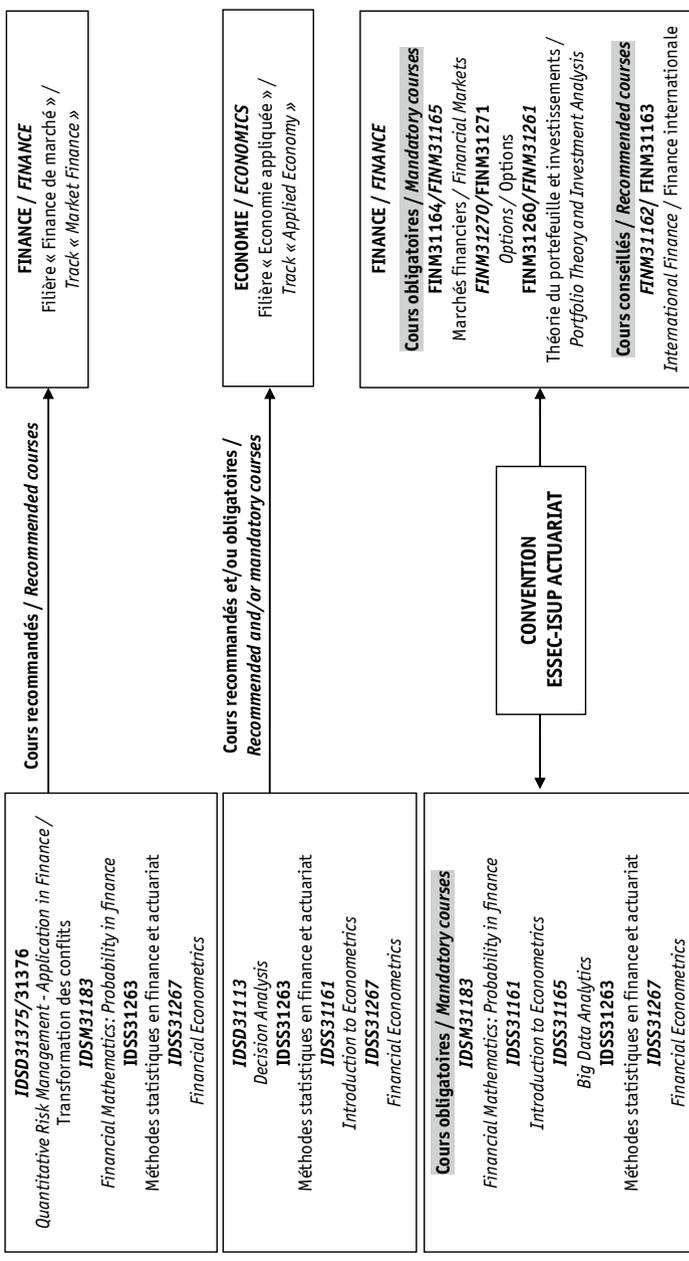
→ Prérequis obligatoire / Mandatory prerequisite

Pôle Sciences de la Décision et Statistiques / Decision Sciences and Statistics



Relations avec d'autres départements : filières et conventions Links with other departments: Special Tracks and Agreements

Département Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques / Information Systems, Decision Systems and Statistics Department



SYSTEMES D'INFORMATION / INFORMATION SYSTEMS (IDS)	Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory prerequisite(s)	Equivalent(s) / Equivalent(s)
Cours de mise à niveau / Refresher course (Réservé aux étudiants admis sur titre / Reserved for the AST students)			
IDS131088	Mise à niveau Informatique	I. Comyn-Wattiau	IDS131089
IDS131089	Refresher Course Computing Skills	F. Chan	IDS131088
Cours fondamental / Core course			
IDS131134	Mgt de l'IT à l'ère numérique	N. Prat	IDS131135
IDS131135	Managing IT in the Digital Age	J. Malaurent	IDS131134
Cours de gestion / Management courses			
IDS31301	e-Business Entrepreneurship	J. Ondrus	
IDS131129	Database Management	I. Comyn-Wattiau	IDS131130
IDS131130	Base de données	I. Comyn-Wattiau	IDS131129
IDS131132	Excel avancé pour managers	N. Prat	IDS131133
IDS131133	Advanced Excel for Managers	N. Prat	IDS131132
IDS131203	Pilotage de projets digitaux	P. O'Connor	
IDS131206	Applied Cybersecurity Strategy for Managers	P. O'Connor	
IDS131224	Langage C	I. Comyn-Wattiau	
IDS131235	e-Business in Asia (Singapore)	J. Ondrus	
IDS131338	Création de sites Web	P. O'Connor	IDS131339
IDS131339	Website Creation	P. O'Connor	IDS131338
IDS131341	e-Business Strategy & Operations	P. O'Connor	
IDS131343	Digital Transformation	J. Malaurent	
IDS131377	Business Intelligence	N. Prat	
IDS131400	Analyse Prédictive avec SAS	G. Chevillon	IDS131401 or IDS31401
IDS131401	SAS Tools for Predictive Analytics	G. Chevillon	IDS131400 or IDS31401
IDS131406	Programmation VBA	N. Prat	IDS131407
IDS131407	VBA Programming	N. Prat	IDS131406

SYSTEMES D'INFORMATION / INFORMATION SYSTEMS (IDS)	Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory prerequisite(s)	Equivalent(s) / Equivalent(s)
Cours de gestion / Management courses (suite)			
IDS131420	Séminaire de département IDS	P. O'Connor	
IDS131421	Seminar in Information Systems	P. O'Connor	
Séminaire de chaire / Chair Seminar			
IDS131433	Seminar on Digital Disruption	P. O'Connor	
SCIENCES DE LA DECISION ET STATISTIQUES / DECISION SCIENCES AND STATISTICS (IDSD)			
IDS031113	Decision Analysis	L. Alfandari	Equivalent(s) Equivalent(s)
IDS031375	Quantitative Risk Management	M. Kratz	IDSD31376
IDS031376	Transformation des conflits	L. Alfandari	IDSD31375
MATHEMATIQUES / MATHEMATICS (IDSM)			
Cours de mise à niveau / Refresher course (Réservé aux étudiants admis sur titre / Reserved for the AST students)			
IDSM31080	Mise à niveau Mathématiques	L. Alfandari	IDSM31081
IDSM31081	Refresher Course Mathematics	L. Alfandari	IDSM31080
Cours de gestion / Management course			
IDS031183	Financial Mathematics	M. Kratz	

STATISTIQUES / STATISTICS (IDSS)	Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory prerequisite(s)	Equivalent(s) / Equivalent(s)
Cours de mise à niveau / Refresher course (Réservé aux étudiants admis sur titre / Reserved for the AST students)			
IDSS31080	Mise à niveau Statistiques	J. Rombouts	IDSS31081
IDSS31081	Refresher course Statistics	J. Rombouts	IDSS31080
Cours de gestion / Management courses			
IDSS31161	Introduction to Econometrics	J. Rombouts	IDSS31160
IDSS31165	Big Data Analytics	V. Esposito Vinzi	
IDSS31201	Forecasting & Predictive Analytics	G. Chevillon	
IDSS31263	Méthodes statistiques	J.-P. Indjehagopian	IDSS31265
IDSS31265	Statistical Inference	O. Klopp	IDSS31263
IDSS31267	Financial Econometrics	J. Rombouts	IDSS31160 or IDSS31161

In italic, courses taught in English.

Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.
Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.

IDSD31113 Decision Analysis

Objectives:

This course presents decision models for managerial decision-making. To locate facilities, plants or distribution centers, plan production and inventory, size human resources, price a product, design a telecommunication network, divide a sales territory into regions, schedule activities in a large-size project: here are some examples of complex decision-making situations for which one's common sense, pocket calculator or intuition is generally not sufficient to see clearly how to proceed and what to do. To launch a new product, invest in a new project, change production technology, are other examples where the decision-maker has to make a bet on the future, i.e. on how the environment will react to his/her decisions, for uncertain gains. How to make a confident decision? How much additional information is worth in such a decision context? Which cognitive biases occur in such decision-making situations?

The course aims at providing answers to these questions. High stakes and big data often lead the decision-maker to seek for decision-support tools. This course is designed to introduce decision analysis and decision-aid techniques to the students.

Topics:

As for methods and models, we will mainly use:

- Linear Programming for modeling optimal planning problems (3,5 sessions)
- Graph Theory for project planning and scheduling (1,5 session)
- Decision trees, probabilities and decision criteria for decision-making under uncertainty (3,5 sessions)
- Game Theory for competitive decisions (1,5 session)

These tools are used in such domains as Supply Chain and Operations Management,

Human Resources, Marketing, Finance and Risk Management.

The ability to analyze, model and structure a decision problem will be more stressed and emphasized than the proper solving techniques, although the participants will learn to use some solving tools.

Teaching method:

The course will alternate presentations, exercises and team workshops using case studies introduced and discussed during the course. Participants are stimulated and encouraged to propose models during class, as well as to use their own experience to discuss the applicability and limits of the proposed models. A challenge will also be proposed and graded.

Grading pattern:

Grading is based on two case studies in team (40 % including challenge and 30 %), an individual modeling test (20 %) and a team exercise (10 %).

IDSD31375 Quantitative Risk Management — Application in Finance

Topics:

This course covers a quantitative aspect of the Risk Management (RM), using probability and statistics to estimate risks. It develops the main theoretical concepts and modeling techniques of QRM, for the students to acquire practical tools to solve real problems of RM like the estimation of the probability of extreme events, or the modelling of dependence between risks, or techniques to validate models. We will discuss risk management (RM) in the context of finance and insurance, but RM technology applies also to other sectors of industry.

Main concepts include loss distributions, risk measures, interdependence and concentration of (extreme) risks, using techniques deriving from probabilistic modeling and statistical analysis, in particular extreme value theory.

This course is strongly recommended for the students who are interested into:

- Financial risk management
 - Market finance
 - Actuarial and financial mathematics.
- as well as students who are curious about ways to prepare their future employer to weather financial crises. It is a compulsory course in the Risk Actuarial Track ESSEC-ISUP.

Prerequisites:

Probability and statistics play a fundamental role in this course; students are expected to have a good knowledge of the basics of these subjects. To complete this course, it is strongly recommended to participate to the seminars on Risk Analysis and Management given by Professionals or Academics twice a month at La Défense EEE. For more information, see: <http://crear.essec.edu/working-group-on-risk/>

Grading pattern:

Two options:

- 1) Final (oral or written) exam (E) + continuous evaluation CC (participation, homework / cases (groups of at most 2 students) or small quiz during a session).
Final grade : (E+CC)/2
- 2) Final exam (E) + mid-term exam (ME) +
Final grade : (E+ME)/ 2

IDSD31376 Transformation des conflits

Objectifs :

La gestion des conflits est une activité conduisant les individus ayant des responsabilités dans une entreprise ou une organisation à chercher à résoudre des conflits pouvant survenir entre eux. C'est donc une activité quotidienne, aux enjeux variés, qu'un futur diplômé doit savoir maîtriser. L'objectif de ce cours de 10 séances est de permettre une compréhension du mécanisme des conflits et des modes majeurs de résolution des conflits, ainsi que des mécanismes de la négociation et de la médiation afin d'en

maîtriser la préparation et la conduite.

Thèmes abordés :

1. Apports conceptuels et théoriques.
2. Jeux de rôles avec mise en situation, permettant une meilleure compréhension des concepts présentés.
3. Analyse de cas historiques (lectures et vidéo).

Evaluation :

L'évaluation du cours porte sur des travaux écrits individuels (mémo d'analyse, fiche de lecture ou recherche thématique) ; elle intègre également la participation au cours des séances.

IDSE31301 e-Business Entrepreneurship

Objectives:

The continued growth of the Internet in parallel with the development of commodity technology resources and tools has fundamentally lowered the barriers to the creation and development of new businesses. Yet, few students fully appreciate the depth and breadth of e-Business models that continue to transform our business and private lives. The purpose of this course will be to explore, in partnership with the students, the breadth of e-Business models with a focus on entrepreneurial ventures and new forms of business that entrepreneurs might leverage. Furthermore, the course also has the explicit goal of helping students recognize how they might create a new business or transform an existing business through entrepreneurial activity.

Learning goals:

On completion, participants will be able:

- To use tools for analyzing and innovating eBusiness models (framework and exploration of types of business models),
- To understand the economic foundations for and variation in e-Business models (e.g., network effects, platforms, niche markets),
- To understand the social and psychological foundations for and

- variation in e-Business models (e.g., customer needs, psychological drivers),
- To put in practice operating principles for e-Business models (e.g., new venture metrics, customer acquisition funnels, crowd-sourcing, lean startup tactics),
 - Develop new e-Business models (entrepreneurial student projects).

Topics:

E-Business models description and design; Economic, social, and psychological foundations; Developing and validating new e-Business models and economics; Monetization; Socialization; Virtualization; Aggregation; Mobilization.

Grading pattern :

A variety of different assessment methods, both practical and theoretical, will be used in this course. Specifically these will include:

- Collaborative knowledge project
- New venture idea development
- Individual participation
- Group participation
- Optional individual assignment.

IDS131088**Mise à niveau Informatique**

Cours de mise à niveau, réservé aux étudiants AST. Total des heures : 12.50

Objectifs :

Ce cours a pour objectif de former les étudiants au tableur Excel, indispensable à tout manager.

Contenu du cours :

- Présentation des principaux concepts d'un tableur
- Etude des principales fonctions (mathématiques, logiques, recherche, etc.)
- Aide à la décision avec un tableur
- Liens entre feuilles de calcul
- Gestion des données avec un tableur
- Création de graphiques

Evaluation :

L'évaluation se fera par des cas à rendre d'une séance sur l'autre et un quiz final sur ordinateur.

La présence en cours est obligatoire et comptabilisée.

IDS131089**Refresher Course Computing Skills**

Refresher Course reserved for the AST students. Contact hours: 12.50

Objectives:

This five-week course provides an introduction to the spreadsheet package Microsoft Excel. This course is intended for AST students with less experience of computing. Spreadsheet applications are indispensable in business. Executives use Excel (or alternative spreadsheet software) to set up simple organizational information systems based on numeric data and also to improve personal productivity. At the end of the course students should be able to use the basic and some advanced features of Excel as illustrated in the course material for their own spreadsheet applications. This course will be delivered primarily through an online self-learning platform. Students will be given access to the platform and are required to go through the self-learning modules in the five-week period. Students can freely choose to work at their own place or at school. Lab sessions are scheduled so students can work in the lab or/and seek guidance from the professor.

Overview of Course Content:

- Introduction to Excel
- Working with Formulas and Functions
- Enhancing Worksheet Appearance
- Expanding Uses of Workbook Data
- Auditing, Analyzing and Consolidating Data
- Exploring Data and Table Features
- Exploring Macros

Grading pattern:

Assessment is based on an online assessment and a written final exam.

IDS131129**Database Management****Objectives:**

Databases are present in every information system (IS). Database Management Systems (DBMS) allow IS specialists to build secure and efficient databases. Managers have to be implied in these projects to answer key questions, such as:

Who is allowed to access information systems? Who classifies information deriving access rights? Which business area must this database cover? Does this database meet our requirements?

The objective of the course is to enable students to play an active role in IS project teams. They will be able to translate functional requirements in database structures. Students will be able to understand the organizational impact of IS choices. The course does not require prior knowledge in IS.

Teaching method:

Each session consists of a half theoretical part and a practical application. At the end of the course, students are able to understand and criticize database solutions, to interact with a database using the SQL language, and to participate in an IS project. Three different softwares are used.

Grading pattern:

Assessment will be based on homework (40 %), a midterm exam (30 %) and a final exam (30 %).

IDS131130**Bases de données****Objectifs :**

Les bases de données sont incontournables dans toutes les fonctions de l'entreprise. Un « bagage » technique minimal est requis. Au-delà, l'objectif du cours est de permettre aux étudiants de jouer un rôle actif dans les comités de projet et de pilotage, apportant la connaissance fonctionnelle aux équipes d'informaticiens

en charge de la mise en place des solutions informatiques.

Ce cours a pour objectif de les amener à jouer le rôle d'utilisateurs avertis, aptes à prendre en compte les impacts organisationnels induits par les choix de ces solutions. Les bases de données sont au cœur de toutes les applications informatiques, qu'elles soient développées en spécifique, ou achetées en tant que solution spécialisée (progiciel) ou solution générique (ERP).

Thèmes abordés :

Ce cours aborde de façon équilibrée les deux aspects suivants :

- participer à la conception d'une base de données,
- manipuler une base de données avec le langage SQL.

Pédagogie :

Chaque séance comprend une partie pratique. Trois logiciels sont étudiés.

Evaluation :

Cas à rendre (par deux) et deux quiz (individuels) sur ordinateur.

IDS131132**Excel avancé pour les managers****Objectifs :**

Ce cours est destiné à permettre aux étudiant(e)s d'acquérir une maîtrise approfondie du logiciel Excel dans le cadre d'une utilisation professionnelle intensive. Ce cours ne nécessite pas de prérequis mais requiert une présence et un investissement continus.

Contenu :

- Méthodologie de conception des applications Excel.
- Fonctions et fonctionnalités Excel avancées.
- Excel et la gestion des données.

Evaluation :

L'évaluation se fera sur le quiz final individuel (100 %).

IDSI31133**Advanced Excel for Managers****Objectives:**

Managers use Excel daily all over the world and spend countless hours doing so. This course aims at teaching the advanced techniques that will save you hours and make it possible to create insightful analyses with Excel very efficiently. A lot of time is spent during the class on practical work with many short exercises and realistic trainings.

Topics:

- Advanced information retrieval functions
- Data tables and pivot tables
- Database functions
- Logical functions
- Text functions
- Dynamic charts
- Conditional formatting...

Grading pattern:

Assessment will be based on 2 practical group cases (30 %) and a final exam (70 %).

IDSI31134**Management de l'IT à l'ère numérique**

Prérequis - cf. : tableaux. Cours fondamentale

Objectifs :

Les systèmes d'information (SI) et technologies de l'information (TI) jouent un rôle stratégique dans les organisations. C'est particulièrement vrai aujourd'hui, à l'ère de la transformation numérique. Les SI/TI sont au cœur du métier de tout manager, quelles que soient sa fonction ou son activité (planification stratégique, définition de campagnes marketing, suivi des performances...). La maîtrise des concepts de base spécifiques aux SI/TI est donc indispensable à tout diplômé ESSEC.

Ce cours fondamental vise à répondre à ce besoin, en démystifiant la technologie.

A l'issue du cours, les étudiants posséderont les connaissances indispensables pour pouvoir :

- Effectuer les choix de SI/TI les plus adaptés aux processus métiers qu'ils auront à gérer ou dans lesquels ils interviendront, qu'il s'agisse de processus opérationnels ou décisionnels. Pour effectuer ces choix sereinement, il n'est pas nécessaire d'être un spécialiste de la technologie, mais il faut en maîtriser les concepts de base.

- Manager la ressource que sont les SI/TI.

Thèmes abordés :

Ce cours fondamental aborde principalement les thèmes suivants : introduction au management des SI/TI ; SI/TI et stratégie; mise en place des SI et gestion de projet ;gestion du changement ; sécurité des SI et protection de la vie privée ; externalisation des SI et cloud computing ; management et reconfiguration des processus métiers ; bases de données et management des connaissances ; progiciels de gestion intégrés (ERP) ; gestion de la chaîne logistique (SCM), identification par radio-fréquence (RFID), Internet des objets ; gestion de la relation client (CRM opérationnel et analytique); transformation numérique et modèles d'affaires ; e-business ; business intelligence, entrepôts de données, et analyse des big data ; média sociaux ; blockchain.

Pédagogie :

Ce cours fondamental a une orientation résolument managériale, il met l'accent sur les implications des SI/TI pour les managers et les organisations. Le cours requiert une participation active des étudiants. Il alterne :

- La présentation théorique des concepts,
- La mise en pratique immédiate via l'utilisation systématique d'études de cas réels, couplée avec d'autres méthodes pédagogiques (par exemple : témoignages d'intervenants, démonstrations de logiciels, discussion de vidéos).

Evaluation :

Participation, cas, projet, quiz.

IDSI31135**Managing IT in the Digital Age**

Prerequisite - cf. : tables. Core course

Objectives:

A modern organization cannot function without information systems (IS), which are applications of information technology (IT) for organizations and individuals. People in organizations are not equipped to deal with situations that occur without knowing about what IS exist in organizations, how they affect organizations and their employees, how they are developed, and how they can be made more efficient and effective. The topic is therefore essential for any management student.

Through a brief presentation of various key issues, application areas, case studies and presentations of students' research and/or own experience, this course discusses a number of key issues concerned with IT and IS in organizations, choices about which together form part of an organization's IT and IS strategy. Learning outcomes include acquaintance with relevant IS strategies and models together with the links with the wider business and business strategy; an understanding about how a number of factors may contribute to the success or otherwise of IS implementation; and an appreciation of the main IS/IT issues in organisations as evidenced by case studies and other literature (including material on the Web).

Course content:

This core course covers the following topics: introduction to the management of Information Systems (IS) and Information Technology (IT); IS/IT strategy; implementation of IS; IS project management; IT security and protection of privacy; IS outsourcing and cloud computing; Business of process reengineering activities; Databases and Knowledge Management; Introduction to Enterprise Resource Planning (ERP), Supply Chain Management (SCM) and Customer Relationship (CRM) systems; Internet of

Things; e-business specificities; Business Intelligence, Data Warehousing and Big Data analysis; and Social media.

Teaching & Learning methods:

Teaching methods include seminars, case studies, articles, videos and other material from the web, group and individual contributions. The course is participative. Many of you can provide real world context for what we will be discussed in the class.

Grading pattern:

Continuous assessment will include some of the following: tests, presentations, reports, case studies and other group and individual contributions.

IDSI31224**Langage C****Objectifs :**

L'objectif de ce cours est d'apprendre la programmation et pratiquer un langage de référence : le C. C'est un langage de haut niveau, structuré et puissant dont la popularité ne cesse de croître. Il devient un standard de fait pour l'apprentissage des langages comme PHP, Java, C++, Javascript

Thèmes abordés :

Le cours aborde à la fois l'algorithmique, donnant aux étudiants les concepts nécessaires à l'écriture facile de « bons programmes » et la programmation en langage C.

Pédagogie :

Les cas utilisés sont des problèmes de gestion classiques.

Evaluation :

L'évaluation se fera sur la moyenne des notes attribuées aux exercices, la participation en cours, en TD et en TP.

IDSI31235**e-Business in Asia**

Given on the ESSEC Campus in Singapore

Introduction:

E-Business is the ability to exchange information and perform transactions between enterprises, their business partners and consumers using electronic

media. The growth in the use of the World Wide Web as a consumer information and transaction media has had a huge impact on the operations and management of most business in the early 21st century. In many cases, the nature and power structure of the entire sector has changed practically overnight.

Organizations of all size are being forced to consider the implications of E-Commerce for their continued growth and survival. Furthermore, e-Business has brought new opportunities for organizations to innovate in different industry sectors. Adopting a managerial approach, this module provides students with the knowledge needed to participate in such decisions. A special focus is given to the Asian markets.

Learning goals:

On completion, participants will :

- Understand the technological elements that drive successful electronic commerce initiatives in Asia;
- Be able to participate in the design, development, implementation and assessment of electronic business projects;
- Understand current trends and issues in the Asian electronic marketplace; and
- Be prepared for the operational, tactical and strategic management of electronic business projects.

Topics:

E-Business technology; B2C and B2B applications in Asia; models and economics; payment; security and trust online; mobile commerce; legal, ethics, and social issues.

Grading pattern:

A variety of different assessment methods, both practical and theoretical, will be used in this course. Specifically these will include:

- An e-Business report and presentation
- Mini-cases and exercises
- Class participation.

IDS131203

Pilotage de projets digitaux

Objectifs :

- Cours en partenariat avec Fabernovel code - Les leaders de la nouvelle économie (Uber, Amazon, etc.) révolutionnent des industries entières grâce au digital. Les organisations doivent désormais consolider leur leadership en utilisant les mêmes règles du jeu. Ce cours enseigne aux décideurs de demain les méthodes agiles de manière interactive.

Thèmes abordés :

Ce cours présente les méthodes et outils utilisés dans la nouvelle économie pour lancer rapidement d'excellents produits web et mobiles et ainsi impacter durablement son marché. Il aborde tout le cycle depuis la conception, la réalisation et jusqu'au lancement et l'optimisation d'un produit Web, en se basant sur les doctrines du Lean Startup, du Design Thinking, du Scrum et du Lean Analytics.

Mots clés : MVP, UX, UI agilité, product ownership, Lean Startup, Design Thinking, Scrum, etc.

Pédagogie :

Le cours est animé par les experts de Fabernovel code (Agile Web Factory) et s'appuie sur le témoignage de nombreux professionnels (startupeurs et C-Level de grandes organisations). Il a pour fil directeur un projet de site ou d'application à concrétiser de manière aussi poussée que possible (zoning, wireframe, voire prototype).

Evaluation :

L'évaluation sera faite au moyen d'un projet d'application ou de site à prototyper.

IDS131206

Applied Cybersecurity Strategy for Managers

Course content and objectives:

In March 2014, the successful start-up MtGox filed for bankruptcy after being hacked and losing \$480 million. In May 2014, retail giant Target was hacked – the

firm compromised 40 million customer credit/debit cards. The CEO and the CIO were fired following this incident.

Lesson learned: if you love your current job as a CEO and want to keep it, or if you care about your business as an entrepreneur, do not neglect your cyber security strategy. Why have LSE, Tepper, Krannert, MIT, and INSEAD launched cybersecurity courses for their MBA students? Because cybersecurity is a very managerial and strategic topic. This course aim is to provide an understanding of information security challenges and an overview of strategic best practices. We believe this course to be essential for any management position implying decision-making in uncertain environments (top management, consultancy, etc.). This course will be an asset for entrepreneurs, risk managers, consultants or future CEOs. The purpose of this course is to highlight the innovativeness of cybercriminals and discuss the implications for cyber security tactics and strategies. This course will help students assess information security risks, react in times of crisis and reflect on cyber security governance and strategy. No IT knowledge is required; we will adopt a business point of view and stay at a strategic level throughout the course.

Topics covered and learning goals:

New cybercrime challenges, hacking techniques (through a managerial lens), unethical and illegal web marketing, data theft and social engineering. Cyberwarfare and collateral damages on businesses. Organizational facets of information security.

Information security risk management: how to identify threats, vulnerabilities, assess risks and set up a risk management plan. Cybersecurity governance, strategies and crisis management: how to plan and react, how to communicate during an information security crisis, which communication tactics and strategies should be favored for which

target media (social networks vs. press vs. internet media).

Learning outcomes include acquaintance with IS security strategy and risk management methods, an understanding of crisis management and communication, and an appreciation of the main issues and challenges in cyber security.

Teaching methods and grading pattern:

A combination of lecture, guest speaks from the industry, case studies and group discussion will be used to achieve the course objectives.

The module will be assessed using a combination of mini-cases and interactive exercises, prepared in groups both in class and between classes, an individual exam, class participation.

IDS131338

Création de sites Web

Objectifs :

La place prépondérante occupée par Internet aujourd'hui fait de la création d'un site web une étape essentielle pour la réussite d'un projet ou d'une entreprise. Ce cours permet aux étudiants de connaître tous les points cruciaux composant la réalisation d'un site web dynamique moderne. La réalisation d'un projet de la conception, à l'implémentation et au suivi assure une plus grande efficacité et plus de pragmatisme lors d'expériences futures en entreprise.

Thèmes abordés :

- Pilotage d'un projet web
- Création d'une identité web
- Création de page en HTML et CSS
- Ajout d'interactivité avec JavaScript
- Gestion d'information dans une base de données
- Utilisation de bibliothèques et de frameworks
- Optimisation du référencement
- Suivi d'indicateurs de performance
- Intégration dans les plateformes sociales...

Evaluation :

L'évaluation se fera sur la réalisation

d'apprentissages individuels (30 %) et sur un projet de groupe (70 %).

IDS13139

Website creation

Topics:

The first part of this course introduces a conceptual framework and process to design websites: strategic analysis, requirement and specification analysis, technical choices, iterative and incremental approach to building a website, and web project management.

The second part presents the state of the art of webpage design. The students will apply all concepts for a personal project using software such as HTML editors, a web programming language, and a database. This course allows students to design and implement a web site and understand the technical issues.

Grading pattern:

The final grade will depend on a written report on requirements and specifications analysis (40 %), the implementation of the project (20 %), and active class participation (40 %).

IDS13141

e-Business Strategy & Operations

Course Content and Objectives:

The growth in the use of both the Web and mobile as a consumer information and shopping media has transformed many sectors. In many cases, the nature and power structure of the entire sector has changed practically overnight. Thus, having a customer focused transaction presence has become a necessity for practically every company, and many companies now exist solely in the online space as "pure-play" electronic businesses.

Adopting a managerial rather than a technical approach, this course provides participants with the knowledge needed to participate in and manage the development of e-Business. Its aim is not to teach coding or other technical skills, but to help

participants understand the processes involved and give them the knowledge and competencies to be able to interact effectively with development professionals.

Learning goals:

The course aims to provide a managerial perspective on contemporary issues surrounding website and e-Business creation. Upon completion, participants should understand:

- The alternative revenue models that can be used to fund e-Business companies;
- The website development process;
- How to successfully drive customers to websites using electronic marketing techniques;
- The role of Social Media and Web 2.0 in customer interactions
- Current trends and issues in the electronic marketplace.

Teaching method:

A combination of lecture, mini-cases and group discussion will be used to achieve the course objectives. Learning will be reinforced through the use of a group project focused on developing and driving business to a specific website.

Grading pattern:

The module will be assessed using a combination of mini-cases and interactive exercises, prepared in groups both in class and between classes, a group electronic marketing assignment, and class participation.

IDS13143

Digital Transformation

Introduction:

The exponential rise of digital technologies over the past couple of years has deeply transformed the world we live in. Companies have had to undergo a radical transformation:

- They need to acquire new competencies; for this, they are ready to entrust "digital natives" with posts of responsibility. These young recruits have to demonstrate their ability to respond to the new

business challenges that the company is faced with,

- They call upon specialized agencies that can provide them with solutions on a given domain of expertise, but without necessarily bringing them a global approach that responds to all the new challenges that they are confronted with. Caggemini Consulting is specialized in accompanying companies in their digital strategy and providing them with a global approach to solving new challenges. We work in all domains of the company: Strategy, Marketing, Distribution, After sales service...

Key principles:

1. Inputs from specialists:
 - a. Consultants specialized in digital marketing, social media..., with cross-sectorial experience
 - b. Guest lecturers from companies that are pioneers in the digital domain (such as: Google, Voyages-sncf.com, BNP Paribas, pagesjaunes.com...)
2. Innovative course content:
 - a. Latest market trends
 - b. An in-depth study of business challenges that companies face in the digital domain
3. Real life case studies:
 - a. Practical application through case studies based on real projects that Caggemini Consulting teams have worked on
4. Interactive format:
 - a. Lecture-based sessions to present the fundamentals
 - b. Workshops/case studies to ensure that students have appropriated the content

Learning goals:

- This course aims at establishing theoretical and practical foundations for the emergence and rationale of the digital transformation of companies. It will help students to confront real issues companies have when they need to adapt themselves to the new digital trends.

- This course will provide students with tactical frameworks and practical experiences for dealing with complex trends and competitive environments. It will explore a variety of available cases in order to illustrate and understand successful and failed cases.
- One objective will be to solve cases where companies had to implement digital transformations at different level of the firm. The students have to present their findings orally in front of a professional jury. The objective is that the student learns how to convince top managers that their solution is the right one.

Topics:

Introduction to Digital Transformation, Transformation of Business models, Customer Experience – Marketing Revolution & Predictive Analytics, Customer Experience – All channels paradigm, Branding & Advertising on Digital channels, Digital Operations, Digital HR / People 2.0, Digital IT, Digital: What's next?

Grading pattern:

3 team case studies, as homework (60%) (Each case represents 20 % of the final grade).
Final team case study, to be presented during session 10 (40 %).

IDS13177

Business Intelligence

Introduction:

Management is about making decisions. In today's business environment, decisions are more and more complex, and the amount of data available for analysis is growing dramatically. In this context, managers are increasingly relying on information technologies to analyze these data and assist them in decision making. This course is about *Business Intelligence (BI)*, defined as *the technologies and processes for collecting, blending, modeling, analyzing and visualizing data in order to gain insights and make better decisions.*

BI plays a critical role in supporting the decision-making process, helping managers to make informed decisions. Moreover, in the age of big data, BI and analytics are key strategic differentiators between companies.

Objective and content:

The course presents *information systems and technologies pertaining to decision making* (including data warehousing, OLAP, dashboards and scorecards, data visualization, big data analysis, and data mining), as well as *BI-specific modeling techniques* (including multidimensional modeling). The course stresses:
 - *hands-on experience with tools*. The tools used in this course are a Transparent Choice (for multi-criterion decision analysis based on the Analytic Hierarchy Process), Table (for data discovery, visualization, and dashboarding), and Orange, a visual data-mining tool based on and compatible with Python (for decision trees, random forests, association rules, and text mining). With these tools, and the underlying models and methods, the course covers the main types of analytics: diagnostic (a.k.a. inquisitive), predictive, and prescriptive analytics.
 - *application to concrete decision examples* from various domains (marketing, finance, operations...).

The ultimate aim of the course is to arm students with the knowledge and skills pertaining to the use of Information Systems (IS) and Information Technology (IT) for decision making.

Grading pattern:

Grading consists in four cases and a project. The four cases check that students master the models, methods, and tools presented in class. The project applies these models, methods, and tools to a concrete (real or fake) decision problem, and critically analyzes the support provided by IS/IT to solve the problem.

IDS131400

Analyse predictive avec SAS

Pour le descriptif de cours, veuillez consulter le cours équivalent IDS131401.

IDS131401

SAS Tools for Predictive Analytics

Introduction:

This course covers the skills required for analyzing data and assembling analysis flow diagrams using the tool set of SAS Enterprise Miner, for both: predictive modeling (decision tree, regression, and neural network models) and pattern discovery (segmentation, association, and sequence analyses).

A minimum level in statistics is necessary for that course, although the course will concentrate more on the tool and software "SAS Enterprise Miner" than the underlying statistical models, which will be introduced at the beginning of each session. The course mixes management, statistics, operations research and computer science skills. It is a tool-oriented course based on a predictive modeling SAS software that will be used in computer rooms. It is complementary to *IDSS31201 "Forecasting & Predictive Analytics"*, *IDSS31165 "Big Data Analytics"* and *IDSS31161 "Introduction to Econometrics"* which are all quantitative methodological courses that present the statistical models. The course is also a complement to *IDS131377 "Business Intelligence"*, which also deals with data mining, but the focus is here on predictive modeling, statistical and regression models.

The course is compulsory for the Chair Strategic Business Analytics and an elective of the track Business Analytics Methods.

Objectives:

Upon successful completion of the course, students should possess an operational knowledge of the SAS Enterprise Miner software in order to achieve the following:
 - Build and understand predictive models such as decision trees, regression models,

neural networks (and other algorithms like SVM, PLS Regression, Knn...)

- Compare and explain complex models
- Design scoring tools, generate and use score codes
- Define a SAS Enterprise Miner project and explore data graphically
- Modify data for better analysis results (transform variables, missing data...)
- Apply association and sequence discovery to transaction data (clustering techniques)
- Use other modeling tools such as rule induction, gradient boosting, and support vector machines

Grading pattern:

The assessment will be based on 3 elements:

- **4 Assignments** on SAS Visual Analytics and Visual Statistics (20 %)
 - **A Case Study**, to be done individual on SAS Enterprise Miner (60 %)
 - A participation grade (20 %)
- NB: this course also prepares to the "SAS predictive modeling" certificate. Two absences are playoffs.

IDS131406

Programmation VBA

Objectifs :

La maîtrise du langage Visual Basic Application est un atout pour les étudiants et, dans certains secteurs professionnels, une nécessité.

Ce cours est destiné aux étudiants souhaitant acquérir une connaissance approfondie du langage de développement d'applications dans l'environnement Excel et, plus généralement, se familiariser avec l'approche Objet. Une bonne connaissance d'Excel est recommandée.

Programme :

- Concepts de la programmation orientée objet.
- Éléments du langage et environnement de développement.
- Gestion des procédures.

- Réalisation et mise en œuvre d'applications.

Evaluation :

L'évaluation se fera sur le quiz final individuel (100 %).

IDS131407

VBA Programming

Objectives:

Mastering the Visual Basic for Application (VBA) language is an advantage for students that want to work faster with Excel and a must in some professional sectors. This course is for students willing to acquire an in-depth knowledge of the language used to add new functions, create automated procedures and develop applications in the Excel environment. A good command of Excel is required.

Topics:

- Basics of programming
- Logical flow control
- Loops
- Manipulation of the Excel object model
- Events
- User forms
- Automated creation of charts and reports...

Grading pattern:

Assessment will be based on 3 group cases (60 %) and a final exam (40 %).

IDS131420

Séminaire de département IDS

Objectifs :

Ce séminaire offre aux étudiants l'occasion d'approfondir leurs connaissances sur différents sujets en systèmes d'information. Le contenu dépendra des intérêts actuels des professeurs et des derniers développements.

IDS131421 Department Seminar in Information Systems

Objectives:

This seminar provides students with an opportunity to deepen their knowledge on different topics in information systems. The content will depend on professors' current interests and latest developments.

IDS131433 Chair Seminar Digital Disruption

Réservé aux étudiants de la chaire.
Voir chapitre « Chaires ».

IDSM31080 Mise à niveau Mathématiques

Cours de mise à niveau, réservé aux étudiants admis sur titre.

Total des heures : 12.50 + examen

Objectifs :

Ce cours donne une mise à niveau sur les fondamentaux mathématiques que sont les techniques de calcul et de dénombrement, les grandes familles de fonctions et leurs graphes, les limites de fonctions, le calcul de dérivées et les intégrales, ainsi qu'une introduction à l'optimisation. Comme Curwin & Slater l'écrivent, "calculus is about the measurement of change. It provides the methodology to calculate the rate of change and indeed, whether the rate of change is decreasing or increasing". Mesurer le changement et optimiser des décisions de production, d'allocation de ressources ou de tarification ont des applications naturelles dans divers domaines du management, notamment en économie, finance et en planification de gestion. Modéliser une fonction de demande est également utile en marketing. Des outils d'analyse quantitative sont alors nécessaires pour évaluer à quel rythme et avec quelle intensité l'environnement économique et managérial est en train d'évoluer, quel est l'impact d'une politique de gestion donnée, ainsi que pour aider à prendre les meilleures décisions possibles.

Pédagogie :

Des exposés magistraux des concepts alterneront avec des études de cas et exercices en séance et des sessions de simulation sur ordinateur.

Evaluation :

- Examen final (80 %)
- Participation & devoirs maison (20 %)

IDSM31081 Refresher Course Mathematics

Refresher Course, reserved for the AST students.

Contact hours: 12.50 + exam

Objectives:

This course gives a refresher of basic mathematics such as counting and sum calculus, graphs of functions, limits and differentiation, as well as an introduction to optimization. As Curwin & Slater say, "calculus is about the measurement of change. It provides the methodology to calculate the rate of change and indeed, whether the rate of change is decreasing or increasing." Measuring change and optimizing decisions or prices have natural applications to various fields of management, especially economics, finance and optimal planning. Modelling a demand function is also useful in marketing. Analytical tools are needed then to evaluate how deeply and how fast the managerial environment varies, to measure what the impact of a given policy is, and also help make the best decisions.

Teaching method:

Educational talks will alternate with case studies and computer-aided simulation sessions.

Grading pattern:

- A written final exam (80 %)
- Participation and Homeworks (20 %)

IDSM31183 Financial Mathematics: Probability in Finance

Objectives:

The main objective is to lay the mathematical, mainly probabilistic, foundations for market finance (portfolio management, risk analysis, pricing options, etc.).

We will revisit and introduce probabilistic concepts, illustrating them with some models, from the binomial model to the Black-Scholes model considered as a first approximation to the real world of option pricing.

These models, artificial from a finance perspective and simple, lead us to essential ideas and important probabilistic methods of the stochastic calculus, used as a foundation to develop more refined models.

Topics:

Probability basics (probability space and random vectors, CLT, conditional expectations...), new notions in probability (stochastic processes, Brownian motion, martingales...), introduction to Itô stochastic calculus, simple models for option pricing (binomial model, Black-Scholes model), hedging, simulation methods.

This course is strongly recommended to the students who are interested into market finance insurance, actuarial science. Mandatory course in the RiskActuarial Track ESSEC-ISUP.

Elective course in the "Financial Market Option" (Finance Track).

Grading pattern:

Two options:

1. Final (oral or written) exam (E) + continuous evaluation CC (participation, homework/cases (groups of at most 2 students) or small quiz during a session). Final grade: (E+CC)/2.
2. Final exam (E) + mid-term exam (ME). Final grade: (E+ME)/ 2.

IDSS31080 Mise à niveau Statistiques

Cours de mise à niveau, réservé aux étudiants AST. Total des heures : 25.00 + examen

Objectifs :

Schématiquement, la statistique peut être découpée en trois grands domaines : la production des données, l'exploration des données et la modélisation aléatoire. La production des données en gestion utilise principalement des techniques de sondage. La statistique descriptive permet d'explorer et de synthétiser les données. La modélisation aléatoire en relation avec les données s'appuie sur des méthodes probabilistes appelées statistique mathématique.

Ce cours vise à présenter les principaux concepts, méthodes et démarches utilisés dans les trois domaines de la statistique. Des exemples concrets sont présentés pour faciliter la compréhension des concepts et méthodes statistiques.

Thèmes abordés :

- Analyse exploratoire univariée
- Les relations statistiques entre deux variables : tableaux de contingence, mixtes, corrélation
- Calcul des probabilités, lois usuelles (binomiale, Poisson, Normale)
- Inférence statistique : estimation d'une moyenne et d'une proportion
- Inférence statistique : qualités des estimateurs
- Inférence statistique : estimation par intervalle de confiance
- Inférence statistique : tests statistiques
Régression linéaire simple

Evaluation :

Le contrôle de connaissances se fera à partir :
- D'un devoir maison (30 %) ;
- D'un examen final (70 %).

IDSS31081**Refresher Course Statistics**

Refresher Course reserved for the AST students. Contact hours: 25.00 + exam

Objectives:

Statistics mainly comprises three large domains. Data production in business basically refers to sampling and surveys. Descriptive statistics allows exploring and summarizing data by means of tables, numerical measures and graphics. Stochastic modeling is based on probabilistic methods that constitute the area of mathematical statistics. This course aims at presenting the main concepts, methods and strategies used in the three domains of statistics. Several real examples will be also presented so as to make the understanding of concepts and statistical methods easier and directly connected to business and related fields where they provide support to decision making processes.

Topics:

Univariate Exploratory Analysis
Statistical relationships between two variables: contingency tables, mixed tables, correlation
Probability and most commonly used random variables: Binomial, Poisson and Normal
Statistical Inference: sampling distributions, estimation of a mean and a proportion
Statistical Inference: quality of estimators
Statistical Inference: confidence intervals
Statistical Inference: hypothesis testing
Simple Linear Regression Model

Grading pattern:

The final grade is composed of:
- Homework (30 %);
- A final exam (70 %).

IDSS31161**Introduction to Econometrics****Objectives:**

This course aims to introduce the basic concepts of econometrics and modeling approaches so that students are able to:
- Implement suitable statistical methods for the construction of econometric models
- Assess the validity of econometric models
- Use econometrics software.
The assimilation of the concepts of this course, learning tools and modeling approaches will be based on examples in the fields of finance, insurance, marketing... Although many software packages exist: Econometric Views (E - Views), RATS, SAS, MATLAB, S -Plus... we will use R in the class room but the students are free to use any software.

At the end of this course, students should be able to build econometric models and use software. They will also have to be able to assess the validity of econometric studies.

This course is required for students who choose Finance Market Track of Finance Department. This course is also a mandatory to access the Risk Actuarial Track - ESSEC- ISUP for the Actuary degree. This course is essential for students who are orientated towards the M2 "Probability and Applications in Finance".

Topics:

Econometrics could be defined as the use of mathematical, statistical and probabilistic tools for the study of economic phenomena apprehended from data in the context of specific business/economics/finance models. Briefly, an economic model is a representation of a formal economic theory. From an economic model, econometrics aims to:
(i) Specify the shape and relationship between the variables used in economic theory to develop an econometric model.
(ii) Estimate the parameters of this specified econometric model.

(iii) To test the assumptions of the economic model that is to say, confirm economic assumptions from observed data.
(iv) Explore the logical consequences of the economic assumptions and the estimated specification (analysis of economic policy measures, conditional prediction, construction of scenarios...).

As mentioned above, the definition of a theoretical framework is a prerequisite for econometric modeling. This practice may, however, be challenged by saying that a priori theoretical models determine the model structure and outweigh the statistical analysis of data. In particular, it is not certain that the patterns of causality between selected variables are correct. Therefore, the current econometric approach starts by searching without a prior theoretical causal relationship between variables from purely statistical methods.

This course will be illustrated using examples specifically oriented finance, economics or marketing following the profile of the students enrolled in this course.

Grading pattern:

Assessment will be based on a final exam (E) and three Homeworks (HW). The final score is calculated as follows: 0, 60 E + 0, 40 HW.

IDSS31165**Big Data Analytics****Objectives:**

This course deals with statistical methods for the analysis of the so-called Big Data. It aims at developing analytical problem-solving skills while presenting quantitative methods apt to support decision-making processes in the face of uncertainty. Participants shall learn how to manage complex data sets with an information retrieval approach. They will use a specialized technology and will work on a statistical project in teams so as to be trained on integrating the thinking of

others in the interpretation and reporting of result.

More specifically, this course provides the students with the methodological principles of the multidimensional data analysis methods most often used in private companies (e.g. in the areas of marketing, quality control, human resources, strategic management, finance, customer satisfaction, credit scoring), in public institutions and for research in social sciences. Furthermore, the course lets the students familiarise with the practice of these methods and how to present the results to decision takers.

Data analysis consists of a set of techniques and methods apt to analyze complex systems characterized by numerous quantitative and/or categorical variables. This course aims at "extracting knowledge from multidimensional data" by exploring, describing, visualizing and synthesizing the relationships between the observed variables when limited information is available on the domain of interest so that structural and typological factors need to be identified.

Typical applications refer to the analysis of survey data, the exploitation of Big Data (by means of the so-called Data Mining approach) characterized by hundreds (see thousands) variables and thousand (see millions) statistical units (e.g. credit card transactions, databases on customers, telephone calls, etc.). In such a case, the aim is to move from raw data to valuable information and knowledge by looking ("mining") for interesting patterns (or departures from patterns) of behaviours in the vast amount of collected numbers and facts. Finally, the course shall enable students to choose the most appropriate data analysis method in accordance with the nature of the variables in the dataset at hand and the objectives of the research itself and to properly interpret the results. This course is mandatory for the Risk Actuarial Track – ESSEC ISUP

Topics:

- Data preparation: merging, sampling and variable transformation techniques;
- Variables selection and discovery in data: Principal Component Analysis, Hierarchical Cluster Analysis among others;
- Classification and Prediction: Regression, Decision Trees, Ensemble Methods, among others;
- Unstructured data, pattern recognition and text mining;
- Data Visualization: plotting and representing the results of the analysis.

Teaching method:

The course will be articulated between four types of activities:

- Lectures: presenting the statistical methods and approaches
- Cases studies in classes: delivered by the lecturers or guest speakers
- Practical applications (Computer sessions): in class or take-home
- Presentations of the results (delivery & feedback): the students will have to present their results in a real-life situation

One of the course's objectives is the practical application of statistical tools used for analyzing data. The software used in this course is R and the students are encouraged to develop their R skills outside class.

Grading pattern:

A statistical analysis of real-life type of data and a case study will be completed by the end of the course. First, the statistical analysis shall be prepared by the students in teams (a written report has to be handed in to the teacher); second, recommendations will be delivered as it would be in a company. There will also be an individual test in class, and students will be graded for participations, discussions and presentations.

IDSS31201**Forecasting & Predictive Analytics****Introduction:**

Forecasting is the main aim of Business Analytics. It is probably one of the most open questions since its very object is to anticipate the future. The advent of Big Data seems to have rendered it possible at last. The aim of the course is for students to understand the **methods of forecasting and predictive analytics which are used in Business and Economics**. The emphasis is put on the **methodological aspects with multiple examples taken from marketing, economics, finance**, with a specific interest in Big Data and internet firms. The students must understand the conceptual difficulties associated with forecast production in order to develop an appreciation of the various techniques and examples studied in the lecture. The aim of the course is to develop students' judgment and critical sense in order to be able to **produce and evaluate operational forecasts**.

To achieve this, they need to understand how forecasting is possible, and how it can go awfully wrong. The recent economic and financial crisis provides a welcome reminder of the latter aspect.

Objectives:

Upon successful completion of the course, students should **possess valuable practical analytical** skills that will equip them with a competitive edge in almost any contemporary workplace. In particular, the knowledge acquired in this course will benefit those who plan careers in analytics, marketing, strategic consulting, financial services, and more.

More formally, the course will provide participants with the following skills and knowledge:

- Understand the importance of forecasting for planning and decision making
- Be familiar with the difference between descriptive and forecasting goals, and understand the notion of predictability

- Understand how different models and methods can be used for forecasting time series and be familiar with popular methods, including automated forecasting techniques
- Know how to evaluate the performance of a forecasting method, and to compare and combine methods

The course is complementary to *IDSI31401 "SAS Tools with Predictive Analytics"* but different in the sense that the focus in the Forecasting & Predictive Analytics course is on understanding the methodology, techniques and limits to forecasting through statistical and econometric analyses. IDSS31201 is more a course on how to use the software SAS for forecasting and prediction.

Topics:

Sessions are as follows, practical examples and business cases from online and offline marketing (sales & demand, innovation diffusions, internet strategies), supply chain and operations (planning...), economics (e.g. business cycles) and finance (asset returns), social networks (online behaviours) are presented in lectures. A forecasting competition takes place throughout the course.

- Forecasting Principles: Characterizing Time Series and the Forecasting Goal;
- Causality
- Assessing Predictions and forecasts
- Monitoring and combining Forecasts
- Data Mining and Robust Forecasts

Grading pattern:

- 1/3 – Continuous assessment
- 1/3 – Quiz
- 1/3 – Project

IDSS31263**Méthodes statistiques en finance et actuariat**

Non programmé en 2017-2018

Introduction :

La statistique est découpée, classiquement, en trois domaines :

- La production des données
- L'analyse exploratoire
- La modélisation probabiliste

La production des données consiste généralement à collecter des données en utilisant des techniques de sondages aléatoires et non-aléatoires, des plans d'expériences ou des techniques de constitution de panels. Ces données peuvent aussi provenir d'organismes de diffusion de données économiques (par exemple l'Insee, l'OCDE...). Le but de l'analyse exploratoire des données, appelée aussi statistique exploratoire est de synthétiser, structurer l'information contenue dans les données. Son rôle consiste à mettre en évidence des propriétés de l'échantillon dont les données sont issues et de suggérer des hypothèses sur la population d'où provient l'échantillon. Un cours sur les «Big Data» propose une extension de cette analyse exploratoire. Dans cette étape, il n'est pas fait référence à un modèle probabiliste. Ce cours porte sur le troisième domaine : la modélisation probabiliste utilisant l'axiomatique de Kolmogorov. Les méthodes utilisées dans ce cadre, constituent la statistique mathématique ou statistique inférentielle.

Les données liées aux observations y sont décrites dans un cadre de modèles aléatoires appelés modèles statistiques. La statistique mathématique a donc pour but de confronter les modèles à la réalité. Elle procède donc par cohérence externe. Cette démarche s'applique dans les domaines aussi variés que la biostatistique qui requiert des compétences statistiques pour la génétique, l'épidémiologie, la biologie, la physique, les études

sociologiques et dans les domaines de la gestion comme l'économie, la finance, le marketing, la gestion des risques pour des banques, des compagnies d'assurance ou des entreprises technologiques...

Thèmes abordés :

Ce cours présente les concepts de la statistique inférentielle qui constitue la branche de la statistique mathématique la plus en relation avec les probabilités. Les données d'observations sont décrites dans le cadre d'un modèle statistique caractérisé par une famille de lois de probabilité généralement paramétrées.

La démarche consiste alors à estimer le(s) paramètre(s) caractérisant la loi de probabilité à partir des résultats observés, construire des intervalles de confiance sur ce(s) paramètre(s) et effectuer des tests statistiques.

Pédagogie :

Les concepts présentés sont illustrés à partir d'exemples issus de la finance de marché, de l'assurance, de la gestion des risques climatiques, industriels en relation avec les valeurs extrêmes.

Ce cours est très vivement conseillé aux étudiants qui s'orientent vers la finance de marché (filière Finance : volatilité, analyse de risque « value at risk », la gestion des risques, valeurs extrêmes, dérivées climatiques, options...), l'assurance et l'actuariat. Ce cours est indispensable pour les élèves s'orientant vers le Master « Probabilités & Applications à la Finance » (Université Paris VI-Pierre et Marie Curie). Ce cours est obligatoire pour les étudiants qui souhaitent s'orienter vers le Risk Actuarial Track (Convention ESSEC-ISUP, diplôme Actuaire). C'est aussi un cours électif de l'option « Finance de Marché » au sein de la filière Finance.

Evaluation :

L'évaluation de ce cours est faite à partir de « devoirs maison » utilisant un logiciel de statistiques (R, XLStat...) et d'un examen (40 % et 60 % respectivement).

IDSS31265

Foundations of Data Analysis: Statistical Inference

Objectives:

The goal of Data Analysis is to discover useful information, to suggest conclusions and to support decision-making from data available to organizations and businesses. In order to correctly interpret its implications, the right statistical data analysis tools are needed. This course is about how to effectively use data in the face of uncertainty: how to collect data, how to analyze it, and how to use it to make inferences and conclusions about real world phenomena. Statistical models are currently used in many fields of business such as financial analysis, econometrics, auditing, marketing research, risk management, etc. The aim of this course is to provide knowledge and skills to interpret and use statistical techniques in a variety of applications.

Grading pattern:

Grading is based on a final exam (40 %) and 3 homework assignments (60 %) in groups of at most 2 students. Homework assignments consist of exercises and practical assignments using statistical packages (R, XLSTAT). The solutions to some exercises will be put on the site of the course, some of them might be discussed during the sessions.

IDSS31267

Financial Econometrics

Prerequisite(s) - cf.: tables

This course is aimed at students interested in dynamic modeling in finance (insurance and actuarial studies).

Objectives:

This course allows students to understand and use the econometric models developed over the last two decades to analyze dynamic phenomena. Case studies on asset price forecasting, portfolio allocation (CAPM), Volatility measurements, etc., illustrate the concepts and tools.

The aim of econometrics is to provide theoretical models with a link to actual data. Hence, empirical implementation is a necessity in such a course. We mainly use R. This course enables students to directly develop an operational modeling ability in market finance, insurance and actuarial science.

Topics:

- Dynamic linear models: ARMA, ,
- Conditional volatility models: ARCH, GARCH, EGARCH... and stochastic volatility,
- Forecasting,

Compulsory course:

- For students who aim for the Actuarial studies / Insurance track and the diploma from the "Institut des Actuaire" (IA, as part of the ESSEC-ISUP agreement).

Accepted course for the:

- Market Finance track, Applied Economics track, Business Analytics Methods Track

Grading pattern:

Course evaluation consists in:

- Homeworks (50 %)
- A final quiz: the aim is to check that students have understood the main concepts of the course (50 %).

Les professeurs du département / Faculty Department Members



Laurent ALFANDARI, professeur
Responsable de la filière Business Analytics Methods
Doctorat en Informatique, (Recherche Opérationnelle), Université
Paris IX-Dauphine – D.E.A. Méthodes scientifiques de gestion, Université
Paris IX-Dauphine – Diplôme ESSEC
A l'ESSEC depuis 2000



David AVISON, professeur éminent
Habilitation à diriger des recherches, Université de Nantes –
PhD « A Contingency Framework for Information Systems Development »,
Aston University – MSc in Applications in computing (CNA), Polytechnic
of North London – B.A. in Economics, University of Leicester
A l'ESSEC depuis 2000



Dominique BRIOLAT, professeur honoraire
PhD en Systèmes d'Information, Université Laval, Québec – D.E.S.S.
Systèmes d'Information, Université Paris I-Panthéon-Sorbonne – Diplôme
Ecole Supérieure de Commerce de Reims – Diplôme Institut d'Etudes
Politiques de Paris – Licence en Sciences Economiques, Université Paris I-
Panthéon-Sorbonne – Certificate in Management Education, Northwestern
University
A l'ESSEC depuis 1972



Frank K.Y. CHAN, professeur associé
PhD in Information Systems, Hong Kong University of Science and
Technology – BBA. in Information Systems and Finance, Hong Kong
University of Science and Technology
A l'ESSEC depuis 2013



Guillaume CHEVILLON, professeur
Directeur académique du MSc in Data Sciences & Business Analytics
M.Phil & D.Phil in Economics, University of Oxford –
Ingénieur des Mines de Paris
A l'ESSEC depuis 2006



Isabelle COMYN-WATTIAU, professeur
Responsable pédagogique du Mastère Spécialisé Management des Systèmes
d'Information en Réseaux
Doctorat d'Université en Systèmes Informatiques, Université Paris VI
Diplôme d'Ingénieur de l'Institut d'Informatique d'Entreprise,
(IIE-CNAM) – Habilitation à diriger des recherches, Université de Versailles
A l'ESSEC depuis 1988



Anne-Marie DUSSAIX, professeur honoraire
Docteur de 3^{ème} cycle en Statistique Mathématique, Université Paris VI-Pierre
et Marie Curie – D.E.A. Econométrie – Licence en Mathématiques Pures et
Appliquées – Licence en Sciences Economiques
A l'ESSEC depuis 1971



Vincenzo ESPOSITO VINZI, professeur
Directeur Général par intérim
Doyen des professeurs
Responsable de la spécialisation "Operations Management and Decision
Sciences" du programme doctoral
Post-Doctoral Fellowship, University Federico II at Napoli, Italy
PhD in Computational Statistics, University Federico II at Napoli, Italy
Master's degree in Business and Economics, University Federico II
at Napoli, Italy
A l'ESSEC depuis 2007



Jean-Pierre INDJEHAGOPIAN, professeur éminent
Responsable scientifique des conventions double diplôme avec Centrale
Supélec et l'ENSAE
Doctorat en Statistiques, Université Paris VI-Pierre et Marie Curie
D.E.A. de Probabilités, Université Paris VI-Pierre et Marie Curie
A l'ESSEC depuis 1970



Olga KLOPP, professeur associé
Habilitation à diriger des recherches, Université Paris-Nanterre
Doctorat en mathématiques, Université Nationale Autonome de Mexico
(UNAM)
Licence et Master, Université d'Etat de Moscou Lomonosov
A l'ESSEC depuis 2017



Marie KRATZ, professeur
Responsable de la filière Actuariat ESSEC-ISUP
Directrice de CREAR – Centre de Recherche Econo-financière
et Actuarielle sur le Risque
HDR – Doctorat en Mathématiques Appliquées-UPMC Paris VI & Center
for Stochastic Processes, UNC Chapel Hill, USA
Actuaire Agrégée de l'Institut des Actuaire
A l'ESSEC depuis 2006



Thomas KUDE, professeur assistant
PhD in Information Systems, University of Mannheim, Germany, Business
School, Area Information Systems
MSc in Management Information Systems, University of Mannheim,
Germany
A l'ESSEC depuis 2016



Yan LI, professeur
Campus de Singapour
PhD in Information Systems, National University of Singapore –
MSc in Information Systems, National University of Singapore –
B.A. in Information Sciences, Nanjing University
A l'ESSEC depuis 2007



Ivana LJUBIC, professeur
Directrice académique du programme ESSEC Executive MBA
Venia docendi for Operations Research, University of Vienna – Doctoral
Studies of Computer Sciences, Faculty of Computer Science, Vienna
Institute of Technology
A l'ESSEC depuis 2015



Julien MALAURENT, professeur assistant
PhD in Business Administration, ESSEC – Doctorat en Sciences de Gestion,
ESSEC-Université Cergy-Pontoise, Master in research-Information Systems,
ESSEC-University de la Sorbonne-CNAM Paris –
Master in International Management, IAE Nantes
A l'ESSEC depuis 2013



Peter O'CONNOR, professeur
Academic Director, MSc in Hospitality Management
Titulaire de la Chaire Digital Disruption
PhD, Queen Margaret University College, Edinburgh, Scotland – Master of
Science (Management Information Systems), School of Business Studies,
University of Dublin, Trinity College, Ireland – Higher Diploma in Hotel &
Catering Management, Dublin Institute of Technology, Ireland Bachelor in
Management Science, University of Dublin, Trinity College, Ireland
A l'ESSEC depuis 1996



Jan ONDRUS, professeur
Campus de Singapour
Directeur de la recherche de la chaire Média & Entertainment
PhD in Business Information Systems, HEC Lausanne, University of
Lausanne, Switzerland – MSc in Information Systems, HEC Lausanne,
University of Lausanne, Switzerland
A l'ESSEC depuis 2007



Nicolas PRAT, professeur associé
Habilitation à diriger des recherches en Informatique – Université Paris-
Dauphine (PSL Research University) – Doctorat en Systèmes d'Information,
Université Paris IX-Dauphine – D.E.A. Informatique, Université Paris IX-
Dauphine – Mastère Spécialisé en Conception
et Gestion des Systèmes d'Information et de Décision, Groupe ESSEC –
Diplôme ESSEC
A l'ESSEC depuis 1999



Jeroen V.K. ROMBOUTS, professeur
Responsable du département IDS
PhD in Econometrics, CORE, Université Catholique de Louvain (UCL),
Belgium – Master in Statistics, UCL, Belgium – Master in Econometrics, UCL,
Belgium – Master in Economics, Katholieke Universiteit Leuven
A l'ESSEC depuis 2013

Les chargés de cours / Adjunct Lecturers

Cette liste est donnée sous réserve de changements.

Olivier ARNAUD - Delphine ATTONATY – Philippe BASTIEN – Florian BRUN – Nicolas CHAINE –
Pierre-Yves CHAMPION - Franck COMBE – Grégoire DE LASSENCE – Dominique FAURE –
Olivier GASSNER – Nhat GILLAIN – Pierre GIRARD – Christophe HARRER – Véronique HEIWI –
Yves MEISTERMANN - Hervé MORAT – Ywan PENVERN – Ricardo PEREZ NUCKEL – Danièle PERRET
GENTIL – Eric PLANTIER – Stéphanie Reetz - Jean-Loup RICHET - Geneviève ROLLET – Jean-Louis
ROQUE – Nicolas SILBERMAN – Sonia SIREYJOL – Samira SI-SAÏD CHERFI – Trong-Tuong TRUONG.

Management / Management



Professeur responsable de département / *Department Head*: Ashok SOM
 Assistantes / *Assistants* : Nathalie DELFORGE, Christiane DESHAIS, Jessica ROUSSEL, Alexandra STENEK-FELDER

Le Management a pour objectif de développer une vision globale de l'entreprise. C'est pourquoi les enseignements du département couvrent les domaines de la Stratégie, de l'Entrepreneuriat, du Comportement Organisationnel, des Ressources Humaines, ainsi que l'imbrication du Management et de l'Entreprise dans son environnement social et politique. Les managers ont un rôle essentiel : ils font la synthèse, ils donnent l'exemple, et ils définissent les priorités. C'est pourquoi les cours et les séminaires préparent à la prise de responsabilités dans l'entreprise en permettant de cerner les questions stratégiques et organisationnelles et en sensibilisant à la dynamique des relations sociales et interpersonnelles dans l'entreprise, notamment par le développement des capacités de réflexion par des cours d'éthique, de psychologie et philosophie. Les questions concernant la stratégie, la structure, les comportements, les ressources humaines et l'initiative entrepreneuriale doivent être mises en cohérence dans la pratique du management. Le pôle Entrepreneuriat ESSEC Ventures développe en particulier la problématique de la création et du management entrepreneurial.

Les enseignements du département comprennent :
 Deux cours fondamentaux, requis pour le Master :
 - MGTP31100 Individus et Organisations
 - MGTS31102 Stratégie et management

Des cours d'approfondissement avec six orientations majeures :
 - Entrepreneuriat
 - Management des Ressources Humaines
 - Management et processus organisationnels
 - Psychologie et développement personnel
 - Stratégie des services et de l'innovation
 - Stratégie

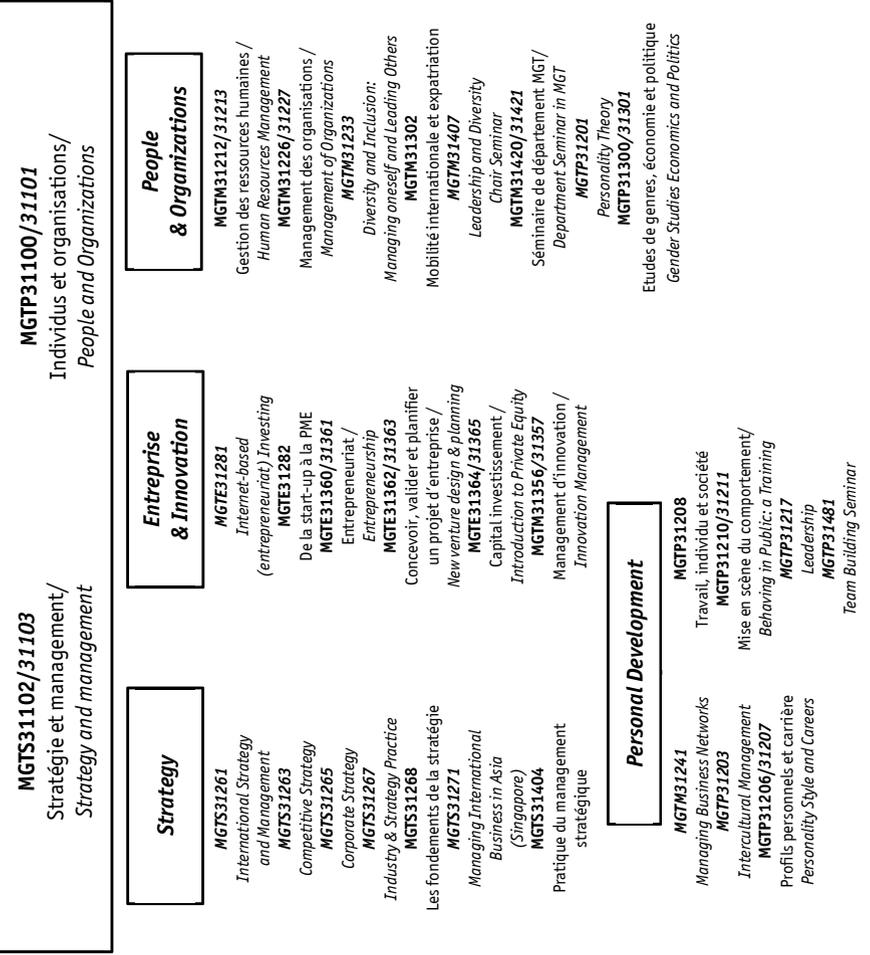
Management endeavors to develop a comprehensive perspective on the firm and its actors. The departmental offer therefore covers the domains of Strategy, Entrepreneurship, Organizational Behaviour, Human Resources, and the social and political embeddedness of Management and the Firm. Managers play an essential role: they provide a synthesis, they set an example, and they define priorities. The courses and seminars offered by the department prepare students for developing an understanding of the firms' strategic and organizational issues, and by creating the awareness of the individual and collective dynamics inside the organization, in particular through the development of individual reflexive skills by courses in ethics, psychology and philosophy. Issues regarding strategy, structure, organizational behaviour, human resources, and entrepreneurship must find mutual coherence in practice. In addition, the ESSEC Ventures Entrepreneurship program particularly develops the specific perspectives of starting and managing a new venture. Teachings of the department include: Two core courses, required for the Master program:

- MGTP31101 People and Organizations
- MGTS31103 Strategy and Management

Specialization courses with six major orientations:

- Entrepreneurship
- Human Resources Management
- Management and Organizational Processes
- Psychology and Personal Development
- Services and Innovation Strategy
- Strategy

Cours fondamentaux / Core courses



Specializations



MANAGEMENT DES SERVICES / SERVICES MANAGEMENT	Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory prerequisite(s)	Equivalent(s) / Equivalent(s)
MANAGEMENT DU SECTEUR DE LA CULTURE / MANAGEMENT OF THE CULTURAL SECTOR			
MGTM31234	Management culturel L. Bibard		
MGTM31235	<i>Creative Industries Management</i> S. Sgourev		
MANAGEMENT DU SECTEUR AGRO-ALIMENTAIRE / MANAGEMENT OF THE AGRIFOOD SECTOR			
MGTS31401	<i>Agrifood Sustainable Dvt</i> O. Fourcadet		
MGTS31403	<i>New Bus. Dvpt-Agri-food Sect.</i> O. Fourcadet		
ENTREPRENEURIAT / ENTREPRENEURSHIP			
MGTE31281	<i>Internet-based Investing</i> H. Bouchikhi		
MGTE31282	<i>De la start-up à la PME</i> H. Bouchikhi		
MGTE31360	<i>Entrepreneuriat</i> H. Bouchikhi		MGTE31361
MGTE31361	<i>Entrepreneurship</i> F. Cavarretta		MGTE31360
MGTE31362	<i>Concevoir un projet d'ent.</i> H. Bouchikhi	(Recommended: MGTE31360 or MGTE31361)	MGTE31363
MGTE31363	<i>New venture design & planning</i> H. Bouchikhi	(Recommended: MGTE31360 or MGTE31361)	MGTE31362
MGTE31364	<i>Capital investissement</i> H. Bouchikhi		MGTE31365
MGTE31365	<i>Introduction to Private Equity</i> H. Bouchikhi		MGTE31364
MGTE31369	<i>Cleantech Entrepreneurship</i> J. Lepoutre		

In italic, courses taught in English.

Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.
Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.

MANAGEMENT & PROCESSUS ORGANISATIONNELS / MANAGEMENT & ORGANIZATIONAL PROCESSES	Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory prerequisite(s)	Equivalent(s) / Equivalent(s)
MGTM31226	Management des organisations G. van Wijk		MGTM31227
MGTM31227	<i>Management of Organizations</i> G. van Wijk		MGTM31226
MGTM31241	<i>Managing Business Networks</i> V. Yakubovich		
MGTM31356	Management d'innovation V. Yakubovich, X. Pavie, K. Yong		MGTM31357, MGTA31141
MGTM31357	<i>Innovation Management</i> V. Yakubovich, X. Pavie, K. Yong		MGTM31356, MGTA31141
MGTM31420	Séminaire de département MGT L. Bibard		
MGTM31421	<i>Department Seminar in MGT</i> L. Bibard		
SEMINAIRE DE CHAIRE / CHAIR SEMINAR			
MGTM31407	<i>Leadership and Diversity Chair Seminar</i> J. Takagi		
MANAGEMENT & HUMANITÉS / MANAGEMENT & HUMANITIES			
MGTM31214	Philosophie et commerce L. Bibard		MGTM31215
MGTM31215	<i>Philosophy and Trade</i> L. Bibard		MGTM31214
MGTP31300	La question des genres L. Bibard		MGTP31301
MGTP31301	<i>Gender Studies, Eco & Politics</i> L. Bibard		MGTP31300
MGTP31204	Ethique et décision L. Bibard		MGTP31205
MGTP31205	<i>Business Ethics</i> L. Bibard		MGTP31204

In italic, courses taught in English.

Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.
Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.

PSYCHOLOGIE ET DÉVELOPPEMENT PERSONNEL / <i>PSYCHOLOGY AND PERSONAL DEVELOPMENT</i>	Responsable(s) du cours / <i>Course coordinator(s)</i>	Prérequis obligatoire(s) / <i>Mandatory prerequisite(s)</i>	Équivalent(s) / <i>Equivalent(s)</i>
Cours fondamental / Core course			
MGTP31100 Individus et Organisations	J. Takagi		MGTP31101
MGTP31101 <i>People and Organizations</i>	J. Takagi		MGTP31100
Cours de gestion / Management courses			
MGTP31201 <i>Personality Theory</i>	J. Takagi		MGTP31200
MGTP31203 <i>Intercultural Management</i>	J. Takagi		
MGTP31206 Profils personnels et carrière	A. Bernard, M. Thévenet		MGTP31207
MGTP31207 <i>Personality Styles and Careers</i>	A. Bernard		MGTP31206
MGTP31208 Travail, individu et société	J. Takagi, A. Ancelin-Bourguignon		
MGTP31210 Mise en scène du comportement	L. Bibard		MGTP31211
MGTP31211 <i>Behaving in Public: a Training</i>	L. Bibard		MGTP31210
MGTP31217 <i>Leadership</i>	K. Strauss, J. Mell, A. Som		
MGTP31324 Transhumanisme	L. Bibard, X. Pavie		CPR031450
MGTP31481 <i>Team Building Seminar</i>	J. Takagi		
RESSOURCES HUMAINES / HUMAN RESOURCES			
MGTM31212 Gestion ressources humaines	J-M. Peretti, J-L. Cerdin		MGTM31213
MGTM31213 <i>Human Resources Management</i>	J-M. Peretti, J-L. Cerdin		MGTM31212
MGTM31233 <i>Diversity and Inclusion</i>	S. Gröschl		
MGTM31302 Mobilité intlle et expatriation	J-L. Cerdin		

In italic, courses taught in English.

**Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.
Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.**

STRATEGIE / STRATEGY	Responsable(s) du cours / <i>Course coordinator(s)</i>	Prérequis obligatoire(s) / <i>Mandatory prerequisite(s)</i>	Équivalent(s) / <i>Equivalent(s)</i>
Cours fondamental / Core course			
MGTS31102 Stratégie et management	H. Hoang		MGTS31103
MGTS31103 <i>Strategy and Management</i>	H. Hoang		MGTS31102
Cours de gestion / Management courses			
MGTS31261 <i>Int'l Strategy & Management</i>	A. Som		MGTS31260
MGTS31263 <i>Competitive Strategy</i>	O. Fourcadet	MGTS31102 or MGTS31103	
MGTS31265 <i>Corporate Strategy</i>	H. Hoang	MGTS31102 or MGTS31103	
MGTS31267 <i>Industry & Strategy Practice</i>	A. Som		MGTS31266
MGTS31268 Les fondements de la stratégie	O. Fourcadet		
MGTS31271 <i>Managing Intl Business in Asia (Singapore)</i>	A. Som		
MGTS31275 <i>Global Strategy & Luxury Bus.</i>	A. Som		
MGTS31404 Pratique conseil en stratégie	J. Barthélémy	MGTS31102 or MGTS31103	
CHAIRE ARMAND PEUGEOT / ARMAND PEUGEOT CHAIR			
MGTS31408 Stratégie pr l'électromobilité	C. Donada		

In italic, courses taught in English.

**Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.
Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.**

MGTE31281 Internet-based (entrepreneurial) Investing

Not taught in 2017/2018

This course is part of the Entrepreneurship program, see chapter "Specialized Tracks".

Topics:

This course teaches how to make the best use of the information and the tools available on the internet to make sound investment decisions, both at the individual and at the corporate levels. It addresses key questions that challenge all entrepreneurs concerned with the most efficient use of their limited resources: where to find the best opportunities (information); how to assess the economic value of target companies (intelligence); how to optimize the allocation of available cash (decision); what are the key drivers of success for an entrepreneurial investor (control).

Objectives:

The subject aims at preparing students to compete in a global investment environment, both as individuals and as entrepreneurs.

Grading pattern:

Evaluation is based on class participation, the quality of the opportunities identified (investment fact sheets), and the effectiveness of the decisions made in the Investment Laboratory.

MGTE31282 De la start-up à la PME

Ce cours est proposé dans le cadre de la filière Entrepreneuriat, cf. : chapitre « Filières ».

Sous-titre : Développer, gérer, évaluer, transmettre une entreprise familiale

Objectifs :

Un parcours initiatique destiné à ceux qui ont la fibre entrepreneuriale et qui souhaitent découvrir l'univers très spécifique du management des entreprises patrimoniales indépendantes.

Ce cours pratique est conçu afin de préparer humainement et techniquement les étudiants :

- Soit à la profession de conseil indépendant en management ;
- Soit à une fonction de « N°2 », puis de dirigeant de PME ;
- Soit au métier de la « fusion-acquisition » ;
- Soit, à mieux gérer au sein de grands groupes, les relations techniques et professionnelles avec des clients ou fournisseurs représentant des petites ou moyennes entreprises indépendantes.

Evaluation :

Moyenne pondérée de :

- Présence et participation au cours (exposés, revue de presse)
- Un devoir portant sur quelques questions de cours
- Une étude de cas.

MGTE31360 Entrepreneuriat

Ce cours est proposé dans le cadre de la filière Entrepreneuriat, cf. : chapitre « Filières ». Prérequis : Aucun, si ce n'est une volonté franche d'entreprendre !

Objectifs :

Sensibiliser les étudiants au monde de l'entrepreneuriat (explorer). Compréhension des outils de base pour créer, reprendre et développer une entreprise.

Thèmes abordés :

- Enseignement des principaux concepts et méthodes à maîtriser ;
- Témoignages d'entrepreneurs ;
- Apports d'experts sur des sujets techniques.

Programme (non exhaustif) :

- Identification des opportunités ;
- Valorisation d'une société ;
- Construction de l'offre ;
- Elaboration des plans de développement ;
- Montage financier, fiscal et juridique ;
- Gestion de la trésorerie et des recouvrements ;

- Organisation des processus majeurs.

Evaluation :

Examen final.

MGTE31361 Entrepreneurship

This course is part of the Entrepreneurship program, see chapter "Specialized Tracks".

Objectives:

The course aims to introduce participants to entrepreneurship as a wealth creation and value adding process, and give them the necessary conceptual and practical background on what is involved in creating a new enterprise. It is oriented toward providing students with the various cultures of entrepreneurial activities (covering fully, but not restricted to, the venture-capital funded startup).

Requirements:

It is recommended for students that have already completed the core courses of an MSc, including strategy, Organizational Behaviour, accounting and corporate finance.

Topics:

Through the various cases and guests, the course also addresses specific themes related to entrepreneurship:

- Funding of nascent firms
- Starting a technology-based company
- Social and responsible entrepreneurship
- Starting new business within an established firm (entrepreneurship).

Teaching method:

This course is based on a resource oriented learning approach and does not use a specific course textbook. Students are responsible for individually reading sources relevant to the course topic, and to conduct case analyses in group. The course will strongly encourage students to prepare prior to class and to actively participate (individually and in groups) through presentations and class

discussions. Class feedback is welcomed and encouraged.

Grading pattern:

This course includes a range of student group assignments, from case presentation to business plan preparation to real startup analysis. Individual evaluation is based mainly on participation.

This course outline applies to sections taught by professor Cavarretta: MGTE31361 in English and MGTE31360 in French.

MGTE31362 Concevoir, valider et planifier un projet d'entreprise

Prérequis - cf. : tableaux

Ce cours est proposé dans le cadre de la filière Entrepreneuriat, cf. : chapitre « Filières ».

Objectif :

Ce cours vise à aider les étudiants à mettre en pratique les connaissances et compétences acquises dans les disciplines de gestion pour concevoir valider et planifier un projet de création d'entreprise.

Les étudiants ayant un projet de création d'entreprise trouveront dans le cours un contexte favorable au test et à la maturation du projet.

Les étudiants qui n'ont pas un projet de création d'entreprise dans l'immédiat pourront y aiguiser leur esprit entrepreneurial et acquérir des outils recherchés et appréciés dans les grandes entreprises.

Résultat :

Des projets menés par des équipes de 3 /4 étudiants. Acquisition d'une méthodologie de conception de validation de projets de création d'entreprises ou de nouvelles activités dans les entreprises établies. Meilleure intégration des connaissances acquises dans les cours spécialisés.

Population :

Les étudiants travaillant sur un projet de création d'entreprise ou intéressés par la pratique de l'entrepreneuriat.

Evaluation :

- Note du projet présenté à la fin du trimestre (50 %)
- Participation et présence au cours (30 %)
- Contribution aux travaux d'équipes (20 %)

MGTE31363**New venture design and planning**

Prerequisite(s) - cf.: tables

Objectives:

The purpose of this course is to enable students to use academic and professional knowledge and skills to turn a venture idea into a business. In the process, the benefits and advantages of a Business Plan are explored.

Students with an interest in launching a new business will be able to get an experience in a hands-on way, and get methodical coaching and guidance in the process.

Students who do not intend to launch a business in the short run will acquire skills in uncertainty management, entrepreneurial marketing, business planning and team-work.

Outcomes:

Real world testing of a business idea, document in a business plans produced by teams of 3-4 students, practical venture design, and hands on integration of the knowledge acquired in specialized courses.

Population:

Students planning to start a company or wanting to hone their entrepreneurship skills in a hands-on way.

Grading pattern:

- Jury awarded team score (40 %)
- Weekly progress reports score (30 %)

- Professor awarded individual score (30 %)

MGTE31364**Capital investissement**

Ce cours est proposé dans le cadre de la filière Entrepreneuriat, cf. : chapitre « Filières ».

Thèmes abordés :

- Enseignement théorique sur les acteurs, les concepts, les méthodes à connaître, les erreurs à éviter.
- Eclairage d'ensemble sur les différents types de capital investissement (du capital risque au LBO en passant par le capital développement); présentation approfondie des outils juridiques (SPA, garantie, pactes, mécanismes incitation des managers) et financiers (structuration de la dette, modélisation LBO).
- Témoignages de professionnels du capital investissement (entrepreneurs, investisseurs, banquiers, avocats).
- Présentation par les étudiants d'un travail de terrain destiné à approfondir tel ou tel aspect du marché du capital investissement.

Evaluation :

- Note collective : question / réponse au cas (20 %)
- Note individuelle au quiz final (20 %)
- Note individuelle au projet de recherche individuel (40 %)
- Participation (20%)

MGTE31365**Introduction to Private Equity**

This course is part of the Entrepreneurship program, see chapter "Specialized Tracks".

Topics:

- Introduction to the private equity industry concepts and stakeholders.
- Analysis of the various ranges of capital investment - from venture capital to LBO; in-depth presentation of legal tools used in capital investment transactions

(share purchase agreement, shareholders agreements, management package...) along with finance and strategy aspects (debt structuring, LBO modelling...).

- Presentation by top professionals in the field (entrepreneurs, investors, bankers, lawyers).

Grading pattern:

- Case studies and final presentation (40 %)
- Participation, readings, mini-essays (60 %)

MGTE31369**Cleantech Entrepreneurship****Course Overview and Objectives:**

Cleantech has become a booming and exciting area of entrepreneurial effort, attracting scientists, policy makers and entrepreneurs around the notion that environmental problems can be solved through technological advancement and growing a sustainable business at the same time. In this course we will introduce the specific challenges of launching new ventures (whether emerging from a small or a large organization) in the cleantech space, and explore how different companies are able to cope with these challenges.

This course has three objectives:

- 1) To help students understand theoretical explanations for the origins of environmental problems grounded in environmental economics and organizational sociology.
- 2) To introduce a number of subdomains in the cleantech space (wind, solar, monitoring and smart-grids) and their respective problems, and
- 3) To have insights on the current state of the art in addressing the challenges in environmental problems within the cleantech industry.

Topics:

Environmental economics, market failures, social movements, business models, environmental consumer behaviour, project finance, venture capital, risk, systemic change.

Teaching method:

This course will use a combination of lectures, case discussions, practical exercises and guest speakers. While the lectures have as their objective to help students to have a solid theoretical understanding of the origins of environmental problems and how entrepreneurs can engage with those, both case examples, as well as guest speaker interventions will make these theoretical objectives as concrete as possible. Each session should help the student to get a better understanding of why some entrepreneurial companies can deal with the challenges of environmental problems in a better way than others.

Grading pattern:

- Team project (60 %)
- Individual Participation (10 %)
- Group Participation (10 %)
- Individual Assignment (20 %)

MGTM31212**Gestion des ressources humaines****Thèmes abordés :**

Ce cours présente d'une part le cadre théorique dans lequel s'inscrit la GRH et d'autre part, l'ensemble des techniques au service de la fonction. La gestion des ressources humaines implique une prise en charge des responsabilités opérationnelles de gestion des hommes par tout cadre dès lors qu'il (ou elle) anime une équipe. « Tous DRH » devient le mot d'ordre du partage de la fonction.

Objectifs :

Ce cours de gestion des ressources humaines est présenté dans un double objectif :

- Situer la fonction ressources humaines, stratégique et contingente, ses principales missions et ses moyens aujourd'hui.
- Sensibiliser les participants aux outils de gestion décentralisée des ressources humaines pour gérer, motiver et développer les potentiels dont ils seront responsables, individuellement et collectivement dans une approche « Tous DRH ».

Pédagogie :

Ce cours utilisera une combinaison de conférences, lectures, discussions, études de cas et exercices. Certaines séances sont organisées en partenariat avec des entreprises afin de donner une perspective très pratique aux étudiants. En particuliers des DRH viennent témoigner sur leurs activités.

Evaluation :

- Individuelle sur la base de la participation en cours et éventuellement d'un mini quiz en fin de cours qui portera sur les concepts vus en cours (présentés en classe ou développés dans les ouvrages et articles exigés pour ce cours).
- En groupe sur la base de :
 - . un projet sur une pratique RH
 - . la présentation d'études de cas préparées en cours.

MGTM31213

Human Resources Management

Objectives:

The people make the place! Future managers - how will you select the right people, and motivate and develop them? This course on human resource management (HRM) is designed for anyone who will be managing people in organizations. Knowing how to select, motivate, develop, and reward talent is going to be critical for anyone from future managers rising through the ranks of multinational corporations to

entrepreneurs starting their own business. This course is not only for those specifically interested in the HR function but aims to develop future potential managers keenly aware of the crucial importance of human resource policies for individual and organizational performance.

Topics:

- Aligning HRM and organizational strategy
- Designing motivating jobs
- Selecting the right candidate for a job
- Managing performance
- Developing leaders
- Managing talent in a global context

Teaching method:

Key aspects of the course will be the critical evaluation of evidence, translating theory into practice, and developing practical skills in relation to managing people. The course will involve case studies, video materials, group work, and experiential exercises.

MGTM31214

Philosophie et commerce

Objectifs :

Le cours a pour objectif d'examiner comment s'est déroulée l'histoire de la philosophie à partir d'une opposition initiale entre philosophie et commerce (époque de la philosophie grecque).

Thèmes abordés :

On s'interroge dans un premier temps sur les raisons de cette opposition entre le commerce et la philosophie. On examine ensuite comment la naissance de la philosophie politique moderne a contribué à rapprocher la philosophie des questions économiques qui gouvernent des domaines entiers de la pensée contemporaine.

Enfin, à la lumière de certains textes de la pensée politique qui s'est développée depuis le XVIII^e siècle, on considère

le commerce en relation avec l'évolution politique du monde contemporain. La question majeure devient alors celle de la liberté. Cette question est abordée à partir de l'étude du mythe du Dieu grec du commerce : Hermès.

Evaluation :

L'évaluation du cours se fait à partir :

- De travaux réguliers des étudiants sur les textes commentés ;
- D'un mémoire rédigé au cours du trimestre sur une question relative à la problématique du cours.

MGTM31215

Philosophy and Trade

Objectives:

Most often then not, classical political philosophers were not sympathetic to trade. The reasons usually concerned "economic externalities", such as (as we shall see) the preservation of moral (religious) and civic virtues of the citizens. But this also reflects a biased attitude of the philosopher towards the political power in the state, respectively the freedom of the subjects. Modern times can also be characterized, among other features, by a change in the views of theorists and philosophers towards trade. These non-economic arguments pro or against trade are important to be known by economists and related specialists: even today, they help us understand the intricacies of world politics, phenomena like religious fundamentalism, anti-Westernism or the cultural resistance to globalization. Without a like understanding, one cannot hope to shape a correct view of current events, from the ongoing economic globalization, to the ascent of international terrorism or the war in Iraq.

Trade is a specific economic activity and, as such, its technicalities are to be learned separately. However, trade cannot be understood without reference to the wider

frame of economic action and, most important, of political intentionality. The course aims at describing, in a loose historical manner, how trade fitted within the philosophical conceptions about economy and politics over time.

Teaching method:

The course is at once theoretical and practical. It deals with various theoretical notions through the analysis of literature and current cultural and social issues.

Grading pattern:

Students' participation and commitment are determinant for the course process.

Assignments will be as follows:

- Individual participation and commitment (20 %),
- 1 case or theoretical study in team, written and presented in class (30 %),
- 1 final thesis in team, written and presented in class (50 %).

MGTM31226

Management des organisations

Thèmes abordés:

Les problèmes d'ordre pratique et stratégique que pose le management nécessitent une analyse fine des aspects humains, économiques et structurels pour pouvoir être résolus de façon satisfaisante. On ne peut améliorer un processus que l'on ne comprend pas. C'est pourquoi le cours aborde les questions de structure, de comportement, et certaines méthodes comme la qualité, puis les problèmes de direction. Les évolutions récentes enrichissent l'analyse dans la mesure où la création de valeur se fait de plus en plus dans des organisations par projet et relativement moins dans des structures industrielles traditionnelles. Ceci ramène l'attention sur le rapport complexe entre structure et comportement. Enfin, la différenciation entre l'organisation de service et l'organisation industrielle permet une mise en œuvre des outils d'analyse pour la

conception des structures pour répondre à la fois aux exigences d'un management intensif des personnes et d'une prestation de qualité irréprochable.

Pédagogie :

L'accent est mis sur l'acquisition des méthodes d'analyse pour l'application pratique et la sensibilisation aux caractéristiques culturelles nationales dans cette démarche. On utilise la méthode des cas, les jeux de rôle et la discussion critique de certaines méthodes de consultants.

Evaluation :

La participation est essentielle. Le questionnement des théories et l'identification de problématiques dans les cas sont fortement valorisés. L'examen final se fait sur la base d'un cas.

MGTM31227

Management des organisations

Objectives:

The aim of this course is to prepare yourself to lead and manage organizations and help each of you to improve your understanding of the processes at hand. Recent organizational developments in the field point towards a change in value creating activities: industrial structures have become a liability, and it is important to have project-based organizations. This understanding will put you in a position to develop your leadership and management skills. By the end of the course you will be able to better "read" the business environment, organizations and actors. You will have enough insights to "think" your organizational action. Working on your analysis of a situation, you will better know yourself and be able to determine effective ways of handling a variety of critical situations.

This course will emphasize the behavioural nature of management and will explore the formal and informal levers by which

managers can achieve results in organizations.

Teaching method:

The class is designed to provide for plenty of discussion, interaction, and feedback. In addition to formal lectures, we will use group discussion, cases, video materials and experiential activities to reinforce the coursework.

Grading pattern:

Class participation will be an important part of the final grade. In particular, you are expected to contribute critical comments on theories, and good questions on the cases. The final exam will be based on a case discussion.

MGTM31233

Diversity and Inclusion: Managing Oneself and Leading Others

Objectives:

The world is changing rapidly. Companies expand beyond their national borders, merge with other companies, and outsource organizational activities and processes globally. Technological advancements and cross-country employment agreements provide opportunities for skilled workers to work outside their home countries. Many countries face aging populations, migration movements, and the challenge to successfully integrate historically disadvantaged groups. Responding to these demographic changes, challenges, and complexities meaningfully requires a sustainable, lasting and consistent leadership approach which goes beyond the traditional 'doing business as usual' mindset of managers.

This course will be helping you to

- Identify contextual and environmental changes and developments leading to increasingly diverse workforces.
- Develop skills enhancing self-awareness and self-assessment.

- Develop interpersonal skills that improve the work-related abilities of members of a diverse workforce
- Identify organizational cultural characteristics and understand their impact on organizational and individual behaviors
- Understand concepts, approaches, and practices related to the management of workforce diversity (hard and soft affirmative action, positive action, quotas, targets, equal opportunity, diversity management, etc)
- Identify current initiatives and best practices, performance related aspects and future trends and challenges in the area of workforce diversity management.

Teaching method:

Course activities include student participation (individually and in groups) through presentations and class discussions, (short) video clips, illustrative of the topics under discussion, case studies, simulations, and experimental exercises and tests.

Grading pattern:

Course marks are based on individual student participation and group presentations. The latter includes the study of a real life organization and its approach toward managing one or several forms of its workforce diversity.

MGTM31234

Management culturel

Thèmes abordés :

Le cours comprend quatre volets thématiques répartis sur les dix séances d'enseignement qui sont assurées par des intervenants de renom.

1. La place de l'art et de la culture dans la société (les aspects anthropologiques, les analyses historiques, le mouvement des idées).
2. Le cadrage économique des activités culturelles : la dynamique des liens entre les activités culturelles et

l'économie générale, la consommation des ménages, les emplois (NAF), les investissements, les produits fiscaux, les comptes en export et import.

3. Les supports institutionnels : tableau synthétique des principales institutions rencontrées dans les activités culturelles.

4. Les marchés des activités culturelles.

Contrôle : des groupes d'étude composés de 3 étudiants préparent pour la dernière séance une présentation sur un thème choisi avec le professeur.

Evaluation :

Pour 2/3 de la note finale après remise du rapport d'étude. La participation compte pour le 1/3 restant de cette note finale.

MGTM31235

Creative Industries Management

Objectives:

The objective of the course is to develop students' understanding of the creative industries and their principles of operation, recognizing what differentiates them from more traditional economic sectors.

Topics:

The format is interdisciplinary, drawing on sociology, economics, organizational behavior and strategy. The course is organized around several themes – opera, theatre, museums, classical music, film and the art market. The discussions of management practices will be informed by business cases and documentaries. The topics of interest are both at the micro level (evaluating and rewarding quality, innovation and risk-taking, fund-raising) and the macro level (industrial structure and competition, costs and revenue, differentiation, internationalization). It is advised that students have already taken Strategy or Organizational Behavior.

Teaching method:

The teaching method is highly interactive. Discussion of the assigned readings will occupy the first part of each session, while the second part will be exclusively dedicated to the discussion of a business case.

Grading pattern:

Class participation and assignments (50 %), final exam (50 %).

MGTM31241**Managing Business Networks****Objectives:**

From single organizations to industries to national economies we find complex networks of relations among individuals, teams, and organizations. The depth and breadth of these networks have always been critical to business success. New media, such as Facebook and LinkedIn, make them more visible, scalable, and manageable, while at the same time require new knowledge and skills to navigate them. The course lays the foundation for the effective management of business relations and networks by equipping you with a deep understanding of the origins, evolution, and outcomes of networks, and by developing your social and emotional intelligence.

Teaching method:

To convey the theory of business networks and impart the skills of network management, the course will engage a variety of learning tools: readings from recent studies, case discussions, videos and simulations, analysis of your own professional relations and networks, and skill-building exercises.

Grading pattern:

Class participation (20 %)
Individual Network Analysis (40 %)
Field-Based Group Project (40 %)

MGTM31302**Mobilité internationale et expatriation****Objectifs :**

Ce cours s'adresse particulièrement aux étudiants en fin d'étude et/ou ceux qui souhaitent réfléchir à la mobilité internationale dans leur vie personnelle et professionnelle. Ceux qui s'orientent vers une carrière en RH ont aussi intérêt à suivre ce cours.

Ce cours couvre les principales questions de la mobilité internationale et de l'expatriation avec deux optiques complémentaires :

1. Sensibiliser les étudiants à la question de la mobilité internationale. Les étudiants auront la possibilité d'aborder les déterminants de l'adaptation à une nouvelle situation internationale. Ils réfléchiront également aux composantes d'une décision d'expatriation des personnes afin d'examiner dans quelle mesure la mobilité internationale peut s'inscrire à la fois dans leur projet personnel et professionnel.
2. Exposer aux étudiants la démarche et les problèmes soulevés par la gestion de la mobilité internationale. Seront abordées entre autres les politiques de recrutement, de formation et de rémunération des expatriés.

Pédagogie :

Ce cours s'organise autour du site « L'expatriation : Préparez votre projet de mobilité internationale ». Les étudiants qui suivent le cours obtiennent l'accès aux ressources de ce site pour le cours et au-delà. Des experts de l'expatriation co-animent un grand nombre de séances.

Ce cours fonctionne dans l'esprit d'un séminaire avec des échanges nombreux entre les intervenants et les participants.

Evaluation :

L'évaluation se fait à 4 niveaux :

1. Un projet de groupe sur une problématique de mobilité internationale choisie par les étudiants (25 %).
2. Une étude de cas en groupe exposée lors de la dernière séance de cours.
3. Les étudiants devront élaborer un « projet international » relatifs à leur mobilité (ou non mobilité). Le projet international comptera pour 50 % de la note finale.
4. La participation au cours est prise en compte selon la formule suivante : Insuffisante=-2/ Faible=-1/ Moyenne =0/ Bonne = +1 / Excellente = +2.

MGTM31356**Management d'innovation**

Pour le descriptif de cours, veuillez consulter le cours équivalent MGTM31357.

MGTM31357**Innovation Management****Introduction:**

This interactive and experiential course will introduce participants to strategies, processes, methods, and tools of innovation management in a global business context. Through a combination of readings, lectures, case discussions, exercises, and assignments, the course will deepen participants' understanding of the key factors of innovative thinking and behavior. Participants will learn effective approaches to creating and maintaining an innovation culture, tapping into a firm's innovation potential, identifying and nurturing the right people and teams as enablers for innovation.

Objectives:

At the end of the course, you should:

- Acquire an understanding of effective approaches to innovation management.
- Develop the skills to analyze and implement a firm's innovation strategy.

- Be able to formulate an innovation strategy and identify the challenges to its implementation.

Main Topics:

- Innovation Strategy
- Principles, processes, methods, and tools of innovative thinking
- Product, business process, and management innovations
- Global network as a source of innovation
- Digital technologies and innovation
- Culture of innovation
- The people factor and innovation in teams

Grading pattern:

Class attendance and participation 20 %
Analytical papers or midterm 40 %
Project and final paper 40 %

MGTM31407**Leadership and Diversity Chair Seminar****Overview:**

T2 & T3. The goal of this seminar is to help students participating in the Diversity and Leadership Chair to deepen their understanding of current preoccupying issues dealing with diversity from the business perspective. It will also contribute to the finalization of student research projects for the chair. The seminar follows a compulsory course that addresses leadership and diversity issues, and introduces students to representatives of different stakeholders who will share their standpoint and discourse, their actions and the anticipated and actual consequences. The seminar highlights the complexities of the field, and through a dialectical process of questioning and reformulating ideas with the presenters, will help students to formulate mental maps of how the field is currently organized, what are the on-going debates in the field and in what direction(s) it is going. Such an

understanding is important for students who will be participating in an increasingly dynamic, complex and diverse business environment. By the end of the seminar, students will be well-versed in all aspects of diversity and will be able to contribute constructively to on-going discussions on diversity on different platforms.

Course Objectives:

- Introducing students to the complexity of diversity issues and discourses
- Becoming familiar with the perspectives of multiple stakeholders and the discussions around these perspectives
- Critically analysing these perspectives and showing how they are related to the research project.

Methodology:

The course combines conceptual, testimonial, and experiential approaches. We draw on three valuable sources of knowledge to accomplish this: 1) theoretical frameworks and research findings from academic research (permanent faculty); 2) business and media accounts (guest speakers from business and diversity-related foundations); 3) student experiences and observations from research projects. The class will be highly interactive, and active participation in discussions is expected.

Grading pattern:

Class Participation & Attendance (30 %)

Final Group Project (70 %)

1. Class Participation & Attendance (30 %) Students are expected to be present at every class and arrive on time. Simply attending classes is not sufficient to obtain a passing class participation grade. Effective class participation entails making insightful comments appropriate to the question under discussion; it requires listening and building on, and advancing the class discussion. Beyond 2 absences, you do not pass and do not get the credits.

2. Final Group project (70 %)

The group project for the seminar constitutes a part of the final chair project. It should place the chair project in the general diversity context as covered in the seminar and also constitutes the conceptual part of the Chair project.

Some other useful points to remember: Class sessions will generally follow the format:

- 60-75 minutes of presentation by guest speakers.
- 60-75 minutes of interactive discussions.
- Summary of the topic.

MGTM31420

Séminaire de département en management

Objectifs :

Ce séminaire porte sur des thèmes variables en fonction des intérêts des professeurs du département comme des intervenants extérieurs. Ce séminaire de recherche à un enseignement d'une durée comparable à celle d'un cours et faisant l'objet d'UV. Mais son optique est orientée sur la recherche.

Pédagogie :

Les étudiants sont co-créateurs des développements de l'enseignement et reçoivent une formation de base à la recherche. Ce séminaire traite de thèmes qui peuvent être renouvelés d'un trimestre à l'autre et qui sont précisés dans l'emploi du temps trimestriel par un descriptif. Ils nécessitent une bonne connaissance générale des matières enseignées en Sciences Humaines, mais aussi des autres disciplines de la gestion. C'est pour cette raison que l'on doit les conseiller à des étudiants ayant déjà effectué une partie de leur cursus de l'ESSEC. Une fois par an, le département propose un séminaire de réflexion sur les relations entre hommes et femmes dans plusieurs perspectives essentielles

aujourd'hui : politique, psychologique, scientifique (cf. : les biotechnologies appliquées à l'humain), religion, etc.

Evaluation :

Le séminaire demande une participation systématique des étudiants et étudiantes aux séances et un travail de discussion sur les thèmes présentés par les professeurs.

MGTM31421

Department Seminar in Management

In 2017-2018, "Aesthetics and Art History"

Objectives:

Aesthetics is a domain of knowledge that relates to the nature of art, beauty and taste. The seminar intends to familiarize students with the history of art, allowing them to better understand the nature of aesthetic judgment and to feel more confident in making judgments of this kind. This objective is most relevant for students interested in the luxury sector, fashion, design or the art market, but also applies to everyone with a taste for art.

Topics:

The seminar is organized around historical periods and art movements – we start with Ancient Rome, through the Renaissance and Modern art, ending with conceptual art. We will look for connections between periods and paintings, compare styles, discuss the principles of representation governing painting in different periods. We will talk about how judgments of beauty and harmony change over time, about evaluation and critical approval, and the connections between the aesthetic and commercial sides of art.

Methodology:

The teaching method is highly interactive. Discussion of assigned readings and team presentations will occupy the first part of each session, while the second part will include the screening of a documentary on the theme of the day. We will also make extensive use of online resources.

Grading pattern:

Class participation and assignments (50 %), final exam or report (50 %).

MGTP31100

Individus et Organisations

Cours fondamentale

Objectifs :

La compréhension et l'apprentissage du comportement organisationnel peut vous apporter une meilleure compréhension de vous-même, des autres et de vos interactions dans le contexte du travail. Le « savoir-être » en entreprise est un élément important de la réussite de votre vie professionnelle... et de l'agrément de celle-ci pour vous et ceux qui vous entourent.

Ce cours a pour objectif de vous permettre de mieux décoder les phénomènes humains dans l'environnement des organisations, c'est-à-dire tout ce que l'individu pense, ressent et fait, afin d'être en mesure d'influencer ce qui se passe et de prédire ce qui risque de se passer.

Comprendre ce qui se passe dans une organisation signifie comprendre :

- Ce qu'est le management des personnes et des équipes ;
- Les comportements des individus (personnalité et comportements, motivation) ;
- Le fonctionnement des groupes et des équipes (fonctionnement, dynamique et performance des équipes, communication, conflit et coopération, pouvoir et leadership) ;
- Les processus organisationnels (culture d'entreprise, changement et innovation, responsabilité sociale de l'entreprise).

Pédagogie :

Le cours se structure autour de ces approches. Il mobilise et articule des disciplines aussi diverses que la psychologie, la sociologie, la

psychosociologie, l'anthropologie, l'ingénierie industrielle.

Evaluation :

- L'évaluation du cours se fait à partir :
- d'un travail individuel,
 - des analyses de cas en groupe, en relation avec les théories mobilisées à chaque séance,
 - de la participation en cours.

MGTP31101

People and Organizations

Core course

Objectives:

The study of organizational behaviour provides a foundation for a better understanding of yourself, of others and of your interactions in the context of work. The "know-how" in a company is an essential element for the success of your professional life. The course will enable you to better decode human behaviour in organizations, i.e., what individuals think and feel, as well as of the processes that govern groups. It will also give you the tools that will help you influence individual and group behaviour, as well as predict the effects of your and others' actions.

Topics:

- The course is structured around three main areas:
- The behaviour of individuals (personality, attitudes, individual differences and motivation);
 - The operation of groups and teams (functioning, dynamics and performance; communication, cooperation and conflict; power and leadership);
 - Organizational processes (corporate culture; change; ethics and corporate social responsibility).

The course draws on several disciplines: psychology, sociology, social psychology, anthropology, to name a few.

Grading pattern:

The evaluation of the course includes:

- Individual work;
- Group work in the form of presentations, analysis of articles or several cases (managerial situations), in conjunction with theories covered in the course;
- In-class participation.

MGTP31201

Personality Theory

Objectives:

A solid understanding of factors which influence personality is imperative in organizational contexts where individuals must work towards effective integration and goal attainment. Organizations can be considered as collectivities of different personalities whose interactions have wider-spread repercussions. Organizations also systematically try to influence individual behaviour through such means as formalized rules and organizational culture. This course provides an overview of key concepts related to personality in the psychological and social psychological literature with the goal of increasing your ability to understand individual behaviour, to analyze interpersonal situations, and to generate potential action plans according to different perspectives.

- To develop the following:
 - Fundamental knowledge of the main psychological theories of personality and individual behaviour.
 - Understanding of their application to management practice.
 - Comprehension of psychological development and change.

Topics:

- Personality theories:
 - Major issues in personality development.
 - Main schools of thought in personality analysis (psycho analysis, behaviourism, cognitive psychology...).

- Methods of research into personality and behaviour.

In the first half of the course, we will systematically cover the main approaches to personality in the literature, and apply concepts to case studies. In the second half, we will apply the approaches to organizational themes such as mental health, leadership and work identity.

Teaching method:

The sessions will include lectures on theoretical approaches, discussion on the concepts presented, in-class discussion of the assigned cases, and from time to time films, role plays, and experiments.

MGTP31203

Intercultural Management

One of the impacts of the current perception of globalization of markets and firms and the internationalization of interactions has been the increasing attention paid to the concept of culture as a key element to be understood and managed, leading to the term "cross-cultural management" and "global leadership". In this context, culture is used as an explanation for national differences in management structure and practices, and is often perceived to be the culprit when difficulties arise in managing diverse workforces. Simultaneously, there is a perceived need for managers to develop more global leadership skills in order to deal with such complications. There are various schools of research concerning culture and management, but there is a tendency to rather uncritically use popular researchers such as Hofstede to explain the impact and implications of culture on management. This course provides a comprehensive approach to understanding intercultural interactions and global leadership issues at both macro- and micro-levels of analysis.

Objectives:

The goals of the course are to:

- Provide a theoretical framework for understanding the concept of culture;
- Provide analytical tools founded in research to assess when and how culture impacts managerial processes (e.g. teamwork, decision-making; leadership); assess the validity of these concepts in management practice.
- Provide the conceptual tools necessary to carry out a culture audit of intercultural management situations
- Identify cultural intelligence as a skill-set that can be developed in order to enhance managerial performance in intercultural situations and global leadership

Topics:

In this course, we examine complementary approaches to thinking about culture and management and global leadership, and discuss the effect of their theoretical and methodological traditions on how culture can be understood.

MGTP31204

Ethique et décision

Il est trivial de souligner que l'éthique est devenue un thème à la mode dans les entreprises privées, publiques, les ONG, etc. Il est encore plus trivial d'insister sur le fait que ce thème sert de faire-valoir aux organisations pour l'image qu'elles doivent entretenir auprès de leurs clients, usagers, etc.

Or, loin de s'ajouter aux organisations, l'éthique en tant que désignation de la nature « juste » ou « injuste », efficace ou inefficace, des comportements individuels et collectifs, à la fois traverse de part en part, conditionne le fonctionnement et les dysfonctionnements organisationnels en leur totalité et témoigne de leurs performances ou de leurs contre-performances sur les trois

plans de l'économie, de la technique, et du sens. C'est en effet lors même de l'épreuve la plus ordinaire ou la plus banale, comme la plus extraordinaire et la plus exceptionnelle, des décisions organisationnelles, que l'éthique se met à son tour à l'œuvre et à l'épreuve.

Pédagogie :

En anglais ou en français, le cours s'efforce de rendre sensible les étudiants au caractère à la fois incessant, extrêmement exigeant et apparemment « ordinaire », des conséquences éthiques de toute décision organisationnelle. Il s'appuie systématiquement pour cela sur des cas réels, issus des événements récents parmi les plus représentatifs (affaire Enron, Nike, etc.). Il interroge enfin les façons les plus efficaces qui permettent à une équipe dirigeante de redresser des situations « éthiques problématiques ». Enfin, le cours se fait à partir d'exposés magistraux, d'études de cas réels et de textes de philosophie économique et politique.

Evaluation :

L'évaluation tient compte de la participation des étudiants, de deux études de cas et d'un mémoire élaboré au cours du trimestre sur une question éthique de leur choix posée lors du cours. Ces travaux peuvent être menés individuellement ou en groupe (trois personnes maximum).

MGTP31205

Business Ethics

Objectives:

This course provides students with an opportunity to hone their understanding of decision making through an inquiry into the foundations of moral reasoning and the analysis that arise in a wide range of business practices, both domestically and globally. The central aim of the course is to enable students to develop a

framework to bridge individual leadership and corporate accountability, i.e. decipher pathologies of power, patterns of prejudice and deal with miscellaneous forms of conflict of interest.

Teaching method:

In order to reach this goal, the course articulates theoretical concepts from social sciences (philosophy, psychology, sociology) with concrete business cases to sharpen students' awareness about stakeholder analysis, business guidelines and codes of conducts, rules of whistle blowing, social ratings and their impact on stock markets. The range of business sectors explored throughout the course embraces various specific industries: Banking, Tobacco, Petroleum, Garments, Internet, Sport Industry, Weapons, etc. This course does not aim to provide matter for learning, but rather to develop thinking. Teaching material is based on a combination of business readings, case analyses, interactive lectures, extensive class debates and videos. Wide space is devoted to discussion in order to compare judgments and hone the students' critical sense. This course also strives to develop an international viewpoint and a grasp of cultural differences. By the time students have completed the 10 sessions, they should have: improved their individual and group skills in identifying and analyzing ethical decisions they will face as managers, discovered how to develop action plans that resolve conflicts of interest, and learned to identify common patterns of success and failure in corporate accountability.

Grading pattern:

Evaluation is based on class participation (30 %), a book essay (20 %) and a final essay about a case study (50 %).

MGTP31206

Profils personnels et carrière

Objectifs :

A l'issue de ce cours, les étudiants seront devenus davantage conscients de leurs forces et de leurs faiblesses personnelles en tant qu'acteurs sur le point de s'engager dans différents types de situations sociales impliquant des choix d'orientation de leur vie adulte (projet de vie, projet de travail, rapport à la société). Ce cours est structuré autour de concepts et de méthodes d'analyse propres à la psychologie et à la sociologie. Il s'agit de mettre en évidence les structures de la personnalité, les systèmes de valeurs et les mécanismes cognitifs propres aux individus, d'une part, d'évaluer les influences relatives de l'environnement social, du milieu familial et du système éducatif sur le développement de la personne, d'autre part. Un accent particulier est également accordé à la compréhension du processus d'insertion professionnelle et des modes d'élaboration de la stratégie de carrière et de vie adulte.

Thèmes abordés :

- Connaissances et styles culturels ;
- La méthode des tests ;
- La relation à l'autre ;
- Les types de personnalité ;
- Les attitudes, valeurs et intérêts professionnels ;
- Les choix d'insertion professionnelle,
- Les motivations et points d'ancrage d'une carrière ;
- L'approche du marché de l'emploi ;
- Le recrutement et la gestion des carrières des jeunes cadres.

Pédagogie :

- Différents types d'outils sont utilisés :
- Questionnaires, tests et exercices auto-administrés ;
- Outils d'analyse statistique multidimensionnelle ;

- Travaux d'introspection et de réflexion personnelle ;
- Analyses écrites et rapports de synthèse ;
- Étude de cas.

Ce cours est donné selon deux formules : cours hebdomadaire et cours bloqué sur une semaine.

Evaluation : un rapport à rendre à la fin du cours.

MGTP31207

Personality Styles and Careers

Objectives:

This course is essentially based on the broad use of tests. Its main objective is to assist students in orientation and preparation for professional life. Becoming more self-conscious and discovering one's preferred ways of using the abilities and competencies one has acquired is a key factor for future success. What happens to us in professional life depends not just on how well we think and interact with others, but also on how we think and develop self- and others-representations. People think and behave in different ways. As a result, misunderstandings can develop. Understanding different styles of thinking, learning and behaviour can help us prevent these misunderstandings, and motivates us to actually come to a better understanding of each other and of ourselves.

All personal styles are not ideally suited to all jobs. If some occupations allow flexibility in styles and the expression of stylistic preferences, other ones tend to reinforce a dominant style. So high-potential or highly talented people are those people whose styles match their patterns of abilities and competencies. To succeed, people need to find compatibility and maintain coherence between how they think, how they behave, professional expectations and their preferred styles.

Topics:

Cultural styles and forms of human intelligence
 Orientations toward others
 Personality styles
 Professional values and interests
 Labour markets orientation
 Career beginning strategies
 Building one's life project

Teaching method:

Use of a broad set of pedagogical tools:

- Tests
- Self-diagnosis exercises
- Case studies
- Data survey
- Written self-report

Grading pattern:

Final self-report accuracy and breadth of analysis.

MGTP31208**Travail, individu et société****Objectifs :**

Ce cours permet aux étudiants de mieux comprendre les enjeux du travail et les éléments qui donnent du sens au travail et au monde professionnel, en relation avec l'évolution des modes de gestion des entreprises et au-delà, les mutations de la société. Il donne des clés pour analyser les comportements et attitudes au travail (les siens et ceux des autres). Ces compétences sont importantes pour toute personne au travail ; elles sont indispensables pour tout manager d'équipe ; elles sont essentielles pour les étudiants qui souhaitent orienter leur carrière vers la GRH.

Le cours permet également de travailler en profondeur son projet professionnel et personnel.

Il permet de valider l'apprentissage – au même titre que le cours Profils personnels et carrière (MGTP31206/207).

Thèmes abordés :

- Le travail dans la société aujourd'hui ;

- Les représentations et la place du travail ;
- Le sens du travail et le sens au travail ;
- La personnalité et ses conséquences pour les relations de travail et la carrière;
- Les éléments et la dynamique de l'identité ;
- Les identités professionnelles et les dynamiques identitaires ;
- Les héritages social, culturel, économique et affectif et leur impact sur les représentations et les choix de travail ;
- Les trajectoires familiale, sociale et professionnelle ;
- Les tensions et conflits entre les divers éléments de l'identité et les divers rôles sociaux, familiaux, professionnels ;
- La responsabilité au travail ;
- L'activité de travail, ses dimensions collective et individuelle ;
- La créativité dans l'activité de travail ;
- La complexité des situations de travail.
- la question du genre au travail

Pédagogie :

La pédagogie repose sur la réflexivité. Elle prend appui sur l'expérience et la subjectivité personnelle des étudiants, ainsi que sur celles d'autres personnes via des films, des interviews, etc.

En séance, elle est constituée d'un va-et-vient entre des ateliers de réflexion, des apports d'expérience et des exposés conceptuels. Entre les séances, le travail prend la forme de lectures et/ou de réflexions individuelles ou écrites.

Evaluation :

L'évaluation se fait sur la base de l'implication (travaux hebdomadaires hebdomadaires avec pénalités en cas d'absences, 60 %) et la réalisation d'un travail final (40 %, réflexion personnelle remise rapidement après la fin du cours).

MGTP31210**Mise en scène du comportement****Objectifs :**

La scolarité des étudiants est telle que, sensibilité et intelligence ne s'appellent pas spontanément l'une l'autre. Or, l'exercice du jugement et son énonciation demandent une synthèse effective et dynamique de ces deux facultés. Afin de préparer avec efficacité les étudiants à la vie en entreprise, il est important de compléter leur formation intellectuelle par un apprentissage de situations concrètes d'interactions interpersonnelles au sein des organisations : relations de pouvoir, négociation commerciale, tenue de réunion, animations de groupes, etc.

Thèmes abordés :

Le département Management se propose de contribuer à ce complément, en proposant aux étudiants une sensibilisation aux techniques théâtrales, étayée d'une réflexion approfondie sur leur apport pour le comportement quotidien dans le milieu du travail.

Pédagogie :

Le cours est articulé autour de deux pôles : un pôle pratique d'exercices et de jeux de rôles, et un pôle théorique permettant aux étudiants de tirer profit sur le plan intellectuel comme sur le plan pratique d'un tel apprentissage.

Evaluation :

Outre une réflexion théorique intermédiaire, l'évaluation du cours s'appuie sur la rédaction d'un mémoire de réflexion sur l'enseignement suivi pendant le cours. Elle suppose donc un double travail d'exécution scénique et d'analyse théorique. Il est à noter que ce cours n'est autorisé qu'aux étudiants n'ayant jamais suivi d'enseignement théâtral antérieur.

MGTP31211**Behaving in Public: a Training****Objectives:**

Public speaking, be it one-on-one or to a larger audience, is a difficult exercise. It's a revealing process. People show themselves not only to others but first of all to themselves.

When people are confronted to others, a whole variety of elements are called into question: the knowledge of the subject matter, skills and competences, etc. In communicating, people listening ability and relationship to the audience are in question. What looks simple and easy in a daily life can suddenly become problematic, and a source of pressure in specific managerial situations. What words to choose? How to tell them? What to do with my body? With my hands? Where to look at? How can I feel myself as a source of meaning which is always at first, on a silent way and sometimes apparently senseless?

A pianist cannot succeed without practising his scales; a dancer cannot dance without stretching at the bar: a public speaker needs to prepare her/his speech as well, performing on stage, in front of an audience.

Teaching methods and Objectives:

A theatrical training, rigorously based, with its games and various exercises can help you find the harmony of emotion and intelligence, of body and thought, necessary to make you an effective public speaker.

Grading pattern:

- Class participation (40 %)
- Group presentation: various works in progress (20 %)
- 1 individual research assignment: end term (40 %)

MGTP31217

Leadership

Objectives and topics:

This course is for students who expect to advance into leadership positions, managing teams and increasing numbers of employees. It aims to provide you with knowledge, skills, and competencies that are needed for effective leadership. This applies whether you intend to work for a large multinational company or to start their own business. This course is dedicated entirely to leadership. It will bring theory and research together with practical insights and experiences. The first three sessions of the course focus on the leader as an individual. You will learn to your traits and characteristics as they relate to leadership, and identify key leadership skills, such as giving feedback and listening, and how you can develop them. You will become aware of your personal philosophy of leadership and you will begin to craft your identity as a leader.

The next three sessions focus on leading teams. We will discuss how to design, structure, and launch a team in a way that sets it up for effective collaboration, as well as how to manage team dynamics along the way. We will also address specific challenges of managing diverse, cross-functional, and global collaboration.

The final three sessions aim to provide you with leadership skillsets that you may need to have when you embark on an international career. These sessions focus on understanding: what are the difficulties and challenges that leaders face in multi-cultural environments. We will explore the leadership role of country managers and their idiosyncrasies, how they balance local demands and global pressures, how they interact with host-country and home-country employees,

and some of the unique leadership competencies this requires.

At the end of the course, you will leave not only with a better understanding of leadership across a variety of contexts and challenges, but also with a clearer view of your own strengths and directions for leadership development.

Teaching method:

The course will involve ten sessions. These sessions will involve interactive exercises, case studies, videos, simulations, discussions, and team work. The course will guide you through a series of exercises that will help you reflect on yourself as a leader, and at the end of the course, you will hand in these completed exercises, and a final essay integrating your reflections. You will also be assigned to a learning team for the duration of the course.

Grading pattern:

Class participation and attendance (25 %); Individual assignment: Self-reflective portfolio (25 %); Group work: Case presentation and report (50 %)

MGTP31300

Etudes de genres, économie et politique

Objectifs :

L'humanité est en passe d'atteindre une étape décisive de son évolution dans le contexte de la révolution technologique contemporaine : la sexualité et la reproduction sont potentiellement désormais totalement indépendantes l'une de l'autre. Ceci tient évidemment entre autres du succès des féminismes, qui ont rendu possible une réelle libération des femmes, et l'égalisation des conditions des sexes devant la loi et dans la société.

Les régressions sont cependant nombreuses et visibles : rien ne semble encore acquis. Il semble utile dans ce contexte, d'interroger l'efficacité des

études de genres, en contrepoint de ce que représentèrent à l'origine les sphères de l'économie et de la politique, domaines respectifs si l'on en croit l'étymologie de chacun des deux termes, de la vie privée et du féminin d'une part, et de la vie publique et du masculin de l'autre.

Thèmes abordés :

Le cours propose une étude sur le long terme des relations entre genres, économie et politique. Il présente quelques résultats essentiels des études de genres concernant les questions d'identités, de leadership, et les relations entre sexes et arts. Il met simultanément en relief quelques enjeux déterminants des relations entre études de genres et philosophie politique dans le contexte contemporain de la mondialisation.

Evaluation :

L'évaluation des étudiants est basée sur trois critères :

- Une participation systématique aux séances du cours (20 %),
- Un mémoire final individuel (30 %),
- Un mémoire final en équipe (50 %).

La satisfaction de chacun des critères est une condition *sine qua non* de la validation du cours.

MGTP31301

Gender Studies, Economics and Politics

Objectives:

In the context of the current technological revolution, humanity is reaching a strikingly important step. Sexuality and reproduction are to become definitely independent from each other. This sounds like a definitive victory of the contemporaneous feminims, which made room to a real equality of the sexes in society, and a real freedom for women who were so far submitted to the male domination.

Regressions nevertheless become visible, slowing the process of women liberation

worldwide. In such a context, it is worth questioning the evolution of the gender studies and their efficiency, contrasted with the difference between economics (supposedly concerning the private and female lives) and politics (supposedly concerning the public and male lives).

Topics:

The course proposes a long term analysis of the relations between economics, politics and genders. It makes clear some definitively important studies on genders' identities, relations to art and leadership, simultaneously to making clear some relations between the gender studies, and some political philosophy insights related to our global world.

Grading pattern:

Grades will be given on the basis of three criteria:

- A systematic attendance to the course sessions, and participation (20 %),
- An individual final paper (30 %),
- A collective final paper (50 %).

Should one of these criteria not be fulfilled, the student would not graduate the course.

MGTP31324

Transhumanisme : enjeux économiques, sociétaux et philosophiques

*Cours en ligne.***Objectifs :**

Qu'impliquent comme enjeux les considérables avancées techniques, technologiques, scientifiques ainsi que les idéologies qui, ensemble, nous promettent de transcender l'humain ? De le faire vivre jusqu'à près de 1000 ans ?

1. Comprendre sur le plan théorique, et s'appropriier personnellement sur la base d'exemples concrets, les notions et les enjeux historiques, économiques et philosophiques du transhumanisme
2. Comprendre et s'appropriier également les termes de progrès / innovation /

développement en contrepoint d'une compréhension approfondie des sciences et des techniques

3. Prendre conscience du rôle en pratique et de la responsabilité éthique de chacun dans ce contexte inédit de l'évolution de l'espèce humaine
4. Savoir s'orienter dans un contexte de frontières – de plus en plus ? – poreuses entre développement humain individuel et croissance collective des organisations
5. Être capable de se poser les questions pertinentes et de contribuer pour soi-même et pour son environnement à un questionnement spécifique de notre temps sur la base d'un débat ouvert, « sans tabou », clair et approfondi, pour et contre le « transhumanisme » afin de dépasser, à l'issue, l'opposition pour savoir à titre personnel comme eu égard à la vie sociale, comment se comporter par rapport à ces questions
6. Acquérir les outils pour gérer au mieux et concrètement, selon son propre point de vue, avec pertinence le rapport entre contrôle et non contrôle ou écoute de la réalité et de l'expérience.
7. Comprendre le transhumanisme pour les organisations, à la fois comme opportunité (nouveaux business model, produits, services) et comme menace (quid du salarié de demain ?)

Pédagogie :

Les modalités sont celles expérimentées par le programme BYOC à travers 10 séances. A cela s'ajoutent lectures, travail de cas : Du pacemaker à carmat, le cas du cœur artificiel (réparation des corps), l'exosquelette (amélioration des corps, la PMA et tous thèmes liés à la reproduction des humains – dont l'utérus artificiel, etc.), le sens des mouvements écologistes, l'altermondialisme, l'évolution de l'agro-industrie. Intervention de spécialistes du thème

Evaluation :

Toutes les 3 séances un quiz de validation des acquis est proposé (l'ensemble des quiz représentent 60% de la note (3 x 20 %). L'évaluation finale (40 %) consiste en la rédaction un cas « transhumaniste » actuel qui doit mettre en perspective les enjeux économiques, sociétaux et philosophiques.

MGTP31481

Team Building Seminar

Objectives:

This is a seminar course open to ESSEC students at the end of their curriculum. You will not only acquire group animation skills and learn how to effectively create working teams, but also how to organize and run team-building sessions and build upon individual leadership skills.

Teaching method:

It involves participation in a one-day training session in June with the coordinator and a one-day training session at the end of September on group animation and team-building, followed by two days of experience in group animation/facilitation and logistics through team-building exercises with over 200 in-coming MSc students. During the two days of group facilitation, you will each be in charge of animating a group of 15-20 students through a variety of team-building exercises.

Grading pattern:

You will be asked to keep a log of your activities during the two days, and to use that to write-up a 15 page report on team-building and group behaviour based on your experience in the program and on pre-assigned readings. The report is to be handed in at the end of the autumn quarter.

MGTS31102

Stratégie et management

Cours fondamentale

Objectifs :

L'objectif de ce cours est double. D'une part, tous les sujets à maîtriser seront traités dont notamment la notion de management stratégique, l'analyse de l'industrie et de la concurrence, la domination par les coûts, les stratégies de différenciation, les avantages compétitifs dérivés des ressources, des capacités, les alliances et la diversification. D'autre part, nous utiliserons des études de cas pour lier les différents thèmes au problème de mise en œuvre. Les cas reflètent les circonstances de la vie de l'entreprise, et l'étudiant doit faire face à un problème stratégique et y apporter une réponse compétente. Les participants au cours apprendront à utiliser les techniques d'analyse stratégique et à évaluer l'étendue et les limites de leur pertinence. On n'apprend pas quelle est la meilleure stratégie, mais à déterminer une démarche stratégique.

Thèmes abordés :

- Qu'est-ce que la stratégie et la formulation stratégique ?
- Stratégie d'entreprise : analyse de l'environnement externe
- Les trois stratégies génériques : domination par les coûts, différenciation, focalisation
- Stratégies fondées sur les ressources et les compétences
- Stratégies d'alliance
- Stratégie de groupe : domaine & diversification
- Stratégie d'internationalisation

Evaluation :

Participation aux discussions, études de cas en groupe et/ou travail individuel.

MGTS31103

Strategy and Management

Core course

Objectives:

The objective of this course is twofold. First, we will cover all the need-to-know topics, including: definition of the nature of strategic management, industry and competition analysis; cost and differentiation advantages, competitive advantage based on resources and capabilities, alliances and diversification strategies. Second, we will use case studies to learn how to link the above topics to the actual strategy making process. Cases deal with real life experiences and simulate situations where the student is the central actor confronting a strategic dilemma, faced with the task of providing an informed answer to important strategic questions. Students will learn to use the techniques of strategic analysis, as well as appreciate the range of their applicability and limitations. You will NOT learn best strategy. Rather, you will learn to structure your strategy making capability.

Topics:

- What is strategy and the strategy making process?
- Business strategy: Analysis of the external environment
- Three generic business strategies: Cost leadership, Differentiation, Focus
- Strategies based on resources and capabilities
- Business strategy based on alliances
- Corporate strategy: scope of the firm & diversification
- Corporate strategy: Going international

Grading pattern:

Class participation, group case analysis and/or individual assignment.

MGTS31261 International Strategy and Management

Objectives:

Global Strategy is about formulating a link between the vision-mission-goal-action and implementing the action to gain competitive advantage over the competitors. When this is done between HQ and subsidiaries for global companies it becomes a complex exercise for corporates. For this the corporation needs to assess the global and the local environments in which it is operating, take into consideration the industry dynamics, find its resources and develop its competencies. Some of these competencies can then be converted to winning capabilities that will not only focus on the customer needs, but also evaluate competition and make choices. A choice involves risk especially in ever-changing national and international environments. With the global environment changing at a fast pace corporations are being transformed. New business models, new markets, convergence of products, consolidation through mergers and acquisitions, strategic alliances, outsourcing and network effects are changing the way corporations did business, be it the airlines, beverages, cement, telecom or the luxury industry. With each change in the context, the risk becomes higher. To mitigate this risk of doing global business, the discussion of global strategy encompasses any problem or opportunity, in the areas of finance, production, marketing, information technology, and human resource management. This course draws from both the external and internal environment, the macro and micro economies of the firm and the exogenous and endogenous variable that are the drivers for the strategy making process.

In that sense the course is both interdisciplinary and integrative.

Topics:

The course will deal with the following issues:

- Globalization and Internationalization (Environment & Strategy).
- Managing and Organizing MNCs (Structure and Systems).
- Managing Across Cultures (Culture).
- Managing International Human Resource (People).
- Survival Strategies for Local and Global Companies (Emerging Country Scenario).

Teaching method:

The approach taken to deal with these queries will be managerially oriented. We will use a combination of theory and case studies to probe your contextual familiarity, analytical abilities and debating skills. To be an effective manager in an international context, you have to be aware of your own orientations, your values while learning to listen sensitively to others. This methodology will attempt to maximize your learning experience.

Grading pattern:

Class participation and Attendance (25 %)
Group Case Analysis (35 %)
Individual Case Assignment (40 %)

MGTS31263 Competitive Strategy

Prerequisite(s) - cf.: tables

Objectives:

This course focuses on the business level strategy, examining issues central to its long and short-term competitive position.

Topics:

The initial focus is on:

1. Industry analysis,
2. Value creation and appropriation,
3. Strategic games and tactics.

This course analyses competitive interactions between industry players

(competitors, suppliers, distributors, complementors, etc.). It emphasizes a vision of strategy made from a blend of indirect strategies (maneuvers) and direct strategies. This course provides managers with a strong analytical base, consistent principles, and robust insights useful to develop business strategies.

Teaching method:

The course is divided into two parts:

1. Interactive lectures (4) including games and short exercises,
2. Case discussions. 6 cases.

The learning process can be summarized as: "participants learn by doing and do while learning." The course is both conceptual and practical as concepts are presented and then applied, or identified from practice and then evaluated.

A special focus is set on:

- New forms of business model such as the collaborative business model.
- Critical point analysis, i.e. boundary conditions of strategic decisions.

Grading pattern:

The final grade is made from:

- Class participation (+),
- Two group works - one presentation + one challenge (+),
- 3 one-page in depth critical point analysis (+++), one short self-evaluation (+)

MGTS31265 Corporate Strategy

Prerequisite(s) - cf.: tables

Objectives and topics:

Many companies operate in multiple horizontal (product) and vertical (upstream-downstream) markets. The study of corporate strategy seeks to understand how such expansion can be beneficial for the firm and how top executives add value when they operate across different domains. This course thus focuses on the role of corporate headquarters which must identify new business opportunities, design the business model,

and leverage the requisite resources and capabilities. To support these objectives, top executives must routinely evaluate whether internal development, alliances or acquisition are the appropriate vehicle of expansion, and when divestiture of a business is necessary. Because execution is vital to the ultimate success of these strategies, we also explore key elements of strategic execution.

The course includes the following topics:

1. Corporate models and the relationship between headquarters and business unit.
2. Vertical integration.
3. Strategic alliances and partnership management.
4. Acquisitions and integration.

Grading pattern:

The course builds on cases, in-class exercises, lectures, and readings. Student contributions are also critical to a successful class. They include contribution to class discussion, case write-ups, and a final written project and presentation.

MGTS31267 Industry and Strategy Practice

"The art of management is to make good decisions in complex environments and with incomplete or inaccurate pieces of information".

Objectives:

The objective of the course is to provide a methodology to structure and address complex strategic problems in a rigorous but time efficient manner. This class aims at teaching a generic problem solving methodology that can help participants structure the analysis of any complex business situation within the context of any industry. It will provide the participants the results from large management practices tools have used to evaluate thousands of organizations in manufacturing, retail, services and other industries across Latin America, Europe,

Asia and Australasia. These data provide a global insight into the basic management practices around monitoring, targets and talent management that firms adopt around the world. The course will examine link between management and performance and the reasons for differences in management across firms, industries within countries. Beyond management consulting, this methodology can be helpful in most business decision processes, either when the problem is not clearly defined, or when there is no existing methodology to “answer the problem”.

Topics:

The approach taken during this course is a series of case studies on different industries taking examples of companies that are leaders in those specific industries.

Teaching method:

A combination of theory providing the basic tools of analysis and case studies will be used. The course will provide the participants with contextual familiarity, analytical abilities and debating skills. It shall also provide with opportunities of role plays to simulate typical client interactions, coaching sessions to help the participants structure the cases and live presentations in a simulated client environment. This methodology will attempt to maximize your learning experience.

Grading pattern:

Class participation and Attendance (25 %)
Group Work (35 %)
Final-Term Assignment (40 %)

MGTS31268

Les fondements de la stratégie

Objectifs :

L'objectif de ce cours est d'inviter à réfléchir sur la démarche stratégique de l'entreprise en s'inspirant de la stratégie militaire et de ses problématiques. La

stratégie militaire et son histoire plusieurs fois millénaire, ouvre des perspectives intéressantes pour la stratégie d'entreprise autant pour sa formulation, ses conditions de réalisation que pour son exécution. La capacité à emprunter des expériences issues d'un autre domaine sera le mode opératoire utile pour le futur manager.

Thèmes abordés :

Le cours offre également un éclairage sur les problématiques auxquelles les dirigeants d'entreprise sont confrontés, qu'elles soient stratégiques ou managériales, telles que la conduite des hommes. Quelles sont les caractéristiques d'une vraie stratégie ? Quels types de références peut avoir la stratégie militaire ? Exposé d'une méthode de conception de la stratégie. Importance du facteur humain dans la mise en œuvre de la stratégie.

Pédagogie :

La pédagogie se développe autour d'un exposé thématique et illustré qui permet aux participants de comprendre des enjeux, des principes, des méthodes (et l'esprit de la méthode) en vue d'en tirer bénéfice en la transposant à d'autres domaines. Art de la mobilisation des choses apprises. Exposer les règles; tester leur robustesse et déterminer leur champ d'application (leurs limites).

Evaluation :

Devoir en séance dont les modalités et le contenu seront précisés. Il s'agit d'une transposition intelligente (réfléchi et motivée) aux domaines de l'entreprise de principes identifiés pendant les cours.

MGTS31271

Managing International Business in Asia

Given on the ESSEC Campus in Singapore

Course overview and Objectives:

Asia is the largest and most populous continent on earth comprising 30% of its

land area, 60% of its population, and 48 countries. These countries are often categorized into large blocks such as Middle East, Central Asia, South Asia, South-East Asia, and the Far East. Although the countries within these blocks have cultural commonalities, the realities of managing “business” in each country can be very different. We will discuss some concepts and business models that are likely to be applicable in Asia. We will also discuss case studies set in India, China, Japan, and South-East Asia.

The objective of the course is to make you familiar with the larger issues that managers need to think about while doing business in these countries. As you ponder over the core issues in the case studies and understand the content of the assigned readings, you should be able to

- 1) Extract meaning from the day-to-day news that you see on television and read in newspapers and magazines,
- 2) Choose and apply concepts and frameworks to analyze an organization's current situation and future prospects,
- 3) Think critically about a business problem by analyzing relevant information, synthesizing different perspectives, and evaluating possible options to achieve a sound, ethical, and practical solution.

Topics:

A historical perspective of international trade in Asia; Institutional voids; Managing differences and distances; Getting familiar with business models; Contemporary issues in Asian countries.

Teaching method:

The course relies on the case method. Conceptual clarity is arrived at from contextual familiarity. Students are expected to prepare and participate in the classroom and add to everyone's learning. Students will be repeatedly asked “what would you do?” in a given situation.

Decisions must be backed up with credible reasons based on available evidence. Applicable concepts taught in the classroom will be followed up with in-class exercises. Case discussions will be supplemented with country reports and a short project that will identify a business opportunity in Asia.

Grading pattern:

In class exercises and one page write-ups on the case questions: Team (10%)
Class Participation and Attendance: Individual (30%)
Class Presentation: Team (20%)
Project Reports: Team (40%)

MGTS31275

Global Strategy and the Luxury Business

This course is an elective course and as the name suggests focuses only on the Luxury Industry.

Objectives:

The world of the luxury business is being transformed. The luxury industry primarily originates from France and Italy but as the world is becoming “borderless”, luxury houses are being corporatized. The local luxury houses are being transformed to global corporations as they start competing across the world and not only in their home markets, consolidation through mergers and acquisitions, distribution through global retail networks are the only way to build multi-brand conglomerates to reach size, scale and efficiency and reach wealthy consumers across the globe.

As the luxury houses become global firms (to begin with we define them as MNCs), they like any other firms encompasses any problem or opportunity, in the areas of finance, production, marketing, information technology, and human resource management. This course draws from both the external and internal environment, and macro and micro economies of the

firm focused on the business of luxury. Hence it is both interdisciplinary and integrative.

Topics:

The course will deal with the following issues:

- Introducing strategy tools and concepts.
- Introducing the key players in the Luxury industry and their globalization strategies. Did role of the state play a part in the evolution of the luxury industry?
- Organization of structures in the evolution of the luxury business.
- The role of culture in the creation and of the luxury business and its transformation during the democratization of the luxury.
- As luxury companies move from family businesses to global corporations how do they "manage change" in this process?
- How does one manage talent in the Luxury industry?
- Is the lure of emerging markets in the Luxury industry is here to stay?
- Asia's involvement in the growth of the luxury business.
- Sustainable Luxury and CSR strategy.

Teaching method:

The approach taken to deal with these queries will be managerially oriented. We will use a combination of theory and case studies to probe your contextual familiarity, analytical abilities and debating skills. To be an effective manager in an international context you have to be aware of your own orientations, your values while learning to listen sensitively to others. This methodology will attempt to maximize your learning experience. In-class discussions and exchanges will be a critical part of the course. Maximum benefit (both learning-wise and grade-wise) can only be assured by your attending class prepared, the quality of

your presentations, ready to listen to and debate with your class members.

Grading pattern:

- Class Participation & Attendance (25 %)
- Regular Group Work (35 %)
- Individual Research Report (40 %)

MGTS31401

Agri-food Sustainable Development

See Chapter "Specialized Tracks"- Agri-food Track

The world is changing! New issues are emerging. How can agri-food companies build a leadership position in a changing world around the concept of sustainable development?

Objectives:

The main objective of the course is to provide participants with a good understanding of the current and future challenges agri-food companies face nowadays. Participants will learn how to design company policy and operational plan to successfully build leadership around sustainable development.

Topics:

The course focuses on human development issues, on one side, such as health (e.g., obesity epidemics) or reducing inequalities and sustainability issues, on the other side, such as biodiversity, packaging reduction, organic food production, etc. While most of the course concentrates on building successful sustainable development initiatives, participants will be guided into the critical discovery of key factor of success of such initiative.

Teaching method:

The course provides concepts illustrated with practical applications, simulations and cases studies. A group project on a special topic. In the spring 2014 the topic was: using games to change teenager and young adults eating behaviour. In 2015 the most likely topic is biodiversity.

Grading pattern:

The final grade is made from: a) a group term paper; b) several short individual papers; c) class participation.

MGTS31403

New Business Development in the Agri-food Sector

See Chapter "Specialized Tracks" - Agri-food Track

Objectives:

After years of relative stability, the agri-food sector has recently been affected by unprecedented challenges. For example, the interdependency between players has increased and many risks are becoming systemic. Many specialists believe that new business paradigms will soon emerge. Many food executives have come to a similar conclusion and some have even pressed the RESET button. This course main objective is to help future leaders to identify these challenges and the business development opportunities they offer.

Topics:

- The concept of development strategy
- Prospective on consumption: Identifying future consumption trends and assessing their value (Going beyond the "market study")
- Prospective on technology: Identifying future technologies and assessing their value for business development.
- Integrating consumption with technology perspectives into a new product development project.

Teaching method:

Cases and group projects. In fall 2013, the topics were: a) What can the digital technologies bring to the restaurants (with McDonald and Compass group) and b) What can the digital technologies bring to the kitchen (With group Seb). In fall 2012, the two topics were: revitalizing the rural areas and feeding the metropolitans.

Grading pattern:

Class participation and group project.

MGTS31404

Pratique du management stratégique

Prérequis - cf.: tableaux

Ce cours est basé sur un travail d'équipe. Il demande un travail très important pendant et entre les séances. Parce qu'il nécessite une connaissance approfondie des différents domaines de la gestion des entreprises, il s'adresse surtout aux étudiants de troisième année souhaitant s'orienter vers le conseil à l'issue de leur scolarité.

Objectifs :

Ce cours répond à trois principaux objectifs d'apprentissage : la capacité d'appréhension de situations complexes, la capacité d'exprimer son leadership dans une équipe et vis-à-vis de partenaires externes et la capacité à gérer un process sur la durée. L'atteinte de ces objectifs est rendue possible par la reproduction d'une ou plusieurs missions de conseil en direction générale.

Thèmes abordés :

- Ce cours forme les étudiants aux techniques des analyses stratégiques mises en œuvre par les consultants. Les différents thèmes permettront aux étudiants de :
- Définir les problèmes des cas et missions sur lesquels ils vont travailler,
 - Réaliser toutes les analyses nécessaires (analyses marketing, financières et stratégiques),
 - Identifier les options stratégiques possibles pour l'entreprise,
 - Evaluer les conditions de mise en œuvre,
 - Déterminer les impacts financiers et organisationnels de ces options,
 - Proposer et défendre des recommandations.

Pédagogie :

Tous les travaux sont réalisés par équipe. Les étudiants doivent présenter leur travail devant un jury de consultants.

La participation des cabinets diffère selon les trimestres. Cette année, sept cabinets ont prévu d'intervenir : AT Kearney, Bain, BGC, Advancy, Oliver Wyman, Roland Berger et Mc Kinsey.

Evaluation :

Les étudiants travaillent en équipe sur des cas pratiques extraits de missions de conseil en direction générale. Selon les trimestres et selon les cabinets impliqués dans le cours, les étudiants doivent présenter leur travail directement dans les locaux des cabinets ou à l'ESSEC. Les notes sont attribuées de manière collective et non individuelle. La variation individuelle est uniquement liée à la qualité de la participation et la présence de l'étudiant en séance.

MGTS31408

Stratégies pour l'électromobilité

Ce cours ne sera pas proposé en 2017-2018

Objectifs :

Ce cours est à destination des étudiants des deux écoles partenaires de la chaire Armand Peugeot. Ouvert à tous les étudiants, il a pour objet de présenter les défis auxquels sont confrontés l'industrie automobile et tous les secteurs complémentaires (énergie, urbanisme, etc.) pour faire face aux demandes de mobilité du futur. Un accent particulier sera mis sur les stratégies pour les véhicules électriques, hybrides et hybrides rechargeables qui seront au cœur du futur paradigme industriel et socio-économique de l'électromobilité.

Thèmes abordés :

L'automobile au cœur :

- Des stratégies industrielles et des problématiques socio-économiques et sociétales.
- Des technologies hybrides et de l'électromobilité.
- Des innovations de rupture.
- Des problématiques du développement durable.

- Des problématiques de recharge et de connexion au réseau électrique.

Pédagogie :

La connaissance générale du sujet et la compréhension des concepts fondamentaux seront données par les professeurs de l'ESSEC et de Centrale-Supélec, tous responsables du cours. Chaque journée sera structurée autour d'exposés didactiques, d'illustrations et de mises en application par l'intermédiaire d'études de cas, de simulation et de témoignages. Les témoignages seront donnés par des professionnels et des experts. Ainsi, l'entreprise PSA, membre fondateur de la chaire Armand Peugeot sur les véhicules hybrides et l'économie de l'électromobilité sera activement présente pendant le cours. Les directeurs en charge de la R&D avancée, des programmes de véhicules électriques, des études prospectives sur les nouvelles formes de mobilité viendront expliquer les stratégies possibles aux étudiants. Des experts issus de think tank, de structures institutionnelles ou des chercheurs spécialisés sur les thèmes du cours dévoileront l'état des questionnements. Sachant que les stratégies de l'électromobilité sont en émergence, plusieurs solutions d'un même problème peuvent être également valables et les problèmes posés sont encore trop complexes pour qu'on puisse leur appliquer des recettes toutes faites. C'est pourquoi, au cours des discussions, les étudiants seront amenés à faire valoir leurs propositions et analyses critiques. Individuellement ou en groupe, les étudiants devront préparer avec attention des analyses sur la base des données présentées dans des lectures et des cas.

Evaluation :

Compte tenu de la spécificité du format pédagogique, l'évaluation des connaissances est fondée sur la base de la présence active en cours et d'un travail final de rédaction d'une note de synthèse sur un des sujets discutés pendant les séances (le professeur décidera de sa réalisation individuelle ou collective selon la qualité du groupe). Les contributions individuelles pendant le cours sont appréciées par leur volume et leur qualité.

Les professeurs du département / Faculty Department Members



Jérôme BARTHELEMY, professeur
Responsable de la filière Conseil en Stratégie
Doctorat en Sciences de Gestion, HEC – D.E.A. Stratégie
et Management, Université de Paris X-Nanterre-HEC-ESSEC
Diplôme ESSEC
A l'ESSEC depuis 2002



Alain BERNARD, professeur honoraire
Master of Philosophy, Yale University – Diplômes de Psychologie
Sociale et Psychologie Industrielle, Institut de Psychologie de Paris
– Diplôme ESSEC – Licence en Psychologie, Université Paris IV-
Sorbonne
A l'ESSEC depuis 1972



Laurent BIBARD, professeur
Titulaire de la chaire Edgar Morin de la Complexité
HDR en gestion – HDR en philosophie – Doctorat en Economie du
Changement Technique, ENSMP-EHESS – Doctorat en Philosophie,
Université Paris I-Sorbonne – Maîtrise et D.E.A. en Philosophie,
Paris IV-Sorbonne – D.E.A. Analyse des Organisations, Institut
d'Etudes Politiques de Paris – IAE-Aix-en-Provence – Diplôme ESSEC
A l'ESSEC depuis 1991



Hamid BOUCHIKHI, professeur
Directeur du centre d'excellence en entrepreneuriat.
Responsable pédagogique de la filière Entrepreneuriat
Doctorat en Gestion, Université Paris IX-Dauphine
A l'ESSEC depuis 1990



Laurent BOURGEON, professeur enseignant associé
Doctorat en Sciences de Gestion, IAE Aix-Marseille III-ESSEC
D.E.A. Sciences de Gestion, Université Paris X-Nanterre-HEC-ESSEC
Maîtrise en Econométrie, Université Paris X-Nanterre – Maîtrise
en Administration des Entreprises, Université Paris X-Nanterre
A l'ESSEC depuis 1998



Fabrice CAVARRETTA, professeur associé
PhD in Management, INSEAD – Doctorat de Gestion, Université
Paris IX-Dauphine – MBA, Harvard Business School – Diplôme
d'Ingénieur, ENSTA/Stanford University – Diplôme d'Ingénieur,
Ecole Polytechnique de Paris
A l'ESSEC depuis 2008



Jean-Luc CERDIN, professeur
Directeur pédagogique de l'apprentissage
Doctorat en Sciences de Gestion, Université de Toulouse –
Habilitation à diriger des recherches, Université de Toulouse –
D.E.A. Sciences de Gestion, Université de Toulouse – MSc in
Industrial Relations and Personnel Management, London School
of Economics – Mastère Spécialisé en Echanges Est-Ouest - ESSCA –
Maîtrise en Sciences Economiques, Université de Grenoble et Sussex
University – Graduate IPM & MCIPD, CIPD, London
A l'ESSEC depuis 1998



Sen CHAI, professeur assistant
DBA in Technology and Operations Management, Harvard Business
School – MSc in Management Science and Engineering, Stanford
University
A l'ESSEC depuis 2015



Arijit CHATTERJEE, professeur associé
Campus de Singapour
 PhD in Business Administration, The Pennsylvania State University, USA – Post Graduate Diploma in Management, Indian Institute of Management, Ahmedabad, India – Bachelor of Engineering, Marine Engineering and Research Institute, Calcutta, India
 A l'ESSEC depuis 2009



Carole DONADA, professeur
 Habilitation à diriger les recherches, Université Paris IX-Dauphine
 Doctorat en Gestion, HEC – D.E.A. Théories Economiques Comparées, Université Paris X-Nanterre – D.E.A. Stratégie et Marketing, Université Paris IX-Dauphine – Maîtrise en Sciences Economiques, Université Paris X-Nanterre
 A l'ESSEC depuis 2000



Maryse DUBOULOY, professeur honoraire
 Doctorat en Gestion, Psychologie des organisations, Paris IX-Dauphine – D.E.S.S. Psychopathologie clinique, Paris VII-Diderot-Doctorat en Marketing, HEC – D.E.A. Psychologie des organisations
 Diplôme Ecole Supérieure de Commerce de Reims
 A l'ESSEC depuis 1985



Olivier FOURCADET, professeur enseignant associé
 PhD in Applied and Agricultural Economics, University of Wisconsin-Madison – Doctorat d'Etat en Médecine Vétérinaire, Ecole Nationale Vétérinaire d'Alfort – Mastère Spécialisé en Management des Entreprises Agro-Alimentaires, Groupe ESSEC
 A l'ESSEC depuis 1996



Stefan GRÖSCHL, professeur
 Doctor of Philosophy, Oxford Brookes University – MSc in International Hotel and Tourism Management, Oxford Brookes University
 A l'ESSEC depuis 2005



Ha HOANG, professeur
 PhD in Organizational Behaviour and Industrial Relations, Walter A. Haas School of Business, University of California, Berkeley, USA
 B.A. Psychology, University of Chicago
 A l'ESSEC depuis 2009



Srividya JANDHYALA, professeur assistant
Campus de Singapour
 PhD in Management, The Wharton School, University of Pennsylvania, USA – MSc in Management, London School of Economics and Political Science
 A l'ESSEC depuis 2013



Alan JENKINS, professeur
 PhD, University of Liverpool – B.A. (Honours), University of Liverpool
 A l'ESSEC depuis 1990



Christian KOENIG, professeur associé (en détachement)
 Directeur des Partenariats Stratégiques et des Relations Internationales
 Doctorat en Sciences de Gestion, Université Paris IX-Dauphine –
 M.A. Business Economics, Harvard University
 A l'ESSEC depuis 1984



Jan LEPOUTRE, professeur associé
 Titulaire de la chaire Armand Peugeot
 PhD in Applied Economics, Ghent University, Belgium –
 Postgraduate in Applied Economics, Ghent University, Belgium –
 MSc in Bioscience Engineering, Katholieke Universiteit Leuven,
 Belgium
 A l'ESSEC depuis 2012



Julija MELL, professeur assistant
 PhD in Organizational Behavior, Rotterdam School of Management,
 Erasmus University, The Netherlands – MSc & BSc in Psychology,
 Humboldt University Berlin, Germany
 A l'ESSEC depuis 2015



Anca METIU, professeur
 PhD in Management, Wharton School, University of Pennsylvania,
 USA – MBA, University of Illinois at Urbana-Champaign, USA
 A l'ESSEC depuis 2007



Anand NANDKUMAR, professeur associé
Campus de Singapour
 PhD in Public Policy and Management
 Carnegie Mellon University, Pittsburgh, PA
 A l'ESSEC depuis 2016



Cedomir NESTOROVIC, professeur enseignant
Campus de Singapour
 Directeur Académique du Programme Executive MBA Asie-Pacifique
 Doctorat en Géopolitique, Institut d'Études Politiques de Paris –
 D.E.A. Etudes Soviétiques et Est-Européennes, Institut d'Études
 Politiques de Paris – Maîtrise en Langues Etrangères Appliquées,
 Université Paris IV-Sorbonne
 A l'ESSEC depuis 1997



Elisa OPERTI, professeur associé
 PhD in Management, Bocconi University, Milan – MSc in Industrial
 Engineering and Management, Polytechnic of Turin, Turin – B.A. in
 Industrial Engineering and Management, Polytechnic of Turin, Turin
 A l'ESSEC depuis 2011



Jean-Marie PERETTI, professeur
 Titulaire de la chaire du Changement
 Professeur à l'Université de Corte
 Doctorat en Sciences de Gestion, Aix-Marseille III – Habilitation à
 diriger des recherches, Université de Toulouse – D.E.A. en Sciences
 de Gestion, Aix-Marseille III – D.E.S. en Sciences Politiques, Alger –
 Diplôme Institut d'Études Politiques de Paris – Diplôme ESSEC –
 Maîtrise en Sciences Economiques
 A l'ESSEC depuis 1990



Aarti RAMASWAMI, professeur associé
Campus de Singapour
 Academic Director GMBA
 PhD in Organizational Behaviour and Human Resources
 Management, Kelley School of Business, Indiana University,
 Bloomington – M.A. Industrial Psychology, University of Mumbai –
 B.A. Psychology with Sociology Honors, St. Xavier's College,
 University of Mumbai
 A l'ESSEC depuis 2009



Stoyan SGOUREV, professeur
 PhD in Sociology, Stanford University – M.A. Sociology, Central
 European University, Warsaw, Poland – M.A. Sociology, University
 of Sofia, Bulgaria – B.A. Communications, University of Sofia,
 Bulgaria
 A l'ESSEC depuis 2006



Ashok SOM, professeur
Responsable du département Management
 PhD in Business Management, Indian Institute of Management,
 Ahmedabad, India – MSc, Applied Geology, Indian Institute of
 Technology, Kharagpur, India – BSc Geology (Major), Mathematics &
 Chemistry (Minor), Presidency College, University of Calcutta,
 Calcutta, India
 A l'ESSEC depuis 2002



Karoline STRAUSS, professeur associé
 PhD in Organizational Psychology, University of Sheffield –
 MSc in Psychology, University of Vienna
 A l'ESSEC depuis 2015



Junko TAKAGI, professeur enseignant
 Titulaire de la chaire Leadership et Diversité
 PhD Stanford University, California – M.A. Sociology, University of
 British Columbia, Canada – A.M., Stanford University, California –
 B.A. International Relations, Tokyo University of Foreign Studies
 A l'ESSEC depuis 1997



Jean-Claude TARONDEAU, professeur honoraire
 Docteur d'Etat en Sciences de Gestion, Université Paris IX-Dauphine
 – PhD, University of Texas, Austin – Professeur agrégé des Facultés
 en Sciences de Gestion – Ingénieur des Arts et Métiers
 A l'ESSEC depuis 1973



Maurice THEVENET, professeur
 Professeur au CNAM
 Doctorat en Sciences de Gestion, Université d'Aix-Marseille III –
 Habilitation à diriger des recherches, Université Toulouse I –
 Professeur agrégé des Facultés en Sciences de Gestion – Diplôme
 ESSEC – Licence en Droit
 A l'ESSEC depuis 1984



Raymond-Alain THIETART, professeur honoraire éminent
 Agrégé des Facultés en Sciences de Gestion
 PhD, and MPhil, Columbia University
 DEA Université de Paris-Dauphine.
 Diplôme ESSEC
 INSA Electrical Engineer
 A l'ESSEC depuis 1974



Gilles van WIJK, professeur associé
PhD in Management des Organisations, Columbia University, New York
– Diplôme de physique, Ecole Polytechnique Fédérale de Zurich
A l'ESSEC depuis 1984



Maciej WORKIEWICZ, professeur assistant
PhD in Management, INSEAD France – MSc in Management, INSEAD
France – MBA, INSEAD France – M.A. International Economics and
Politics, Warsaw School of Economics, Poland
A l'ESSEC depuis 2016



Valery YAKUBOVICH, professeur associé
PhD in Sociology, Stanford University – M.A. in Sociology,
University of Warwick – M.S. in Mathematics, Moscow State
University
A l'ESSEC depuis 2011



Kevyn YONG, professeur associé
Campus de Singapour
Dean of ESSEC Asia Pacific
PhD in Management and Organizations, Cornell University
M.S. in Business and Public Administration, Cornell University Ed.M.
in Mind, Brain and Education, Harvard University
B.Soc.Sci in Psychology, National University of Singapore
B.A. in Psychology and Philosophy, National University of Singapore
A l'ESSEC depuis 2014

Hors département



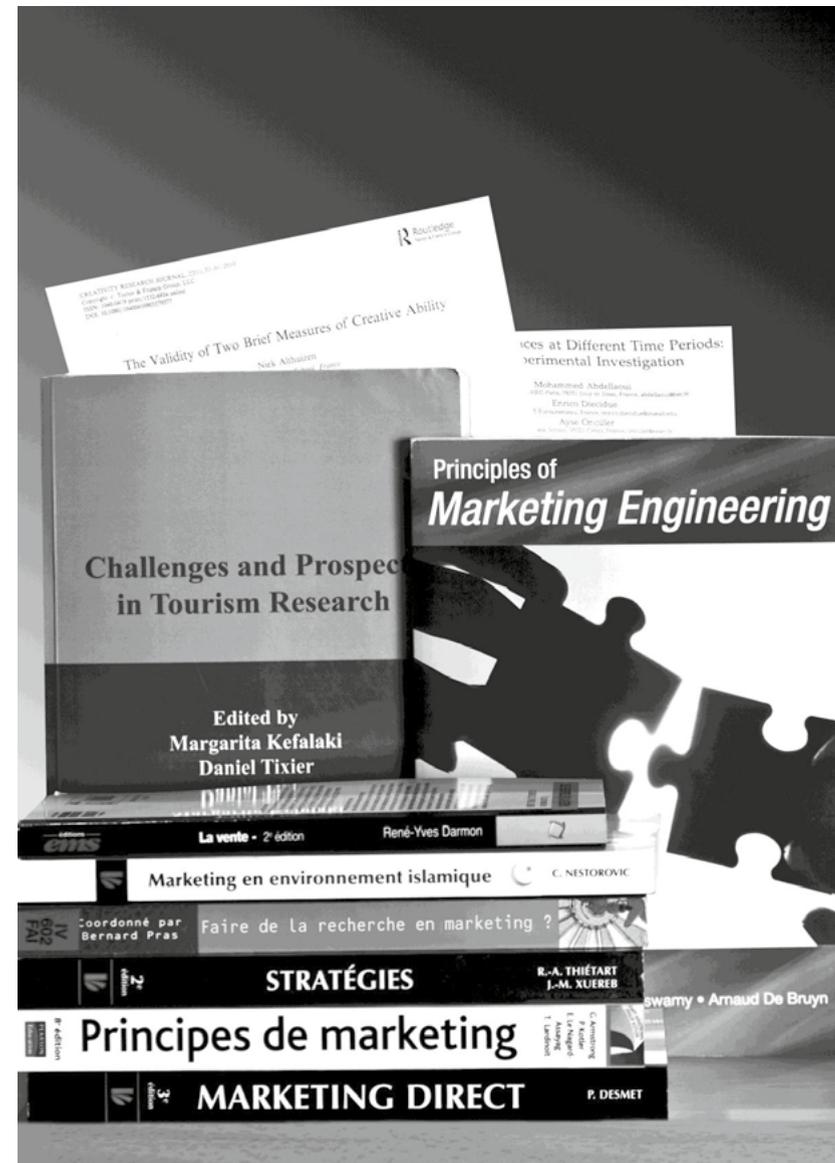
Annick ANCELIN-BOURGUIGNON, professeur
Habilitation à diriger les recherches, Université Paris IX-Dauphine –
D.E.A. et Doctorat en Sciences de Gestion, Université Paris I-
Panthéon-Sorbonne – Diplôme ESSEC – Coach certifiée (Réseau
Pluridis)
A l'ESSEC depuis 1992

Les chargés de cours / Adjunct Lecturers

Cette liste est donnée sous réserve de changements.

Jean-Philippe ALBAHARY – Nicolas AUBOUIN – Isabelle BONI – Emmanuel COBLENCÉ –
Cécile COTTÉ – Matthieu DAUM – Jean-François GALLOUIN – Silvia GOLLINI-DAUM –
Marc GRASSIN – Frédéric KLETZ – Gilles LECOINTRE – Marie LE PARGNEUX –
Morgane LOMBARD – Jean-Loup MOREAU – Philippe NATAF – Ywan PENVERN –
Martial POIRSON – Olivier PREVOTAT – Terry ROCVES – Olivier SALOMON – Grégory Sassier –
Serpentine TEYSSIER – Olivier TONNEAU.

*Certains cours sont assurés par des cabinets de conseil, tels que McKinsey, AT Kearney, sous la
responsabilité d'un professeur permanent.*



Professeur responsable / *Department Head*: Richard Mc FARLAND
 Assistantes / *Assistants*: Christelle DUBAILLE, Nathalie SOURMAIL

Le département Marketing a pour vocation de donner aux étudiants de l'ESSEC désireux de se concentrer sur cette discipline une formation de généralistes en marketing.

A cette fin, tous doivent acquérir les concepts de base et la logique d'analyse spécifique à la fonction marketing à travers les enseignements des cours de marketing obligatoires MKGM21020 (*en Pré-Master*) ou MKGM31080 ou MKGM31081 (*pour les étudiants AST*). En Master, tous les étudiants auront l'obligation de valider le cours de Marketing management (MKGM31128 ou MKGM31129).

Les étudiants désireux d'approfondir un cursus marketing devront, au préalable, réussir les cours suivants : Comportement du consommateur (MKGC31125) ou *Consumer Behavior* (MKGC31126), Chef de produit (MKGM31217) ou *Product Management* (MKGM31218), Etudes en marketing (MKGC31112) ou *Marketing Research* (MKGC31113).

Ces cours sont essentiels pour bâtir un socle de connaissances fondamental en marketing.

Au-delà de ces cours incontournables, chaque étudiant pourra parfaire son cursus marketing en fonction de son « profil » (« opérationnel » ou « recherche ») et du type de carrière qu'il envisage.

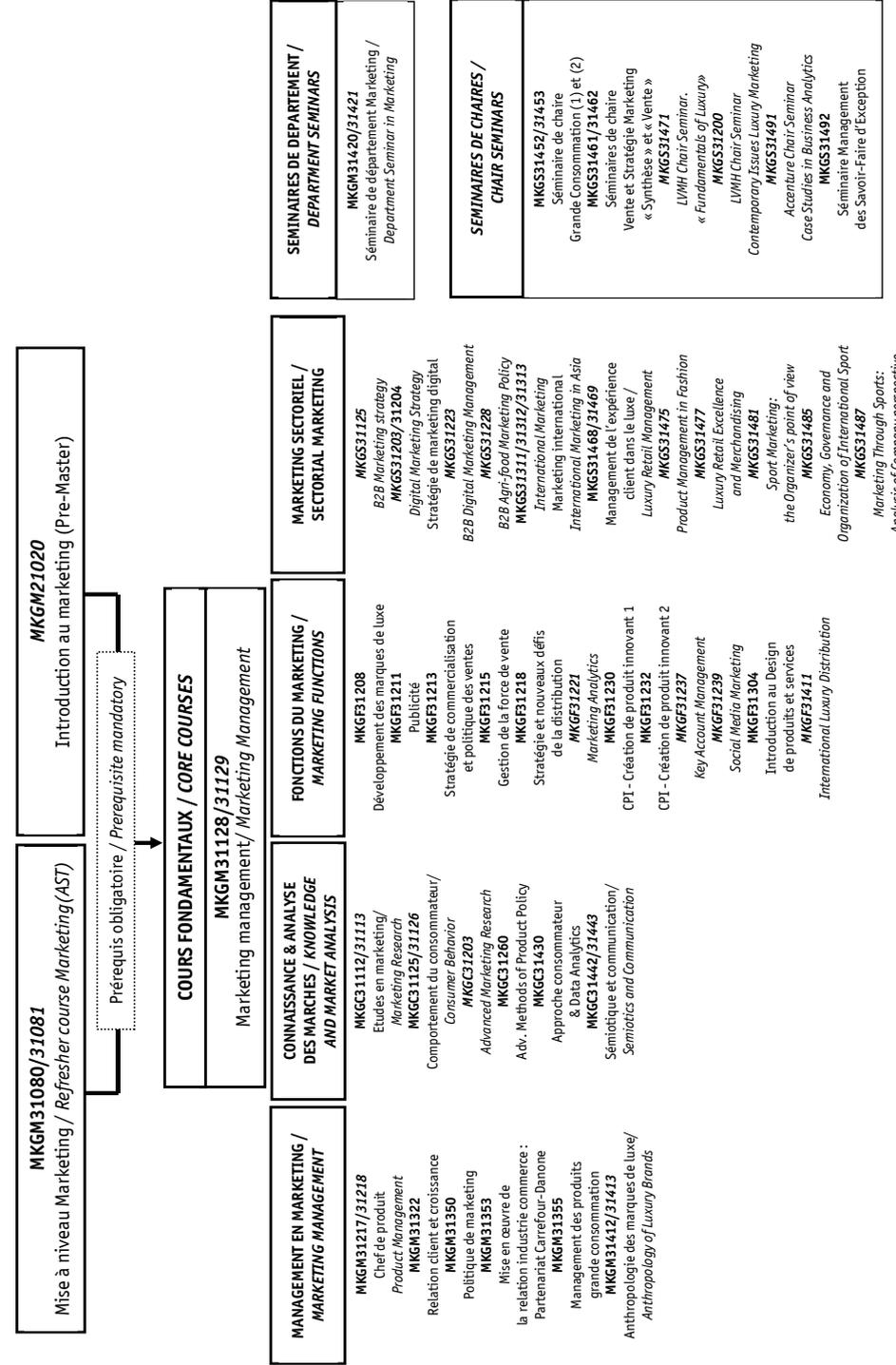
The Marketing Department gives ESSEC students wishing to focus on this area a generalist's knowledge of marketing. Everyone is required to take one of two courses in order to acquire the basic concepts and logical framework of marketing: MKGM21020 (for the Pre-Master program) or MKGM31080 or MKGM31081 (for AST students).

All Master candidates must take and pass Marketing Management (MKGM31128 or MKGM31129).

Students wishing to specialize in Marketing must have successfully completed the following courses:

Comportement du consommateur (MKGC31125) or Consumer Behavior (MKGC31126), Chef de produit (MKGM31217) or Product Management (MKGM31218), and Etudes en marketing (MKGC31112) or Marketing Research (MKGC31113).

These courses lay the foundation for a fundamental knowledge of marketing. Once students have completed these prerequisites, they may fill out their program of study in marketing to suit their individual "profile" (operational or research) and career plans.



CONNAISSANCE & ANALYSE DES MARCHES / KNOWLEDGE AND MARKET ANALYSIS (MKGC)	Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory prerequisite(s)	Prérequis Recommandé(s) / Recommended Prerequisite(s)	Equivalent(s) / Equivalent(s)
MKGC31112 Etudes en marketing	F. Oble			MKGC31113
MKGC31113 <i>Marketing Research</i>	N. Althuizen			MKGC31112
MKGC31125 Comportement du consommateur	R. Butori			MKGC31126
MKGC31126 <i>Consumer Behavior</i>	S. Prokopec			MKGC31125
MKGC31430 Approche conso & Data Analytics	R. Butori			
MKGC31442 Sémiotique et communication	S. Nyeck			MKGC31443
MKGC31443 <i>Semiotics and Communication</i>	S. Nyeck			MKGC31442
FONCTIONS DU MARKETING / MARKETING FUNCTIONS (MKGF)				
MKGF31208 Dvpt des marques de luxe	S. Nyeck		MKGM31128 or MKGM31129	MKGF31209
MKGF31211 Publicité	N. Althuizen			
MKGF31213 Stratégie de commercialisation	J.-M. Xuereb			
MKGF31215 Gestion de la force de vente	J.-M. Xuereb			MKGF31216
MKGF31218 Strat & nouv. défis distrib°	R. Gerin			
MKGF31221 <i>Marketing Analytics</i>	A. De Bruyn			
MKGF31230 Création de produit innovant 1	E. Le Nagard			
MKGF31232 Création de produit innovant 2	E. Le Nagard			
MKGF31237 <i>Key Account Management</i>	H. Faucher		MKGS31124 or MKGS31125 or MKGS31228	
MKGF31239 <i>Social Media Marketing (Singapore)</i>				
MKGF31304 Design de produits et services	E. Le Nagard			
MKGF31411 <i>Int'l Luxury Distribution</i>	S. Nyeck			

In italic, courses taught in English.

Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif. Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.

MANAGEMENT EN MARKETING / MARKETING MANAGEMENT (MKGM)	Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory prerequisite(s)	Prérequis Recommandé(s) / Recommended Prerequisite(s)	Equivalent(s) / Equivalent(s)
Cours de mise à niveau / Refresher course (Réservé aux étudiants admis sur titre / Reserved for the AST students)				
MKGM31080 Mise à niveau Marketing	E. Le Nagard			MKGM31081
MKGM31081 <i>Refresher Course Marketing</i>	E. Le Nagard			MKGM31080
Cours fondamental / Core course				
MKGM31128 Marketing management	A. De Bruyn	MKGM21020 or MKGM31080 or MKGM31081		MKGM31129
MKGM31129 <i>Marketing Management</i>	A. De Bruyn	MKGM21020 or MKGM31080 or MKGM31081		MKGM31128
Cours de gestion / Management courses				
MKGM31217 Chef de produit	F. Oble			MKGM31218
MKGM31218 <i>Product Management</i>	A. Bemmaor			MKGM31217
MKGM31322 Relation client et croissance	B. Pras			
MKGM31350 Politique de marketing	R. Gerin		MKGC31125 or MKGC31126 and MKGM31128 or MKGM31129	MKGM31351, MKGM31354
MKGM31353 Partenariat Carrefour-Danone	R. Gerin			
MKGM31355 Managt produits grande conso	R. Gerin			
MKGM31412 Anthropologie marques de luxe	S. Nyeck			MKGM31413
MKGM31413 <i>Anthropology of Luxury Brands</i>	S. Nyeck			MKGM31412
MKGM31420 Séminaire de département Marketing	J.-M. Xuereb			
MKGM31421 <i>Department Seminar in Marketing</i>	J.-M. Xuereb			

In italic, courses taught in English.

Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif. Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.

research. Students that aim to create their own business are also encouraged to take this course.

Objectives:

The course objectives are as follows:

- To introduce the basic concepts, methods, tools, and analyses that are used in marketing research with the aim to better inform marketing decision-making;
- To learn how to conduct marketing research by doing, which will involve the identification and definition of the marketing research problem, the formulation of interesting research questions, developing a conceptual framework and hypotheses, the selection of an appropriate research design and methodology, measurement instrument and data collection procedure, the analysis and interpretation of data and the reporting of the findings;
- To provide a forum for the presentation, discussion and critical examination of marketing studies.

Learning goals:

Upon the successful completion of this course, students should be able to:

- Write a clear and concise research proposal
- Independently design and execute a marketing study;
- Analyze the results using univariate, bivariate, and multivariate statistics,
- Interpret, report and present the results in a compelling manner;
- Assess the reliability and validity of marketing studies in general.

Teaching method:

The course will involve lectures, videos, small group exercises, coaching, and possibly guest lectures. Student presentations are an important part of the course. Students are expected to attend all classes, participate and contribute to discussions.

Grading pattern:

The final grade for this course will be based on the quality of the group exercises, class attendance and participation, and most importantly a research report that has to be presented in the last session of the course.

MKGC31125

Comportement du consommateur

Objectifs :

Ce cours poursuit trois objectifs :

- 1) Sensibiliser les étudiants aux variables et aux mécanismes qui influencent le comportement du consommateur, depuis la prise de décision jusqu'à la disposition du produit,
- 2) Faire le lien entre des savoirs théoriques sur le comportement du consommateur et leurs applications marketing pratiques,
- 3) Mieux appréhender les spécificités du consommateur contemporain.

Thèmes abordés :

- Le processus décisionnel : focus sur le marketing de la rareté et sur les heuristiques de décision.
- Les mécanismes de perception et leurs applications en marketing : perception du positionnement, perception des actions de communication, perception en magasin...
- Le phénomène d'apprentissage et le processus de mémorisation.
- Le processus de décision individuel.
- Le rôle des variables personnelles (personnalité, valeurs, styles de vie, etc.) et situationnelles (facteurs d'ambiance, temps, etc.) sur le comportement du consommateur.
- Les mécanismes de conformisme et d'influence.
- La dimension culturelle de la consommation.

Pédagogie :

- Cours illustré de cas
- Lecture, présentation et discussion d'articles

- Réalisation d'une étude terrain

Evaluation :

- Ateliers en séance : travail en groupe (10 %) ;
- Dossier de décryptage d'une facette du « consommateur contemporain » présenté en séance 5 : travail individuel (40 %) ;
- Projet final de communication sur un produit « bloquant » présenté en séance 10 : travail en groupe (50 %).

MKGC31126

Consumer Behavior

Objectives and Topics:

How does the study of consumer behavior help consumer product firms, health care marketers, entertainment providers, and other types of service businesses understand and serve their customers? What concepts and frameworks help us to understand our customers? What tools can be used in our companies? What types of consumer research can be done in our company or purchased from a marketing research provider?

These and other questions will be addressed in this course in relation to decisions by actual firms. We'll study the ways that consumers make decisions, how they find and evaluate alternatives, and how they purchase and use products. We'll consider what they do when they're satisfied and what happens when they are not! In particular, we'll study a group of psychological variables that can provide useful information about consumers: such as how they learn, what they perceive, and how they choose to live their lifestyles. In addition, we'll consider the impacts of the groups that they belong to: such as how their families, social groups, and ethnicities affect what they buy. When you have completed this course, you will have learned how major firms utilize consumer research in their own strategies and hopefully how to apply consumer research in your own firm.

Teaching method:

Classes may involve lectures, videos, guest speakers, small group exercises, and discussions. Case analyses and student presentations are an important part of the course. Students are expected to attend class, participate and contribute to discussions, and keep up with current issues in consumer behavior and marketing strategy.

Grading pattern:

- Class Attendance (10 %)
- Group Presentation (30 %)
- Communication project (30 %)
- Individual Assignment (30 %)

MKGC31430

Approche consommateur & Data Analytics

Ce cours, en partenariat avec L'Oréal, poursuit trois objectifs :

- Comprendre la place de l'approche consommateur dans le processus d'innovation, la définition de la stratégie marketing et sa mise en œuvre opérationnelle ;
- Manipuler des données de différentes natures (qualitative et quantitative) et de différentes sources (internes et externes) pour identifier des insights consommateurs ;
- Savoir comment traduire ces insights en actions concrètes dans le monde physique et le monde digital.

Il se situe donc à la croisée de trois domaines:

- Les études marketing et l'analyse de données (approche technique)
- Le comportement du consommateur (approche théorique)
- L'innovation et sa mise en œuvre (approche opérationnelle)

Thèmes abordés :

- Le métier de *Consumer and Marketing Insight* chez L'Oréal aujourd'hui
- Comprendre son marché, détecter des insights et diffuser la connaissance consommateur au sein de l'entreprise

- Identifier des opportunités à partir du *web listening*
- Transformer des opportunités en plateformes d'innovation
- Activation de marque et développement de produits et de services
- Innovation digitale

Pédagogie :

Chaque semaine, une équipe de professionnels de chez L'Oréal fera une présentation sur un thème ou une méthode de recherche ou d'analyse. Ensuite, les étudiants travailleront par groupe sur un cas construit avec L'Oréal sous la supervision d'un ou plusieurs professeurs de l'ESSEC. Les données occupant une place centrale dans le cours (les étudiants devront créer, analyser et interpréter des données), les cours se dérouleront dans le K-Lab, où les étudiants auront accès à tout le matériel et les logiciels disponibles.

Evaluation :

Les étudiants seront évalués sur la base de deux travaux différents :

- Un travail de groupe comptant pour 50 % de la note, dont la problématique sera donnée par L'Oréal, et qui servira de cas fil rouge sur les 10 séances de cours. A titre d'exemple, en 2016, le cas portait sur la marque Baxter.
- Un examen individuel comptant pour 50 % de la note. Cet examen portera sur l'intégralité du contenu du cours et sera effectué en séance 9. Les données étant centrales dans le cours, l'examen comprendra au moins une base de données à traiter.

MKGC31442

Sémiotique et communication

Objectifs :

L'objectif du séminaire est de présenter la sémiotique en tant que discipline utile pour toute personne souhaitant analyser et gérer les signes, les symboles ou encore le langage utilisés par une marque afin d'affirmer son identité ou son image. Plus

spécifiquement, le séminaire est dédié à l'analyse de la communication, qu'elle soit écrite (slogans, storytelling, texte publicitaire, etc.) ou visuelle (publicités, logos).

Thèmes abordés :

- A l'issue du séminaire, les participants seront en mesure de :
- Analyser un ensemble de travaux artistiques dédiés à la communication.
 - Comprendre le sens caché véhiculé par une publicité/un spot commercial/un logo/un discours, afin d'appréhender la véritable nature de la marque s'exprimant.
 - Déconstruire un visuel publicitaire (avec ou sans texte) afin de décrypter l'identité d'une marque.
 - Mettre en œuvre un ensemble d'outils analytiques tels que le schéma narratif canonique ou le carré sémiotique.

Pédagogie :

Le séminaire prend la forme de 10 sessions regroupées sur une semaine. Chaque session comporte une partie théorique, présentant et expliquant les concepts clés de la sémiotique. Ces concepts sont immédiatement mis en application par les participants, via des exercices à faire en groupe. Un travail final de groupe permet de rassembler l'ensemble des outils et concepts appréhendés lors du cours et donne lieu à une analyse de type consulting. Les participants sont supposés travailler entre chaque jour du séminaire, via des lectures fournies par l'instructeur.

Evaluation :

Le travail de groupe final, présenté oralement lors de la session n°10, constitue la note d'évaluation, modulée par la participation orale durant le séminaire.

MKGC31443

Semiotics and Communication

Objectives and Topics:

The aim of this course is to present semiotics as a helpful discipline for who has to analyze and manage signs and the language used by companies in asserting their identity or image. It focuses on the analysis of communication, be it written communication or visual one (slogans vs. advertisements or logos).

After studying this seminar students should be able to:

- Better analyze various artistic works.
- Understand the hidden message conveyed by advertisements; TV commercials; discourses; logos, which builds the true nature of a brand.
- Deconstruct a visual or a discourse to analyze the roots of a brand identity.
- Implement various tools such as the narrative scheme or the semiotic square.

Teaching method:

The seminar is taught via lectures, which discuss the key concepts in Semiotics. These ideas will be put into practice in each session with exercises to be done by teams. The final group work will wrap everything up and enable students to conduct a consulting-type semiotics analysis. Students will be expected to prepare for lectures through identified readings, case studies, and exercises. Each of the lecture topics are key foundation areas within semiotics. These are supported by selected readings provided with the lecture notes.

Grading pattern:

Oral group presentations, on the last session of the seminar.

MKGF31208

Développement des marques de luxe

Prérequis - cf. : tableaux

Objectifs :

Ce cours, au travers de l'histoire des objets de luxe et des codes dont ils sont porteurs, permet de mieux appréhender le

potentiel majeur que représente le secteur du luxe à l'international.

Les objectifs du cours pour les étudiants :

- Approfondissement de leur culture du luxe, en particulier les dimensions historiques et sociologiques ainsi que le contexte artistique qui inspire chaque créateur.
- Maîtrise les fondamentaux de la gestion d'une marque (identité, valeurs et territoire de marque, extension et alliances de marques) afin de se sentir prêts à mesurer le potentiel d'une maison de luxe.
- Intégration de la dimension marketing ainsi que les contraintes financières que revêtent la gestion ou l'extension d'une marque de luxe.

Thèmes abordés :

- Ages et codes du luxe.
- Approche culturelle du luxe à la française au travers des monographies de 6 grandes maisons françaises (Dom Pérignon, Hermès, Cartier, Louis Vuitton Malletier, Dior, Yves Saint Laurent).
- Nouveaux contours du concept de luxe.
- Identité et spécificités d'une marque de luxe.
- Enjeux et limites de l'extension de marque.
- Conséquences en termes de distribution et de communication.
- Gestion financière d'une marque de luxe.

Pédagogie :

Cours magistral développé autour de nombreux exemples concrets (produits et documents).

Visites d'un atelier de joaillerie et d'un musée d'une grande maison de luxe. Témoignages de deux professionnels et échanges avec les participants. Cours dispensé en semaine bloquée.

Evaluation :

La note finale est constituée de la participation et de la présentation de l'analyse et de la proposition d'extension d'une marque de luxe en équipe.

MKGF31211

Publicité**Objectifs :**

Définir et positionner la variable « publicité » au sein de la stratégie globale de l'entreprise. Affiner le jugement créatif. Optimiser l'efficacité et les relations avec les agences-conseils en publicité.

Thèmes abordés :

- Publicité : définitions, enjeux, cas.
- Le marché de la communication, le budget de communication, fixation et arbitrage.
- Le concept de la communication intégrée, les tendances en communication : la prise en compte des valeurs, crise et nouveau consommateur, l'efficacité publicitaire, critères et applications, le capital marque, identité/valeurs.
- Evaluation de la marque, au plan communication.
- Stratégies de communication : fixations des objectifs, la copy-stratégie et le concept créatif, les grandes campagnes publicitaires, les métiers de la communication, organisation agence/conseil, simulations professionnelles.

Pédagogie :

Actualités publicitaires ; cas de groupe ; photocopié de synthèse.

Evaluation :

Recommandation agences/conseils (présentation séance 10)/Cas de groupe.

MKGF31213

Stratégie de commercialisation et politique des ventes**Objectifs :**

Avec l'intensification de la concurrence, les entreprises commerciales sont confrontées à une complexification des enjeux de distribution. Globalisation, prééminence du multicanal, montée en puissance des réseaux sociaux et évolution des attentes et des

comportements des clients rendent la question de l'accès au marché et de sa captation cruciale.

Ce cours vise à transmettre un cadre d'analyse théorique et à développer des réflexes pratiques d'analyse des enjeux de commercialisation en s'appuyant sur des études de cas et des exemples d'actualité. A l'issue de ce cours, vous serez en mesure de mieux appréhender l'univers de la distribution et ses logiques tant du point de vue d'un fournisseur que d'un distributeur.

Thèmes abordés :

- Comment définir une stratégie de commercialisation performante ? (chaîne de valeur distributeur, format de distribution, multicanal, etc.).
- Comment se doter d'un réseau performant ? (Business model distributeur, concept de distribution, Géomarketing, etc.).
- Comment gérer durablement la performance de son réseau ? (Merchandising et optimisation d'assortiment, processus point de vente, pilotage de performance distributeur, etc.).

Evaluation :

Participation orale, étude de cas individuelle et travaux en équipe (cf. : analyses ciblées, jeu d'entreprise) sont pris en compte pour la notation finale.

MKGF31215

Gestion de la force de vente**Objectifs :**

Ce cours a pour but de faire analyser à l'étudiant les différents pièges à éviter et les clés à accumuler pour une gestion efficace d'une commercialisation. Il étudie la mise en œuvre des actions et les conséquences des choix opérés. Les principaux thèmes abordés dans ce cours seront les suivants : l'évolution de l'environnement concurrentiel, le rôle du vendeur, l'importance cruciale de la

segmentation des clients et des vendeurs, les nouveaux produits, la négociation, le management et la rémunération de la force de vente, l'évolution de la vente et le rôle du vendeur.

Evaluation :

Serious game pour des simulations sur la prospection et sur la vente, ainsi qu'une étude de cas font partie des différentes actions qui sollicitent la participation des étudiants.

MKGF31218

Stratégie et nouveaux défis de la distribution**Objectifs :**

Avec l'arrivée des « pure players » du e-commerce et le développement des nouvelles technologies, la distribution s'est profondément transformée ces dernières années. Développement de la marque-enseigne, omnicanalité, gestion du dernier kilomètre, utilisation de la data, guerre des prix sont quelques-uns des multiples défis auxquels est confrontée la distribution aujourd'hui. Ce cours a pour objectif de comprendre la stratégie des distributeurs face à ces nouveaux enjeux, à travers des cas concrets et des intervenants variés. Sont notamment intervenus en 2017 : Séphora, Leclerc, Picard, Casino, Auchan, Google, Institut du Commerce, BCG

Thèmes abordés :

- Les concepts émergents
- La construction d'un plan marketing
- Le retail face aux global brands
- La supply au service de la stratégie
- Les achats au service du marketing
- Stratégie multi formats multi-enseignes
- Le défi de l'omni-canal
- Singularité et utilité d'une enseigne
- GAFA : partenaires ou concurrents ?
- Les défis du commerce alimentaire

Evaluation :

La notation sera effectuée sur la base d'un cas à rendre et d'une note de présence. La

note globale permettra l'obtention d'une UV.

MKGF31221

Marketing Analytics

Elective course mandatory for the Accenture Chair in Strategic Business Analytics

Objectives:

This course aims at exposing students to the application and presentation of analytical and statistical methods to solve marketing problems, especially as they relate to customer description, segmentation, targeting, lifetime value, customer relationship management, and optimization of marketing actions and tactics, such as direct marketing campaign targeting. Given the plethora of data in that domain, most examples and illustrations will use data from direct marketing, database marketing, and interactive marketing. The course will be largely practical, with hands-on applications, exercises and assignments.

Note that this course will be involved and targeted at technically-oriented students, and will use tools such as MySQL databases and R scripts. Students will be strongly encouraged to bring their own laptops to most of the sessions. All tools used in the course are open-source software, can be downloaded and used at no cost, and work equally well on PC, Mac and Unix systems.

Topics:

MySQL; R; marketing segmentation; targeting and scoring models; customer acquisition, loyalty, and lifetime value; social network analysis; market basket analysis; product recommendations

Teaching method:

Lectures, in-class exercises and project-based learning.

Grading pattern:

Three assignments; bonus (and malus) based on participation in class and peer evaluations.

MKG31230

CPI - Création de produit innovant 1

Voir chapitre « Filières ».

Objectifs :

Programme commun avec Centrale Paris et Strate Design (école de design industriel) et inspiré d'un cours de Stanford, CPI vise à promouvoir les valeurs et méthodologies liées au Design Thinking, à l'Open Innovation, et à l'Intrapreneurship, via la réalisation de projets d'innovation concrets (création de nouveaux produits ou services) destinés à être déployés, pour le compte d'entreprises partenaires. CPI répond ainsi au manque chronique de liens et d'intégration entre ingénierie, business et design au niveau des études qui engendre des incompréhensions et un manque d'efficacité important dans la vie professionnelle des futurs diplômés, et pénalise aussi le développement de l'innovation.

CPI est une opportunité unique pour les étudiants de travailler sur de véritables projets d'entreprise autour de problématiques d'innovation. Ils pourront ainsi développer leurs capacités entrepreneuriales, leur sens des réalités économiques, financières, marketing et humaines de la gestion de projet. MKGF31230 (T1) et MKGF31232 (T2) doivent être pris obligatoirement ensemble. Pour valider le programme, les étudiants doivent s'engager sur les 2 trimestres et s'inscrire au cours à chaque trimestre (T1 et T2). Il est recommandé de ne pas s'engager dans un cours le mardi matin.

Le suivi du programme sur les 2 trimestres est validé par 3 UV et 2 mois d'expérience professionnelle.

Les séances auront lieu majoritairement, dans un lieu d'innovation, à Paris et les événements en alternance à l'ESSEC (Cergy ou La Défense), à l'École Centrale Supélec et à Strate Design.

Candidature dès le mois de juin sur www.moncpi.com/candidature et

inscription sur myessec.com dès le 1^{er} tour des inscriptions.

Pour toute question : fayet@essec.edu

Objectifs du cours :

- Favoriser l'« open innovation »
- Développer l'esprit entrepreneurial
- Avoir un impact sociétal
- Diffuser l'approche Design Thinking

Thèmes abordés :

Les étudiants auront le choix de s'engager sur l'un ou l'autre des cursus : CPI Concept (conception d'un concept de produit ou service qui a vocation à être opérationnalisé) ou CPI Imagine (Prospective sur les orientations stratégiques des entreprises clientes).

Le CPI comprend deux parties formant la pierre angulaire du programme qui a lieu tous les mardis après-midi :

- Partie académique : l'ensemble des étudiants se retrouve pour des séances organisées autour de thématiques relatives à la gestion de projet (créativité, processus d'innovation, observation terrain, études marketing, communication, prototypage, valorisation de l'innovation, business plan...), et animées par des professeurs des trois écoles ou des intervenants extérieurs partenaires du programme. Le reste de la journée est consacrée au travail en équipe sur les projets.
- Partie gestion de projets : chaque équipe travaille sur un projet concret d'innovation à développer pour le compte d'une entreprise (l'entreprise-projet) et selon une fiche-projet discutée en amont avec elle par l'équipe académique CPI, puis validée avec les étudiants au démarrage du projet. Le programme est détaillé sur le site www.creationdunproduitinnovant.com

MKG31232

CPI - Création de produit innovant 2

Voir descriptif MKGF31230 Création de produit innovant 1.

MKG31237

Key Account Management

Prerequisite(s) - cf. tables

“Specialized tracks” - B2B Relationship Management Track

Students taking this course should have substantial experience or background in BtoB Marketing. Although not required, prior validation of at least one of the following courses is recommended:
 - BtoB Agri-Food Marketing Policy (MKGS31228),
 - BtoB Marketing Strategy (MKGS31124 or MKGS31125)
 or any other equivalent. Students willing to deepen their expertise in BtoB Relationship Management through digital technologies are also invited to take “BtoB Digital Marketing Management” (MKGS31223).

Objectives:

Key Account Management or Strategic Account Management is a recent discipline coming from the United States and now developing in Europe. As mergers and acquisitions continue to increase, competition intensifies on the international scene, with more and more global customers demanding unified treatment across the planet. In all sectors, suppliers need to organize themselves to address this pressure from customers and also harmonize and globalize their own development. Key Account Management gathers all disciplines aiming at managing and developing the business relationships (as opposed to business transactions) between an organization and its “strategic” customers in the long run. Largely evolving from BtoB marketing and strategic selling backgrounds, but also from business strategy and management, it is a rising multi-faceted discipline, with

a dedicated Non-Government Organization: SAMA (Strategic Account Management Association), based in Chicago, Illinois (www.strategicaccounts.org).

At the end of the course, through the four objectives assigned to it, the students should have:

- Experienced the management of complex Customer-Supplier, through a solid and demanding business case, authored by the professor, which shall constitute the base of the course;
- Discovered well validated processes for building a Key Account Program based on structured Key Performance Indicators;
- Actually and effectively planned the Key Account relationship through time for a given key customer, though a second solid business case authored by the professor,
- Understand key elements of the profile, missions and human factors defining a seasoned Key Account Manager.

Topics:

- Complexity of the Customer-Supplier relationships
- Business-to-business Marketing and Purchasing background elements
- The rationale for Key Account Management
- Developing Long Term Business Partnerships
- Key Account Management Experience Sharing (Guest Speaker)
- Key Account Identification and Segmentation
- Organizing the Firm for Key Account Management
- Key Account Planning – 1. Analyzing the Key Account Environment
- Key Account Planning – 2. Formulating Key Account Strategy
- Key Account Planning – 3. From Strategy to the Key Account Plan
- Key Account Managers' Profiles and Professional Perspectives.

Teaching method:

From the outset, the students are grouped into teams of four students, for working on the two solid cases which will constitute the largest part of their contribution to the course. Part of this work is performed in class and part of it between classes. Other preparatory or application works is requested on an individual or pair basis.

The facilitation of the course is based both on formal inputs drawn from literature and experience, numerous recent examples, a number of exercises, and mini-cases and the two solid cases presented by the students. Last, corporate experience sharing is provided by two selected seasoned professionals.

Grading pattern:

Quality of in-class participation, combination of individual and team work.

Note: The consumption of **food and drinks** (except water) and the use of **mobile phones** are strictly prohibited during lectures. **Computers** should be strictly used for course-related activities.

MKGF31239

Social Media Marketing

Given on the ESSEC Campus in Singapore.

Objectives:

This course focuses on the following:

- How social media differ from traditional media such as TV and newspapers.
- How to craft and implement social media marketing strategies.
- Changes required in the corporate culture.
- Understanding tools – platforms and gamification.
- The dark side of social media marketing.
- How to (or try to) measure the effectiveness of social media strategies.

This course requires you to modify the current marketing strategies such as segmentation, targeting, and positioning. We will learn how the traditional business model of mass production of

communication is meaningless and irrelevant in social networks.

Topics:

- Overview of marketing strategy and how marketing has changed in the internet era.
- Introduction to Social Media Marketing.
- How people communicate.
- The spread of social media.
- How business culture will change.
- Social media strategy.
- Understanding the tools (Corporate blogs, Twitter, Facebook, gamification).
- Grabbing attention in a crowded market place.
- Using photos, videos and podcasts.
- Social media metrics.

Grading pattern:

The following is the scheme for grading:

- Group Project (55 %)
- *Proposal Presentation (10 %)*
- *Final Presentation (15 %)*
- *Project Report (30 %)*
- Individual Assignment (20 %)
- Class Participation and Case Studies (25 %)

MKGF31304

Introduction au design de produits et services**Objectifs :**

Le design fait partie de la stratégie globale d'une entreprise. S'agissant d'une fonction plurielle, distincte des autres spécificités de l'entreprise, il a pour objet de régir en termes clairs, significatifs et objectifs, l'ensemble des constituants visuels de l'entreprise. Ainsi, l'objet et le service, s'ils ne sont pas pensés pour l'homme, deviennent un obstacle aux actions et aux interactions humaines. Entre la sensibilité des formes, la compréhension des techniques, la culture des usages, et une empathie socio-culturelle, le designer navigue aux frontières des possibles qui font la vie et fondent l'économie.

Le but de ces préliminaires au design est de :

- Faire découvrir le métier et en ébaucher les contours
- Apporter la compréhension de ce que l'on peut en attendre
- Préciser le champ d'expertise
- Enoncer les méthodes, le point de vue et l'approche du designer industriel dans le processus d'innovation
- Faire comprendre les besoins de la juxtaposition des particularités d'une sensibilité artistique et celles d'un univers économique et industriel

Thèmes abordés :

- Panorama des métiers du design
- Historique du Design industriel
- Les outils du designer (logiciel, maquettage etc.)
- Le produit vu par l'usage
- L'écoconception
- Les scénarios d'usage et les scénarios d'expérience
- Le processus de création centré sur l'homme et les usages
- La mise en œuvre d'une stratégie Design en entreprise

Pédagogie :

Les méthodes pédagogiques utilisées sont variées : exposés des professeurs, intervenants professionnels, études de cas. Elles visent à donner aux étudiants à la fois une perspective théorique générale et une illustration par des cas très concrets.

Evaluation :

Etudes de cas en groupe.
Projet individuel.

MKGF31411

International Luxury Distribution

This course is mandatory for the LVMH Chair students. Open to other students depending of the number of seats available.

Course objectives

Understand the business models and key success factors of luxury brands. Analyze

the evolution & structure of the luxury industry with a focus on personal luxury sector, the role of M&A & IPO's and the most successful international luxury distribution strategies and distribution business models. Analyze the different distribution channels for luxury brands such as retail, wholesale, licensing, and distribution partnership. Understand how brand collaborations at large can enable luxury brands to develop innovative partnerships around their suppliers, distributors, retailers, employees and even shareholders but also strengthen their brand value chain from design to manufacturing, marketing, PR and distribution. Analyze the disruptions that affect luxury brands international distribution, such as travel retail, parallel markets, off-price and discount channels, category killers, digital disruptions, consumers empowerment, Omni retail, social commerce and even the sharing economy through the proliferation of pre-owned luxury websites and rental on-line platforms, etc.

Topics:

- Introduction on the business of luxury and recent luxury trends
- Luxury industry sector structure, key actors and KPI's
- Importance of PE funding, M&A, IPO in the luxury industry
- Luxury distribution business models and international distribution channels
- Licensing business model – most important contractual elements – best practices and case studies
- Brand collaborations, co-branding and distribution partnerships
- Wholesale business models and best practices, travel retail, department stores, category killers, off-price and discount channels
- Retail & branded wholesale business models and channels

- How e-commerce, market places and the sharing economy disrupt international luxury brands distribution

Teaching method:

It will deliver both conceptual tools and best practices and pitfalls of international luxury brands distribution through a mix of concepts and presentation and discussion of real life and recent case studies.

Grading pattern:

- Group work around one real brand business case: group case studies (40 %).
- Individual work around the concept of distribution partnership and brand collaborations (50 %).
- Preparation, individual participation (quantitative and qualitative) as well as punctuality and presence (10 %).

MKGM31080

Mise à niveau Marketing

Cours de mise à niveau, réservé aux étudiants AST.

Objectifs :

L'objectif général de ce cours est de faire acquérir aux étudiants une vue de synthèse de l'ensemble des concepts et modes de raisonnement de la discipline. Les objectifs spécifiques sont :

- De développer ses capacités d'analyse de situations marketing en lui fournissant un guide de réflexion basé sur les principaux outils utilisés dans la discipline,
- De lui montrer les fondements de la démarche marketing, depuis l'analyse du marché et du comportement du consommateur, jusqu'à la mise en place des actions marketing,
- De développer une vue de synthèse des différentes activités marketing en entreprise,
- De permettre à l'étudiant d'appliquer en situation réelle les concepts appris en cours, notamment de rédiger un plan marketing.

Thèmes abordés :

Place du marketing dans l'entreprise et processus de planification marketing
Stratégie marketing et concepts de segmentation, de ciblage et de positionnement
Système d'information marketing, et études marketing
Marketing opérationnel : décisions relatives au produit, à la marque, au cycle de vie du produit, au prix, aux politiques de communication et de distribution.

Pédagogie :

Exposé des concepts et méthodes, exercices et cas discutés en classe, cas de synthèse réalisé sur l'ensemble du trimestre en collaboration avec une entreprise.

Les étudiants seront amenés à faire des présentations orales en groupe.

Evaluation :

Travail de groupe sur cas de synthèse marketing (présentation orale et remise d'une synthèse écrite)
Examen final individuel, sans documents.

MKGM31081

Refresher course Marketing

Refresher course, reserved for the AST students.

Objectives:

Marketing Management is the art and science of choosing target markets and getting, keeping and growing customers through creating, delivering and communicating superior customer value. This course addresses the theories and concepts of marketing philosophy and how modern companies use the principles of marketing to deal with competitive challenges and opportunities in the global marketplace. It presents students the marketing process and its different steps.

Topics:

Defining marketing for the 21st century
Developing marketing strategies and plans
Managing marketing information

Segmentation, targeting and positioning
Market Research
Branding and Product Life Cycle strategies
Integrated marketing communication and pricing strategies.

Teaching method:

Lectures combined with class discussions, case study analyses, guest speakers and team work;
Presentations on a case study, in partnership with a company.

Grading pattern:

Case study presentations (oral and written document) and individual final exam.

MKGM31128

Marketing management

Prérequis - cf. : tableaux. Cours fondamental

Objectifs :

Plusieurs forces contribuent à modifier la nature, la structure et le rôle de la fonction marketing au sein des entreprises. Les responsables marketing sont exposés à des changements rapides dans des marchés extrêmement compétitifs et sont submergés par une quantité de données importante. Alors que certains voient le marketing comme une science et d'autres comme un art, le marketing moderne ressemble de plus en plus à de l'ingénierie. L'objectif de ce cours est de former une nouvelle génération de marketeurs – et de familiariser les étudiants peut-être peu intéressés par le marketing à cette facette relativement nouvelle, et pourtant de plus en plus stratégique, de la fonction marketing au sein des entreprises. L'objectif est également de former les étudiants à traduire des concepts théoriques en décisions et actions managériales, en utilisant les outils analytiques, quantitatifs et informatiques mis à leur disposition dans le cadre du cours.

Le cours est organisé autour de la résolution analytique de problèmes

managériaux et couvre l'ensemble des fonctions du marketing. Il est recommandé de prendre ce cours en milieu ou en fin de cursus, permettant ainsi aux étudiants ayant suivi plusieurs cours de marketing de revoir les fondamentaux sous un angle plus analytique ; et aux étudiants qui se seraient spécialisés dans d'autres fonctions, de gagner une vision d'ensemble des différents rôles du marketing dans une entreprise.

Thèmes abordés :

Marketing Management ; Préférences, choix et parts de marché ; Développement de nouveaux produits ; Segmentation, ciblage et positionnement ; Allocation optimale de budget ; Valeur client ; Prix.

Pédagogie :

Cours magistraux et mise en pratique autour d'études de cas et/ou de projets à réaliser et présenter en groupes.

Evaluation :

Exclusivement sur base d'études de cas et/ou de projets ; bonus (et malus) basés sur la participation en classe et les évaluations des autres étudiants aux travaux de groupe.

MKGM31129

Marketing Management

Prérequisite - cf. : tables. Core course

Objectives:

Several forces are transforming the nature, scope, and structure of the marketing profession. Marketers are seeing increasingly faster changes in the marketplace and are barraged with an ever increasing amount of information. While many view traditional marketing as art and some view it as science, today's marketing increasingly looks like engineering. This course aims at educating and training a new generation of marketing managers – and to expose non-marketing students to this relatively new, yet increasingly important facet of marketing. The goal of this course is to

train marketing managers to translate concepts into context-specific operational decisions and actions using analytical, quantitative, and computer modelling techniques.

This course is organized around analytical resolution of managerial problems, and covers most of the aspects of the marketing function in a firm. It is recommended to take this course either in the middle or around the end of the academic cursus. In doing so, students with significant academic background in marketing will review fundamentals of marketing management through the lenses of marketing analytics; while students with no desire to specialize in marketing function will be introduced to all aspects of the marketing function.

Topics:

Marketing management; preferences, choices and market shares; new product development; market segmentation; targeting and positioning; marketing budget allocation; customer lifetime value; pricing.

Teaching method:

Lectures, group-based case studies and/or projects.

Grading pattern:

Exclusively based on case studies and/or projects; bonus (and malus) based on participation in class and peer evaluations of group work.

**MKGM31217
Chef de produit**

Objectifs :

L'environnement des marques, notamment en grande consommation, a évolué considérablement au cours des 3 ou 4 dernières décennies. Les marques qui réussissent ont effectué une véritable mutation tant dans leur organisation interne (structure et démarches marketing) que dans le choix de partenaires externes (agences de

communications, RP, packaging...). Dans ce contexte, l'objectif de ce cours est de :

- Montrer aux participants que le poste de chef de produit marketing est un poste «charnière» à la rencontre de fonctions extrêmement différentes au sein de l'entreprise.
- Faire comprendre que la fonction chef de produit peut considérablement varier selon les types d'organisations, leur taille, leur présence géographique, les types de marchés ou les secteurs.
- Familiariser les étudiants avec les fonctions de chef de produit développement et chef de produit opérationnel, leurs différences et leurs complémentarités.
- Former les étudiants à la démarche marketing et aux outils utilisés pour l'analyse de la situation, pour la fixation d'objectifs, l'élaboration d'une stratégie et la déclinaison sur tous les éléments du mix.
- Donner aux participants les outils leur permettant de gérer les relations avec les prestataires extérieurs (agences de publicité, de communication et de design, agences média, instituts de sondage et de panels, relations publiques, etc.).
- Sensibiliser les étudiants à la nécessité d'intégrer les nouvelles techniques marketing, notamment liées à l'Internet.

Pédagogie :

Présentation théorique des concepts et des procédures en entreprise, ponctuée de nombreux exemples et cas réels issus du secteur des produits de grande consommation. Mise en pratique par l'intermédiaire de travaux de groupe : il s'agira pour chaque groupe d'étudiants de se mettre à la place d'un chef de produit qui doit, après analyse, recommander et développer un plan d'action marketing.

Evaluation :

L'évaluation intégrera la participation de l'étudiant pendant les séances ainsi

que la ou les notes des travaux de groupe (études de cas).

**MKGM31218
Product Management**

Objectives:

The main objective of the course is to bring students to develop a comprehensive understanding of the key challenges for marketers. It relies on real-life case studies that will allow the students to improve their decision making capabilities. The course covers basic tools for analysis but at least equally important, it introduces skills in presenting data and writing a report.

As its name says, Marketing is driven by action: implementation is what counts. Students will do marketing when presenting their cases and writing up their analysis. They will write their analysis and recommendations for action as if they were acting as consultants to a firm, with a special care for the reader/consumer in terms of clarity. The quality of their write-up, both in terms of style and combination of discourse with evidence, will count in their evaluation.

Topics:

The course will cover such topics as:

- Assessing brand loyalty
- Product positioning
- Market segmentation
- Pricing and promotion
- Advertising
- Channel coordination
- New-product launch decisions

Teaching method:

The course is based on case analyses with in-class presentation of key concepts and their implementation in practise.

Grading pattern:

- Four case studies in groups with in-class presentations (100 %)
- In addition, students may be offered optional case material to improve their grade.

**MKGM31322
Relation client et croissance**

Objectifs et pédagogie :

L'axe de ce cours est la stratégie de croissance par le client et plus particulièrement le lien entre croissance et optimisation de la valeur-client. Il est cohérent avec les développements en stratégie marketing centrés sur la valeur du client, avec : le client comme facteur de croissance, les façons de maximiser et optimiser la valeur du client, le pilotage de la performance dans ce contexte, les stratégies de mise en œuvre. Les stratégies marketing mettent fortement l'accent sur la co-création de valeur pour l'entreprise et le client. La stratégie de croissance par le client entre dans cette logique.

L'objectif explicite de ce cours est de familiariser les étudiants avec une démarche et avec la mise en œuvre de cette démarche permettant de répondre aux défis de croissance auxquels sont confrontées les entreprises.

La perspective de ce cours est aussi de s'inscrire dans des démarches stratégiques largement mises en œuvre et classiques dans certains cabinets de conseil en Marketing stratégique comme Bain & Co, qui assure ce cours. Les objectifs pédagogiques du cours sont de :

- Resituer l'intérêt et la place de la croissance par l'optimisation de la valeur client parmi les concepts clés de la stratégie d'entreprise et de la stratégie marketing ;
- Familiariser et former les étudiants aux outils de pilotage de la performance ;
- Rendre les étudiants opérationnels en conseil en marketing stratégique, avec une mise en œuvre des méthodes et outils d'analyse étudiés ;
- Familiariser les étudiants avec le quotidien d'un consultant au travers d'exemples et d'études de cas ;

- Mettre en pratique les enseignements au travers d'une mission réelle.

Evaluation :

L'évaluation est à la fois orale et écrite, collective (oral et écrit) et individuelle (écrit).

Globalement, chaque étudiant est évalué avec trois notes sur 20, deux notes collectives et une note individuelle.

Les étudiants travaillent en équipe entre deux cours sur une étude de cas et sur le dossier intégrateur. On attend de chacun d'eux une présence et une participation actives.

MKGM31350

Politique de marketing

Prérequis - cf. : tables.

Introduction :

Ce cours entièrement confié à Unilever est un séminaire de spécialisation en marketing grande consommation animé par des cadres opérationnels du groupe issus de ses différentes activités : alimentaires (Knorr, Lipton, Alsa, Planta Fin, Fruit d'Or, Magnum...) et non-alimentaires (Axe, Skip, Sun, Omo, Signal, Dove, Persil...).

Objectifs :

A travers des cas pratiques réels présentés et animés par des managers seniors d'Unilever,

les étudiants travailleront sur les principaux challenges qui se posent à l'industrie des PGC :

- développement catégoriel dans un contexte concurrentiel toujours plus intense,
- création de valeur dans un contexte de pression sur les prix toujours plus élevé,
- renforcement de la désirabilité de nos marques seule garante de la préférence consommateur à moyen terme
- et développement de marques citoyennes (brands with purpose).

Pédagogie et thèmes abordés :

Ce cours aborde le marketing Grande Consommation sous tous ses angles,

développement, positionnement de marques, développement de communication & développement d'innovations, activation BTL & plans media, category management, droit des marques et inclusion de stratégie durable au cœur de nos marques...

Chaque séance est animée par un manager différent qui met en lumière son rôle marketing et les problématiques auxquelles il est confronté au quotidien. Les étudiants sont alors amenés à se mettre « à sa place » pour résoudre des cas concrets. Ces cas leur permettront d'être en situation quasi professionnelle. Cette complémentarité des approches donne aux étudiants une vision globale de toutes les composantes et étapes de la stratégie Marketing dans une entreprise internationale de Produits de Grande Consommation.

Evaluation :

La notation sera effectuée sur la base de 3 cas à rendre et d'une note de présence. La note globale correspondra à l'obtention d'une UV.

MKGM31353

Mise en œuvre de la relation industrie-commerce : Partenariat Carrefour-Danone

Introduction :

Ce cours d'entreprise a été lancé à l'ESSEC avec succès en 2007 dans le cadre de la chaire Grande Consommation. Le plateau est exceptionnel et les thèmes traités sont d'une incroyable actualité.

Pédagogie et thèmes abordés :

Chaque semaine les équipes Carrefour et Danone interviennent en binôme et les deux Présidents concluent le programme. Ainsi, des dirigeants de Danone et de Carrefour viennent ensemble échanger sur leurs enjeux, individuels et communs. Chaque séance est consacrée à un des chapitres clef de la collaboration entre un industriel et une enseigne - par exemple, enjeux et stratégie d'alignement, la

définition de l'assortiment, la gestion de l'innovation, l'excellence opérationnelle et la motivation des équipes, le co-marketing, le CRM et le digital, la supply chain, la négociation et le développement en proximité et les projets RSE...

Ce cours est riche et assez exceptionnel dans sa formule et son contenu. C'est un complément de formation de haut niveau stratégique et opérationnel ainsi qu'une occasion de beaucoup de contacts.

Ce cours se termine chaque année par une séance autour des dirigeants de Carrefour et de Danone, séance pendant laquelle les meilleurs étudiants présentent la synthèse de leurs cas, puis l'ensemble des étudiants dialoguent avec les deux Présidents sous forme de Q&A.

Evaluation :

La notation sera effectuée sur la base de 2 travaux à rendre. La note globale correspondra à l'obtention d'une UV.

MKGM31355

Management des produits de grande consommation

Objectif et pédagogie :

Ce cours animé par la chaire Grande Consommation et faisant systématiquement intervenir des professionnels poursuit un triple objectif :

- Connaître et comprendre, à travers des cas et exemples très concrets, les enjeux et défis que rencontrent actuellement les industriels du secteur de la Grande Consommation
- Percevoir les interactions entre les principaux métiers du secteur
- Approfondir la connaissance des étudiants sur les entreprises industrielles des PGC, bien cerner les valeurs et moteurs qui les animent afin de pouvoir orienter sa carrière dans une entreprise inspirante pour l'étudiant.

Une entreprise différente intervient à chacune des séances sur une problématique dans laquelle elle excelle. Sont intervenues en 2017 : L'Oréal, P&G,

Nestlé, Pernod Ricard, Groupe Avril, Pepsi Co, Michel & Augustin, SCA, BIC, Swania.

Thèmes abordés :

Un thème différent par séance. Par exemple en 2017 : Innovation et R&D, Production & Supply, stratégie financière, marketing disruptif, global customer, négociation commerciale, affaires publiques, ressources humaines, reprise d'une marque.

Evaluation :

La notation sera effectuée sur la base de deux cas à mener en groupe. En première séance, une entreprise propose 6 cas concrets et réels qui la préoccupent directement dans des domaines aussi variés que la supply, l'assortiment, la politique RH, l'innovation produit, l'équilibre financier. Chaque groupe devra traiter 2 de ces 6 sujets en fonction de ses attirances professionnelles. Les cas seront présentés et débriefés en dernière séance. La note globale permettra l'obtention d'1 UV.

MKGM31412

Anthropologie des marques de luxe

Voir descriptif du cours MKGM31413
Anthropology of Luxury Brands

MKGM31413

Anthropology of Luxury Brands

Introduction:

Branding has become a hot topic. Many companies realize that they need to understand the value of their corporate brand and its products; develop and manage brands strategically, and deliver implementations that are relevant to the stakeholders. For luxury brands, the challenge is to keep the aspirational aspects of the brand and products alive while allowing more and more accessibility by extending the brand, offering products that range from the entry level to the exclusive club. Defining mature retailing concepts, focusing on service quality and taking CSR into

account allow luxury brands to remain exclusive and highly desirable for consumers. Consumers, especially those who are wealthy, culturally sensitive and/or trend leaders, want something special and unique.

Objectives:

The objective of this course is to discuss how strategic management of Dream Factor, Corporate Social Responsibility and Accessibility, combined to differentiated and consistent implementations that are relevant to stakeholders, help developing powerful brands and creating emotional bond with consumers and loyalty.

We will focus on three topics: Consumer brand equity and cultural foundations of the dream factor; Brand identity and experiential branding; Corporate Social Responsibility as brand leverage and internal branding.

You will be exposed to lots of cases of successful — and some unsuccessful — branding campaigns so that you learn what to do and what not to do in your own job. This seminar will familiarize you with the best practices in luxury branding and show how to build strong and powerful brand.

From Hermès, Chanel, Vuitton, DTC and the rebirth of Dior and ST Dupont to successful branding initiatives in champagnes like Krug, Dom Perignon and watches.

By understanding the key success factors of luxury brand management, you will learn about concepts and be equipped with tools to manage a branding project you could apply in mass brands.

Specific objectives:

1. Introduction to the challenges of luxury brand management.
2. Understanding the cultural dimension of powerful brands.
3. Understanding brand identity fundamentals.

4. Describe patterns of luxury consumption.
5. Explain how corporate social responsibility can increase the dream factor.
6. Discuss luxury brands extensions and communication.
7. Discuss the relationship between corporate social responsibility and internal branding.

Topics:

To understand this complex process, we will be exposed to perspectives from marketing, semiotics (the study of symbolism), sociology, anthropology, cultural. In addition to class lectures and discussion, students will work on case studies.

The aim is to give students practice in performing an actual branding and Corporate social responsibility project.

Teaching method:

Class attendance and participation: Attendance is both expected and considered necessary to adequate completion of the course. You are responsible for all material covered in class or assigned, regardless of the reason for absence. Lectures will be based on the assumption that you have read all assigned material prior to attending the session in which it is discussed.

Your responsibility is not only to attend class; you should also be a contributor to class. Your class participation grade will reflect my assessment of the extent to which you have done this. If by the end of the term I don't recognize your name and/or face, that is a good indication that you haven't lived up to this responsibility. In addition to asking questions or making (constructive) comments during class, you can contribute by volunteering to share the work you have done on class assignments with the rest of us. On a day when a case study is due, I will ask students to come up and share their project with the rest of the class.

Interaction with professor: I will be happy to set up an appointment to meet with you at a mutually convenient time. Please note that due to other commitments I cannot guarantee that I will be able to spend time with you if you just "drop by" my office. Please e-mail me to set a mutually convenient time.

L'Oreal Group projects: Members of the class will divide into teams of 3-4 members. Each group will work on a L'Oreal project dealing with branding and corporate social responsibility (branding diversity and green concepts for a cosmetic brand) throughout the semester and present it to the class. This project will allow you to apply the concepts of branding and corporate social responsibility we cover during the semester in a creative way. I will assign a group grade to the presentation then modify these grades as necessary to reflect each individual's contribution to the group effort. Details will be provided on a separate handout.

Grading pattern:

- Team case (50 %)
- Individual case (40 %)
- Class participation (10 %)

MKGM31420

Séminaire de département en marketing

Objectifs :

Ce séminaire donne aux étudiants l'opportunité de mettre en pratique les connaissances en marketing qu'ils ont acquis précédemment dans les cours tels qu'études en marketing, comportement du consommateur, publicité et marketing management.

MKGM31421

Department Seminar in Marketing

Objectives:

This seminar provides students with an opportunity to put into practice their marketing knowledge acquired in previous courses, such as marketing research,

consumer behaviour, advertising and marketing management.

MKGS31124

Stratégies Marketing BtoB

Introduction et objectifs :

Sous la pression de la publicité grand public, la perception du marketing est encore aujourd'hui largement limitée à ses applications en grande consommation. Pourtant, la majorité des échanges économiques concernent des entreprises ou (plus largement) des organisations entretenant entre elles des relations « Clients – Fournisseurs » qui nécessitent des compétences en marketing bien spécifiques et conduisent à des métiers passionnants car centrés sur le développement de relations interpersonnelles durables. Parmi les innombrables domaines d'application, citons les biens d'équipements, l'emballage (équipement et consommables), les composants industriels (automobile, électronique, machine-outil, etc.) ou bien encore tous les services requis par les entreprises (banque, finance, consulting, distribution, logistique), sans oublier les activités « BtoB » d'entreprises connues du grand public comme les sociétés pétrolières ou agro-alimentaires (détergents pour les entreprises industrielles, boissons pour la restauration par exemple). Ce cours porte sur les spécificités du marketing en environnement « business to business ». L'objectif est de permettre aux étudiants d'élargir leurs connaissances à ces domaines et de leur fournir les concepts et méthodes qui leur permettront de porter un diagnostic, d'analyser et de décider efficacement dans des situations souvent complexes. Avec « B2B Agri-Food Marketing Policy » (MKGS31228), ce cours est un des prérequis possibles ouvrant accès au cours « B2B Digital Marketing Management » (MGKS31203).

Thèmes abordés :

- Valeur pour les organisations clientes.
- Caractéristiques de la demande et de l'offre en contexte BtoB.
- Comportement d'achat organisationnel.
- Méthodes de segmentation et positionnement.
- Différenciation et proposition de valeur.
- Management des réseaux commerciaux.
- Equilibrage du mix et gestion des activités et produits nouveaux en contexte industriel et, plus généralement, BtoB.

Pédagogie :

Exposés des aspects formels de la discipline, lecture d'articles « fondateurs », études de cas, exemples de différentes industries. Discussions et partages d'expériences.

Evaluation :

Qualité de la participation aux cours, combinaison de travaux individuels et de travaux de groupes, résolution de mini-cas et de cas d'entreprises.
Note : L'utilisation des **téléphones portables** et des **micro-ordinateurs** (sauf recommandation expresse sur application) et les **consommations alimentaires** ou de **boissons** (sauf eau) sont strictement interdites dans le cadre de ce cours.

MKGS31125**Business to Business Marketing Strategy**

See Chapter "Specialized tracks" - B2B Relationship Management Track

Objectives:

Brands and products at the final consumption stage are much more widely perceived than others by most people, especially younger individuals like students, so that organizations operating at any B2B (Business-to-Business) level have remained widely unknown. Yet, the B2B sector is the prerequisite for developing consumer products and services since consumers' needs vertically

propagate through the depth of our economic systems. What's more, the B2B environment deals with much more varied and numerous brands and organizations and, above all, it offers a myriad of different exciting professional marketing, sales and managerial opportunities that have yet to be uncovered and publicized. It turns out that, mostly starting from the 2010s in Europe (earlier in the United States); B2B Marketing has been undergoing tremendous changes and challenges, especially due to the ubiquitous digitization of the economy. The latter deeply affects and questions traditional B2B Marketing approaches, yet without wiping out its foundations or its unshrinkable structural differences with B2C Marketing.

It is the objective of this course, deeply renovated in 2016, to offer students up-to-date concepts and methods in order to analyze the situation of a company or organization in a B2B environment, and to formulate innovative and pertinent strategies allowing the company to "single out" its offer and succeed in strategy execution. Although not a "digital" B2B Marketing course *per se*, this course discusses many internet-based approaches, methods and challenges. With "B2B Agri-Food Marketing Policy" (MKGS31228), this course is one of the possible pre-requisite courses opening access to the more advanced course on B2B Relationship Management: "B2B Digital Marketing Management" (MGKS31223).

Topics:

- Scope of BtoB Marketing and differences with BtoC Marketing
- Analysis of the BtoB operating context
- Value for customer organizations
- Organizational purchasing behavior
- Segmentation and targeting methods
- Differentiation and value proposition
- Competitive analysis
- Value creation and evaluation

- Customer journey, lead generation and lead nurturing
- Value proposition and sales cycle
- Distribution network management
- Building loyalty and customer advocacy.

Teaching method:

In its new format, the course is based on the assumption that learning by doing is best, and even better in a carefully coached creation mode, so that the numerous concepts, methods and tools constituting the course content are taught in an action-oriented way. The students are challenged and coached through several group learning activities (teams of four individuals) leading to deliverables which are regularly presented before their classmates:

- Weekly work on a red-thread **Application Project** applied to a company and a Product-Market system of their choice (after validation by the instructors). The details of this project are described on a specific working document;
- One **Thematic Research** whose presentation is scheduled in advance (the list varies across semesters depending on the number of student groups);
- A final group presentation of the application projects during the last course session.

Grading pattern:

Quality of in-class participation, combination of individual and team work. The chart below indicates the components of this evaluation.

Note: The consumption of **food and drinks** (except water) and the use of **mobile phones** are strictly prohibited during lectures. **Computers** should be strictly used for course-related activities.

Type / Grade %
In-class participation (individual) = 20 %
Thematic research (teams of four students) = 30 %

Application case (teams of four students) = 50 %

MKGS31200**Contemporary Issues Luxury Marketing LVMH Chair Seminar**

The seminar is reserved only for students admitted to the LVMH Chair.

Content:

The seminar includes field projects given by several houses of the LVMH group. Students work in teams on a current issue facing one of the LVMH houses today. It also allows the LVMH Chair students to learn how to apply their knowledge to real-life problems within the luxury industry.

MKGS31203**Digital Marketing Strategy****Objectives:**

As digital is becoming the 1st advertising media globally, this class is the first at ESSEC to give both a deep perspective into digital marketing, channel by channel, as well as the integration of digital within a marketing plan. The course content is highly complementary with the e-Business Strategy & Operations course taught by Peter O'Connor, the e-Business entrepreneurship course taught by Jan ONDRUS / Nathan FURR and the Digital Transformation course offered in cooperation with Cap Gemini Consulting.

Topics:

- The module will contribute to two of ESSEC's global learning goals:
1. Managing Process: Students will be required to master functional area concepts and theories from marketing, sales and information systems and integrate these theories with practical knowledge gained through the module project.
 2. Facing Complexity: The digital marketplace is very complex and rapidly evolving. Students will therefore have to apply strong analytical skills to

understand current practices, develop innovative solutions to address the issues in the main case study project and in-class exercises.

The course aims to provide students with the knowledge, tools and reflexes to build a marketing plan focused on digital, with cost efficiency constraints, based on a real startup case.

More precisely, students will learn:

- How to build a Search Engine Marketing campaign, a Display advertising campaign, an online video campaign, build a social media mix, build a digital influencer strategy, build a mobile strategy
- How to concretely use Google AdWords and Facebook Advertising tools.
- How brands can be efficiently built or reinforced online
- About the history of the Internet as a media, its advertising ecosystem and its key stakeholders.

Each class will follow a similar pedagogical pattern, focusing on a different digital channel each time:

1. Impart knowledge of the history of the digital channel (e.g. mobile, e.g. social media); animate the class through sharing of existing knowledge from the students.
2. Explain the key specificities, issues, trends & possible strategies for each digital channel, through examples; animate the class through finding the pros & cons for each strategy.
3. Presentation of a case study; animate the class through debates on a strategy to apply, and its step-by-step implementation.
4. (When applicable) teach concrete use of digital marketing tools (e.g. Google AdWords, Facebook Ads); animate the class by having them play around with the tools on their computers and do some exercises.

Grading pattern:

Students are graded as follows:

1. Active, in-class participation, also based on readings (25 %).
2. Case study work group (groups of 7 on average), consisting in building the digital marketing plan of a given startup with precise budget and objectives (75 %). Real startup identified in advance by the teacher.

Assessment based on:

- Slide presentation during last class (15min + 5min question)
- Detailed plan;
- Peer grading within group.

MKGS31204

Stratégie de marketing digital

Pour le descriptif de cours, veuillez consulter le cours équivalent MKGS31203.

MKGS31223

B2B Digital Marketing Management

See Chapter "Specialized tracks" - B2B Relationship Management Track
Prerequisite - cf.: tables

Objectives:

The word "digital" is now on everybody's lips. Internet has revolutionized our behaviors, and the "internet natives" are now leading the way. As witnessed by today's greatest brands of the consumer service industries (Amazon, Facebook, Google, etc.), the digital revolution has mostly ignited the BtoC layer of our economy. This course will take a hands-on approach with several sessions devoted to workshops facilitated by digital B2B experts. The first two sessions will be devoted to the introduction of concepts (Session 1) and the introduction of three contrasted company cases (Session 2). Teams of students formed during Session 2 will deal with these cases all along the course, following the three steps of customer base development: The Reach phase (Sessions 3 and 4), the Lead Management phase (Sessions 5 and 6), and the Customer Advocacy phase (Sessions 7 and 8). The last two sessions

will be devoted to final case presentations.

Topics:

- Defining and explaining Digital Marketing
- Recognizing digital organizational customer profiles and tracking their online behaviors
- Identifying pertinent digital "touchpoints"
- The "Reach – Lead Management – Customer Advocacy" sequence
- Lead Management or how to recruit more new organizational customers using online strategies
- Defining and grading leads
- Controlling how "cold B2B prospects" become "leads"
- Managing online B2B content
- Search-Engine Optimization (SEO), Search-Engine Marketing (SEM) in the B2B context
- Using social networks and blogging to become more visible on the net
- Paid vs. free traffic
- Measuring digital performance
- Using marketing automation softwares

Teaching method:

The course draws from numerous recent and very recent sources from recognized B2B experts and specialized internet platforms. After solid content on stakes at hand, challenges and solutions, it focuses on practice, based on three different company cases. The students, organized in teams of six, will be asked to design a digital communication strategy along the course for the three cases, with partial presentations validated by the instructors. All projects will be presented and discussed during the last two sessions of the course.

Although quite different in their approach to the discipline (see biographical sketches), the two instructors are largely interchangeable and share the teaching and facilitation of the course. While most sessions will be taught by one of them,

some will be co-facilitated, especially, if time constraints allow, the last two sessions.

Grading Pattern:

Student evaluation will be based on the combination of individual and **team work**. The chart below indicates the components of this evaluation (which may be adapted to sessions and trainers).

Note: The consumption of **food and drinks** (except water) and the use of **mobile phones** are strictly prohibited during lectures. **Computers** should be strictly used for course-related activities.

Grading pattern:

Type / Grade %

Intermediate Presentations (student teams) = 60 %

Slide based presentations in sessions 4, 6 and 8 (20 % each)

Digital Marketing Strategic Plan (student teams) = 40 %

Final presentation (20 %)

Final Document (20 %)

MKGS31228

Business to Business Agri-food Marketing Policy

See Chapter "Specialized tracks" - Agri-food Track.

See Chapter "Specialized tracks" - B2B Relationship Management Track with "B2B Marketing Strategy" (MKGS31225), this course is one of the possible pre-requisite courses opening access to the more advanced course on B2B Relationship Management: "B2B Digital Marketing Management" (MKGS31223).

Objectives:

In its most traditional sense, marketing consists of a set of concepts and techniques aiming at satisfying the needs of the final consumers. These needs propagate upwards along the economic chains, affecting the «business-to-business» relationships. In the agri-food domain, the industrial needs arise all along the chains, and concern products as

diverse as packaging, manufacturing equipment, intermediate products, with a more tangible concentration at the level of "Intermediate Food Products" and farm inputs.

The objective of the course is to enable participants to formulate and execute sound marketing policy in an agri-food business-to-business context. Therefore the course includes a series of real case discussions developed by H. FAUCHER in partnership with actual executives from large international companies of the sector. These "live" case studies come as "hands-on" illustrations of theoretical aspects from the industrial marketing field, duly covered during the course, such as the concept of transaction, industrial chain and networks, industrial purchasing behavior, need appraisal, market segmentation, value delivering systems, communication strategies, key account management, etc., drawn from both standard and the most recent theoretical literature. Specific industrial marketing tools are introduced, including Segmentation, Product Positioning and Value Proposition, to complete the link between theory and practice.

Topics:

- Differences between B2C and B2B marketing, and sector-related implications.
- Business purchasing behavior in the agri-food sector.
- B2B market segmentation and positioning.
- Complex B2B negotiation and Key Account Management.
- Bringing and retaining value in the agri-food chains.
- Business channel management in the farm input industry.
- Competitive position analysis and marketing implications.
- Experience sharing from the field.

Teaching method:

The course provides theoretical aspects from the industrial marketing field. Three deeply involved, real, up-to-date case studies, co-authored together by H. Faucher and several expert executives are experienced (B2B negotiation) and discussed in class. A selection of articles is provided for reading and discussion. Other "mini-cases" are provided in class to illustrate the large variety of issues brought about in the course.

Grading pattern:

- Quality of in-class participation and combination of individual and team work.
- Article reading notes (individual).
- Case preparation (by teams).

Note: The consumption of **food and drinks** (except water) and the use of **mobile phones** are strictly prohibited during lectures. **Computers** should be strictly used for course-related activities.

MKGS31311

International Marketing

Objectives:

This course will give an overview of international marketing issues. Course objectives are to develop a general overview and understanding of international marketing, to provide an appreciation of environmental influences in international marketing, to teach a way of thinking which will assist in identifying and analyzing the environmental uniqueness of various nations, and finally to illustrate marketing techniques and strategies necessary to compete in the global marketplace.

Topics:

We will have a look at culture, global segmentation - targeting - positioning, global marketing research, global product, pricing, distribution, and communication decisions.

Teaching method:

The course is a combination of lectures, discussions, as well as group works.

MKGS31312

Marketing international

Objectifs :

Ce cours a pour objet d'aborder les principaux problèmes qui se posent sur un plan décisionnel et organisationnel aux entreprises concernées par un développement de leurs activités commerciales à l'étranger, qu'il s'agisse d'exportation, d'implantation de filiales ou de partenariat. Elle vise en particulier à sensibiliser les étudiants aux concepts, méthodes et formes d'organisation spécifiques à la mise en œuvre d'une stratégie marketing orientée vers la conquête des marchés étrangers.

Thèmes abordés :

Quatre thèmes essentiels seront abordés : Les enjeux culturels du marketing international ; L'analyse et l'approche des marchés étrangers ; Les choix stratégiques et opérationnels du marketing mix international ; Les différentes modalités d'accès aux marchés étrangers. On traitera des problèmes de culture, de segmentation internationale, de positionnement à l'international et de pays d'origine, de communication internationale et de marque, de modes de distribution.

Pédagogie :

Le travail se fera par une approche basée sur la mise en œuvre de concepts et méthodes en marketing international, avec le traitement de cas divers en BtoB et en BtoC, dans des situations variées. Le cours sera largement basé sur des cas et des mini-cas ; et un dossier à traiter. L'objectif est de faire en sorte que les étudiants aient des bons raisonnements analytiques, et une bonne maîtrise de concepts utiles, dans une perspective de

prise de décisions stratégiques et opérationnelles.

Evaluation :

Travaux de groupe et individuels.

MKGS31313

International Marketing in Asia

Given on the ESSEC Campus in Singapore

Objectives and Topics:

This course is designed to provide you with an up-to-date overview of the field of marketing in the international arena (*the focus will be on 1) emerging Asian markets and 2) bottom-of-the-pyramid markets*). It explores the functional marketing operations of organizations and examines the key elements of a marketing manager's decision-making process. While exploring the core marketing concepts, we will keep in mind the environment faced by organizations and that the effectiveness of organizations depends on their willingness to adapt to the changing cultures and environments. Therefore, we must understand how the concepts and principles work under conditions of increasing globalization.

Teaching method:

To further apply marketing concepts and enhance problem-solving and team-building skills you are to select a team of 5 class members. The objective of the group project is to develop a marketing plan for a new product or service in an emerging market/BOP market.

In phase 1, you will work on a new product development exercise for the market. Your group can pick any brand (brands will be assigned on a first-come first-served basis if there are any duplicates). You will conduct a SWOT analysis for the assigned brand, and then come up with a new product/service idea to extend the brand. The product/service idea needs to contain *new* product features as compared to any existing product on the market tailored to cater to the new market segment. You will present the specific product concept and

positioning strategy in class, and receive feedback on your ideas. In phase 2, you will develop and refine the marketing mix with an emphasis on the product and marketing communication. Your plan must include the use of traditional and non-traditional media to market the product. You will need to demonstrate that your recommendation fits within the overall IMC plan and the strategic positioning of this new product. Think out-of-the box. Creativity will be rewarded.

Grading pattern:

There will be ONE final exam at the end of the semester. This exam will cover all material that had been discussed and assigned since the beginning of the course. Specifically, the materials will be drawn from the lectures, assigned articles etc. See course schedule for exam date.

- Group Marketing plan projects (40 %)
- Group class exercises (10 %)
- Class participation (10 %)
- Final exam (40 %)

MKGS31452

Séminaire de la Chaire Grande Consommation (1) « Consommation & RSE »

Ce séminaire est réservé aux membres de la chaire Grande Consommation et s'articule chaque année autour d'un thème central lié à la Consommation et à la RSE. Il se veut un lieu d'échange et de réflexion sur la responsabilité de l'industrie et du commerce de grande consommation à l'égard du monde, parce que ce secteur nourrit et fournit au quotidien des dizaines de millions de foyers, impacte massivement les ressources, l'environnement, l'écosystème et la biodiversité et emploie directement et indirectement plus d'un million d'hommes et de femmes en France. Les étudiants ont un projet de recherche à effectuer en binôme autour d'un thème. Par exemple en 2017, les étudiants ont travaillé sur le

thème « Ce que nous, la Génération Z, attendons de l'industrie, du commerce et de l'écosystème, pour une consommation plus responsable, en France, en 2020 ». Un intervenant, différent sur chaque séance et issu des ONG, du monde politique, des associations de consommateurs, ou des instituts d'étude, vient partager son point de vue sur la question selon un format qui se veut interactif.

MKGS31453

Séminaire de la Chaire Grande Consommation (2)

Ce séminaire, réservé aux membres de la chaire est dispensé en semaine bloquée sous la responsabilité du Directeur Exécutif. Une semaine particulièrement intense, 100 % sur le terrain avec un passage à l'étranger (Italie en 2017, Chine en 2016, Suède en 2015). Il s'agit d'un lieu de découverte, de rencontres et de réflexion sur les métiers de la grande consommation. De nombreuses personnalités viennent y partager leurs expériences. En 2017 nous sommes allés à la rencontre de Vente Privée, Amazon, My little Paris, 5 jeunes startups, une filière qualité Carrefour, L'Oréal à Milan, Lagostina à Omegna.

MKGS31461

Séminaire de Chaire Vente et Stratégie Marketing « Synthèse »

Ce séminaire est réservé aux membres des chaires VSM et CSM, et dispensé par les entreprises partenaires des chaires sous la responsabilité de son titulaire.

Objectifs :

Les objectifs du cours sont les suivants :

- Comprendre le lien entre la stratégie marketing de l'entreprise et sa stratégie de distribution (choix des canaux, sélection des distributeurs, organisation de la force de vente, stratégie promotionnelle...).

- Identifier les évolutions à l'œuvre dans les stratégies de distribution (émergence des nouvelles technologies, sophistication des offres, internationalisation...).

La diversité et la complémentarité des entreprises partenaires qui interviennent dans le cours permettront aux étudiants d'acquérir une capacité de synthèse de la fonction vente et stratégies commerciales à travers divers secteurs et différentes problématiques.

Pédagogie :

Chaque séance est basée sur une présentation de la stratégie de distribution ou de consommation d'une entreprise partenaire des chaires. Les étudiants devront également prendre en charge la réalisation d'une mission de conseil dont le sujet est proposé en janvier par chacune des entreprises des chaires. Ils devront redéfinir la problématique confiée, rédiger une proposition d'intervention, réaliser une collecte de données et rédiger une synthèse et des recommandations.

Evaluation :

Les étudiants devront réaliser une mission de conseil, par petits groupes, pour l'une des entreprises partenaires des chaires. Ce travail fera l'objet de la remise d'un rapport écrit et d'une soutenance orale et représente 80 % de la note de ce cours. L'évaluation est également basée sur la participation orale active aux discussions lors de chacun des séminaires.

MKGS31462

Séminaire de Chaire Vente et Stratégie Marketing « Vente et communication »

Ce séminaire est réservé aux étudiants de la chaire.

Objectifs :

Ce séminaire vise à donner aux étudiants une vue de synthèse très actuelle des stratégies de relation-client dans les entreprises et des problèmes. En outre, les étudiants bénéficient d'une formation à

l'expression orale ainsi qu'aux différents aspects de la négociation en entreprise.

Thèmes abordés :

L'orientation client
Les enjeux de la relation-client
Les spécificités de la relation-client en BtoB et en BtoC
Les spécificités de la relation à l'international
Le rôle du gestionnaire de comptes-clés

Pédagogie :

- Des exposés théoriques couvriront un éventail d'approches de la prise de décision.
- Des intervenants issus de différentes entreprises viendront présenter des problématiques actuelles des entreprises.

Evaluation :

- Des travaux de groupe seront réalisés en vue de l'application des notions apprises par les étudiants. Ils donneront lieu à des exposés oraux.

Cette session se termine par une journée inter-entreprise organisée par les étudiants, regroupant une cinquantaine de participants autour du thème central retenu pour l'année.

MKGS31468

Management de l'expérience client dans le luxe

Ce cours, réservé aux étudiants de la Chaire LVMH, est également ouvert aux étudiants ESSEC et aux étudiants en échange en fonction des places disponibles.

Objectifs du cours et thèmes abordés

Le point de vente est un élément central du management des marques de luxe. L'objectif de ce cours est de donner aux étudiants une meilleure compréhension du rôle du point de vente dans le management des marques de luxe. Il est essentiellement tourné autour de la question du management de l'expérience client.

Le cours couvrira les thèmes suivants :

- **Magasin de luxe** : Quelles sont les spécificités des magasins de luxe ? Qu'est-ce qui différencie un magasin de luxe d'un magasin mass-market ?
 - **Expérience client** : Quelles sont les caractéristiques de l'expérience client dans le luxe ? Comment créer et manager l'expérience client dans le luxe ?
 - **Management du point de vente** : En quoi consiste le métier de directeur de boutique ? Comment gérer une boutique de luxe ?
 - **Transformation digitale** : Comment digitaliser l'expérience client? Comment intégrer le digital sur le point de vente ?
- Pédagogie** : Ce cours est organisé autour de plusieurs éléments :
- Echanges en classe: les discussions permettent de faire émerger les concepts clé et permettent aux étudiants de partager leurs retours d'expérience et réflexions ;
 - Retour d'expérience de professionnels: plusieurs professionnels interviennent pour présenter leur métier et pratiques managériales;
 - Etudes de cas: les étudiants réalisent et présentent des études de cas ;
 - Lecture d'articles scientifiques: les étudiants sont invités à lire des articles scientifiques pour avoir une compréhension plus approfondie et innovante du luxe et de l'expérience client dans le luxe ;
 - Mission de conseil réalisée pour une entreprise: Les étudiants réalisent une mission de conseil pour une entreprise avec présentation aux équipes marketing et/ou retail. Exemples d'entreprises ayant collaborées à ce cours : Kenzo, Vallée-Village, Orient-Express;
 - Retail safari: les étudiants doivent visiter une liste de points de vente pour comprendre les ressorts de l'expérience client dans le luxe.

Evaluation :

- Retail safari (travail individuel): 50 % de la note finale
- Etude de cas (travail collectif): 10 % de la note finale
- Mission de conseil (travail collectif) : 40% de la note finale.

MKGS31469

Luxury Retail Management

This course, reserved to LVMH Chair students, is also opened to ESSEC students as well as exchange students depending on the available seats.

Objectives:

In many sectors such as apparel, accessories, watches & jewelry, food, wines & spirits, even sometimes beauty, luxury brands are developing an integrated retail distribution strategy for many converging reasons: to better transmit and communicate their brand codes & values, to create unique & memorable luxury experiences in their stores that will enable them to differentiate from their competitors, to improve knowledge and loyalty among their customers through CRM, VIP & loyalty programs, to enhance the exclusivity perception through pricing & merchandising control, to optimize their financial performance by integrating retail margins in-house and capitalizing on sophisticated inventory and supply chain procedures.

For many companies operating in the luxury sector, this strategic opportunity often turns into a challenge as the level of investments required to develop a retail strategy is extremely high and the risks of making the wrong decisions or investments are more and more important. But in addition, we can observe in many luxury brands or groups, a real deficit of skills, corporate retail culture and qualified staff at all levels of the chain from store back office to regional retail organizations.

In this context the main objective of this course is to provide participants with in-depth understanding of luxury retail. This course aims at training participants on the complexity and growing importance of managing luxury retail stores, at the level of store manager, area retail manager or retail director. Specifically, this course will give participants all the business and managerial tools required to properly manage a luxury retail organization. It will deliver technical and conceptual tools and also it will share with participants some of the best practices but also highlight the pitfalls of luxury retail management.

In this context the main objective of this course is to provide participants with in-depth understanding of the luxury retail environment. This course aims at training participants on the complexity and growing importance of managing luxury retail stores.

Topics:

The course will cover the following topics:

- **Customer experience**: what are the characteristics of the customer experience in luxury, how to craft and manage the customer experience, what specific services are essential in a luxury retail environment, how the "attention to details" translates at the level of the store manager and his staff;
- **Retail operations**: understanding retail margins dynamics and control points in the modern luxury retail environments;
- **Digital transformation**: how to digitalize the customer experience on-line and in store, how to develop a cross-channel strategy that combines on-line and off-line.

Teaching method:

The class will be organized through a mix of field study, reading of the latest research articles in luxury retailing, discussion of real case studies and conferences by retailing managers. This methodology will attempt to maximize

participant's learning experience. In-class discussions and exchanges will be a critical part of the course.

The class is organized around 5 elements:

- **Class discussion**: based on reading of academic research articles on luxury retailing, students will discover the latest concepts in luxury retailing and consumer experience. Discussions will enable students to get a deeper understanding of luxury and of "the magic" of the luxury experience.
- **Business Project**: in partnership with a company, the students will have to work on a business project related to luxury retailing;
- **Guest speakers**: in the class, we will welcome several managers working in luxury retailing. They will share their experience with us and provide us operational tools on operation management (both retail and wholesale).
- **Connected store projects**: students will work on luxury store digital transformation. They will have to propose an innovative project of a connected store.
- **Retail Safari**: students will have to visit luxury stores. Based on an observation guide, they will observe and analyze the "magic" of the luxury experience at work.

Grading pattern:

- Retail safari (individual work): 50 % of the final grade.
- Project (group work): 40 % of the final grade.
- Connected store project (group work): 10 % of the final grade.

MKGS31471

LVMH Chair Seminar "Fundamentals of Luxury"

The seminar is reserved to students admitted to the LVMH Chair.

Introduction:

The seminar consists of a series of topics which are essential to luxury brand management. They will be given by professionals working at the LVMH group. These are privileged opportunities for the students to interact with professionals who are eager to share their passion, experience and know-how.

Topics:

- Creation and design
- Product development (marketing).
- Operational marketing (customer relationship management, merchandising)
- Marketing communications (media relations, events management, public relations)
- Distribution and retail (e-commerce, exclusive distribution)
- Intellectual property and legal issues

MKGS31475

Product Management in Fashion

This course is mandatory for the LVMH students Chair. Open to other students depending of the number of seats available.

Abstract:

Each season, fashion collections relentlessly emerge between fascinating creative impulses and challenging strategic, rational and organizational rules which question one another. Thus, in many prospects, every completed collection is a wonder. And this course is a "How to" guide to effective product development and management in Textile & Fashion.

It is most useful for students without any prior experience in Product Development and who want to understand how collections go live.

Objectives:

After this course, you will gain a practical understanding of what it takes to effectively develop and manage Products in Textile & Fashion, i.e.:

- Understand the Fashion environment and know key designers and trends,
- Understand Value Chain, business models and key processes (creative process, forecasting, development planning, collection assessment, line promotion, etc.).
- Experience the setting up of a new product range.

Teaching method:

The course will be conducted on a lecture and class discussion basis, and will be extensively based on experience sharing. Practical appraisal skill of major fabrics structure will be given during fabric swatches observation sessions, held during every class starting from session #2.

The final group project will allow you to apply the key learnings in a creative and operational way:

- The group will have to set up a mini collection of loungewear range for an existing mainstream designer brand.
- Delivery must include:
 - New range Value Proposition.
 - Positioning illustrative of brand DNA + detailed brand platform.
 - Target client profiles.
 - Full merchandising and collection plans.
 - Pricing strategy backed by storechecks.
 - 1 full technical file...
 - A dedicated project toolkit will be available on the course website, for your reference.

A Fashion Management glossary has been specifically developed for that course. Students are required to know every definition of that glossary and will have to complete a glossary-related quiz during the term.

Grading pattern:

Evaluation is based on a mix of quiz, class participation and group project.

For the final project, the groups are required to define and develop a full concept and associated Business Plan. A peer assessment evaluation individual contribution to group effort is required and will impact the final grade.

Grading is weighted as follow:

- Group project (40 %)
- Designer Monography (20 %)
- Fashion Glossary Quiz (20 %)
- Textile Quiz (20 %)

MKGS31477

Luxury Retail Excellence and Merchandising

Abstracts:

Every merchant Brand aiming at sustainable growth is compelled to understand how to design robust Value Propositions and to secure the most efficient accesses to its markets.

As a matter of fact, no brand can become successful and remain profitable in the long run without developing expert skills in designing great offerings, and without securing Retail Excellence.

Being a luxury brand adds an extra challenge as its main asset -its brand DNA- must fully translate into its Value Proposition while meeting some clients and shareholders expectations with every of its new offering launch.

To prepare future managers to effectively tackle those challenges, this course develops a comprehensive theoretical and practical understanding of related stakes in terms of Value Proposition Design, Go-to-Market Strategy, Retail Concept Design, and Retail Management.

Students enrolling in this course will thus be asked to develop a full project showcasing a unique Business Concept for a luxury brand, with the associated Go-to-Market schemes and related Business Plan.

Objectives:

The objectives of this course are to give you the frameworks and tools to understand what it takes to effectively gain access to consumers in the luxury industries, i.e.:

- What are the typical requirements of Business Model building?
- How to design a great Value Proposition?
- What it takes to set up a consistent Retail Strategy?
- How to design a Retail Concept?
- How to effectively merchandise a product range?
- How to secure products availability while managing scarcity?
- How to decipher a point of sale, what makes it efficient, how to manage it?
- How to handle consumers in the point sale (from selling and servicing perspectives)?

After taking this course, you will be able to design great Value Propositions and set up associated Business Plan, fit for a luxury context.

Teaching method:

The course will combine a theoretical approach, focused case studies, intensive experience share and class discussions. Depending on weekly specific agenda, every class will bring together:

- A presentation of main analytical frameworks and toolkits (theoretical approach).
- Individual case studies (11 submitted during the term). Every student must complete 1 individual case; every case is discussed in class.
- Field analysis aiming at finding out examples associated to the fields covered in class.

The final group project will allow you to apply the key learnings in a creative way:

- Your group will have to propose an idea you think is suitable to make up the basis for a new Business Creation in a luxury environment.

- You will then need to translate that idea into a consistent Business Model and you will have to document every bricks of that model and develop the associated business plan (including basic financials and break even analysis).
- A dedicated project toolkit will be available on the course website, for your reference.

A Retail glossary (*of > 300 Retail terms*) has been specifically developed for that course. Students are required to know every definition of that glossary and will have to complete a glossary-related quiz during the term.

Grading pattern:

Evaluation is based on a mix of individual case, quiz, class participation and group project.

For the final project, the groups are required to define and develop a full concept and associated Business Plan.

Grading is weighted as follow:

- Group project (40 %)
- Individual case (30 %)
- Retail Glossary Quiz (15 %)
- Class participation (15 %)

MKGS31481

Sports Marketing: the Organizer's Point of View

Objectives and Topics:

This seminar aims at grasping the methods of operation, decision and action of sports institutions, mainly in strategic and business perspectives. For the last 5 years, this seminar is held in London and is highly interactive as guest speakers from the sports business are invited annually to tackle major topics of the field.

Grading pattern:

The seminar is evaluated taking into account results obtained from field studies (see paragraph below) with the partners, case studies and mini-cases conducted during the different sessions.

MKGS31485

Economy, Governance and Organization of International Sport

Objectives and Topics:

This course is conducted in the form of small conferences and offers students the opportunity to acquire fundamental knowledge of International Sports Governance of Institutions such as the IOC and UEFA. It highlights the impacts and consequences of the organisation of big events such as The Champions' League, for example.

Grading pattern:

Presence and participation in the different conferences held will be taken into account in addition to student performance in analysing case studies conducted during the relevant sessions.

MKGS31487

Marketing Through Sports: Analysis of Company Perspective

Objectives and Topics:

Since 2008, this seminar takes place at the Headquarters of the UEFA in Nyon and the IOC in Lausanne in Switzerland. It has for objective to treat strategic and tactical issues of the use of Sports by companies. These issues go way beyond the field of communication. This seminar is the occasion for the student to compare the theoretical principles of sports marketing, presented in earlier classes and exchanges, to the realities and demands of companies within the field. Recognised and prominent professionals from the highest realms of the Sports Marketing sector, share regularly with our students their expertise in order to improve the students' knowledge in Sports Marketing and Management. The seminar allows students to develop their understanding of the different aspects, functions and marketing practices and know-how of the different companies involved in the Sports industry.

Grading pattern:

Grades will be based on case studies (see paragraph below) done in collaboration with professional partners and mini-cases conducted during the different sessions.

MKGS31491

Case Studies in Business Analytics

The seminar is reserved only for students admitted to the Accenture Strategic Business Analytics Chair.

Objectives:

This course aims at familiarising the students with Business Analytics projects and initiatives by presenting several cases from the industry. The cases will be presented by senior practitioners from Accenture with different backgrounds in term of industry, function, and country.

Topics:

Each session is dedicated to a specific sector or industry. Students will discuss with the different lecturers the case presented in class.

Teaching method:

Students are expected to have a good grasp of Data Analytics techniques and tools for this course. The students need to have completed the course Big Data Analytics (or being in the process of completing it) or a similar training.

Grading pattern:

Students will work in groups on a specific case study they will select in agreement with the course facilitator. A special attention will be paid to the "value case" of the raised issue and the performed analysis.

MKGS31492

Séminaire de chaire Management des Savoir-Faire d'Exception

Ce séminaire est réservé aux étudiants admis à la chaire et doit être obligatoirement suivi au T2 et T3 (2UV).

Objectifs :

La chaire Management des Savoir-Faire d'Exception a pour mission d'aider à la

formation de futurs managers ayant une compréhension et une vision globales des savoir-faire d'exception.

Plus spécifiquement, elle a pour objectifs de :

- Fournir aux étudiants les clés de compréhension nécessaires pour maîtriser les enjeux que représentent le processus de création, l'innovation et les savoir-faire dans l'industrie du luxe. En analysant les savoir-faire exceptionnels, les étudiants seront exposés aux problématiques managériales et enjeux opérationnels liés à l'organisation de ces métiers en entreprise ;
- Sensibiliser les étudiants aux défis liés à la valorisation de cet atout unique, et discuter des leviers de développement de ces savoir-faire d'exception.

Pédagogie :

Enseignement :

- Introduction : Définition du périmètre, importance culturelle et économique, réalité des savoir-faire,
- Chaîne de valeur et enjeux : écosystèmes, sous-traitants, entrepreneurship, artisans,
- Recrutement, développement,
- Points de tension,
- Visites & rencontres :
- Visites Ateliers & rencontres chez les entreprises partenaires et artisans.
- Process de création et Opérations : développement produit, de création, Logistique, SAV, process de production,
- Projet Final en équipe : Workshop en trio (1 étudiant ESSEC, 1 étudiant ingénieur, 1 artisan) avec design/prototype/ business plan...

Evaluation :

Les activités de la chaire s'étalent sur 2 trimestres (T2) et travail sur le projet au T3, projet pouvant continuer jusque fin juin. Un stage de 6 mois (juillet à décembre) sera à réaliser chez l'un des partenaires de la chaire.

Les professeurs du département / Faculty Department Members



Niek ALTHUIZEN, professeur associé
PhD in Marketing Management, Rotterdam School of Management, Netherlands
– MSc in Agricultural Economics, Wageningen University, Netherlands
A l'ESSEC depuis 2006



Albert C. BEMMAOR, professeur
PhD in Management, Purdue University – D.E.A. Sciences de Gestion, Université Grenoble II – MBA, Columbia University, New York –
Diplôme Ecole Supérieure de Commerce, Marseille
A l'ESSEC depuis 1980



Martine BRONNER, professeur enseignant (en détachement)
Chargée de mission Marketing Stratégique
Diplôme ESSEC – Maîtrise en Sciences Economiques, Université Paris X-
Nanterre
A l'ESSEC depuis 1992



Raphaëlle BUTORI, professeur associé
Doctorat en Management, Université Paris IX-Dauphine – Master Recherche
Marketing et Management, Université Paris IX-Dauphine – Diplôme, Majeure
CEMS, HEC – MSc in International Management, Bocconi University, Milan
A l'ESSEC depuis 2010



Tuck Siong CHUNG, professeur associé
Ph.D., Marketing & Economics, Robert H. Smith School of Business, University
of Maryland
M.Sc, Development Management, Open University, United Kingdom
M.A., Asia-Pacific Studies, University of Leeds
A l'ESSEC depuis 2017



René Y. DARMON, professeur honoraire
PhD, Wharton School, University of Pennsylvania – MBA, Columbia University,
New York – Diplôme ESSEC
A l'ESSEC depuis 1990



Arnaud DE BRUYN, professeur
PhD in Business Administration, Pennsylvania State University
B.A. in Economics, Université de Liège
A l'ESSEC depuis 2004



Pierre DESMET, professeur
Professeur agrégé à l'Université de Paris IX-Dauphine
Professeur agrégé des Facultés en Sciences de Gestion – PhD ESSEC Doctorat
d'Etat en Sciences de Gestion, Université Paris IX-Dauphine Doctorat de 3^{ème}
cycle en Sciences de Gestion, Université Lille I
Diplôme IESEG
A l'ESSEC depuis 1986



Delphine DION, professeur associé
PhD in Management Sciences, University of Rennes, School of Management -
Master in Marketing, University of Rennes, School
of Management
A l'ESSEC depuis 2015



Hubert FAUCHER, professeur enseignant
Responsable de la filière B2B Relationship Management
PhD in Agricultural Economics, Cornell University – Mastère en Economie et
Gestion Agro-Alimentaire, IGIA – Diplôme d'Ingénieur en Agriculture, ESAP
A l'ESSEC depuis 1996



Nicolas GLADY, professeur
Titulaire de la chaire Accenture Strategic Business Analytics
Directeur du K-Center
Chief Digital Officer de l'ESSEC
PhD in Economics, K.U. Leuven, Belgium – Chartered Financial Analyst level I,
CRA Institute – Postgraduate in Management, Solvay Business School, ULB
Brussels – Master of Civil Engineering, Polytechnique, ULB Brussels
A l'ESSEC depuis 2009



Reetika GUPTA, professeur associé
Campus de Singapour
Associate academic Director Global BBA
PhD in Marketing, Baruch College/CUNY, New York, USA – Post Graduate
Diploma Program in Communication (PGDPC), Mudra Institute
of Communications, Ahmedabad, India
A l'ESSEC depuis 2013



Thierry LARDINOIT, professeur enseignant
Responsable de la filière Sport Business
Doctorat, Université Catholique de Louvain – Diplôme de 2^{ème} cycle
en Administration et Gestion des Entreprises, Université Catholique
de Louvain – Maîtrise et Agrégation en Education Physique
A l'ESSEC depuis 1996



Emmanuelle LE NAGARD-ASSAYAG, professeur
Vice-Doyenne en charge de la pédagogie
Responsable pédagogique du programme CPI
Responsable de la filière Business Design & Innovation
Doctorat en Marketing, HEC – Habilitation à diriger les recherches, Université
Paris IX-Dauphine – D.E.A. Economie Appliquée, Diplôme Institut d'Etudes
Politiques de Paris – Diplôme Ecole Supérieure de Commerce de Paris – Maîtrise
en Lettres Modernes, Paris IV-Sorbonne
A l'ESSEC depuis 1997



Richard Mc FARLAND, professeur
Responsable du département
PhD in Marketing, Georgia Institute of Technology –
MBA, University of Arizona
A l'ESSEC depuis 2015



Simon NYECK, professeur enseignant
Directeur académique du Pôle Luxe
Responsable de la chaire Management des Savoir-Faire d'Exception
Doctorat en Sciences de Gestion, Université Paris IX-Dauphine –
PhD ESSEC – D.E.A. Sciences de Gestion Paris X-ESSEC-HEC – Professeur agrégé
de l'Université Laval, Québec
A l'ESSEC depuis 2000



Frédéric OBLE, professeur enseignant
Responsable pédagogique du Mastère Spécialisé Management International Agro-Alimentaire
Docteur en Génie des Systèmes Industriels, Institut National Polytechnique de Lorraine, Nancy – Diplôme d'Ingénieur Agronome, Ecole Nationale Supérieure d'Agronomie et des Industries Alimentaires, Nancy – Diplôme d'Ingénieur en Génie des Systèmes Industriels, Institut National Polytechnique de Lorraine, Nancy
A l'ESSEC depuis 1996



Ayşe ÖNÇÜLER, professeur
PhD in Decision Sciences, Wharton School, University of Pennsylvania – M.A. in Managerial Science and Applied Economics, Wharton School, University of Pennsylvania – B.A. in Economics, Bogazici University, Istanbul – Certificate in Econometrics, London School of Economics
A l'ESSEC depuis 2008



Bernard PRAS, professeur
Professeur agrégé à l'Université Paris IX-Dauphine
PhD in Business Administration, Indiana University – Docteur d'Etat en Sciences Economiques, Université Paris IX-Dauphine – Professeur agrégé des Facultés en Sciences de Gestion – Diplôme ESSEC
A l'ESSEC depuis 1973



Sonja PROKOPEC, professeur associé
Campus de Singapour
Titulaire de la chaire LVMH
PhD in Marketing, University of Houston – MBA, University of Central Florida, B.S. in Business Administration, Marketing, Summa Cum Laude, University of Central Florida
A l'ESSEC depuis 2007



Steven SEGGIE, professeur associé
PhD, Marketing & International Business, Michigan State University
M.B.A., Sabanci University, Istanbul
Master of Arts, University of Glasgow
A l'ESSEC en 2018



Jean-Marc XUEREB, professeur
Titulaire de la chaire Vente et Stratégie Marketing
Titulaire de la chaire Communication et Stratégies de Marque
Docteur en Sciences de Gestion, Université Paris IX-Dauphine
D.E.A. Stratégie et Management, Université Paris X-Nanterre
A l'ESSEC depuis 1992

Les chargés de cours / Adjunct Lecturers

Cette liste est donnée sous réserve de changements.

Jean-Pascal ALBERTINI – Jean-Jacques ANDRE – Françoise BATHIE – Philippe BOURRAT – Philippe COHEN – Alexis DE LA TOUR DU PIN – Bernard DOULLE – Véronique DRECC – Rémy GERIN – Arnaud LEROI – Patrick LUCIANO – Anne-Flore MAMAN-LARRAUFIE – Anne MAREUIL – Céline MAS – Denis MORISSET – Frédéric PERODEAU – Anne PLACET – Cécile PREAUBERT – Nathalie RAMANANTSOA – Laurence VERDICKT – Maïlys VICAIRES-TOULEMONDE – Cécile VINIANE – Valérie WASSON – L'OREAL – PROCTER & GAMBLE – STRATE ECOLE DE DESIGN – UNILEVER



Professeur responsable de département / *Department Head* : Philippe-Pierre DORNIER
 Assistante / *Assistant* : Jennifer RODRIGUES DA SILVA

Distribution, production, approvisionnement, service, mais aussi soutien après-vente, reverse logistique ou encore innovation... : ce sont les faits concrets de l'activité de nombreuses entreprises dans le domaine industriel, de la distribution ou des services. Avec la mondialisation des échanges et de la production, le raccourcissement du cycle de vie des produits, le développement du e-business et la course à l'innovation et de manière plus générale avec la complexification de l'économie, le management des opérations devient une préoccupation essentielle de l'entreprise. De fait, le management des opérations prend en charge, tant sur le plan stratégique qu'opérationnel, tout ou partie de la conception des produits ou des processus, de la production, de la disponibilité et de la qualité des produits, des achats et des approvisionnements, du soutien après-vente, du recyclage... Le management des opérations contribue à la production de services (disponibilité, délai, fiabilité) ainsi qu'à l'optimisation de la performance de l'entreprise en matière de coût et de création de valeur. La production correspond à un volet essentiel du management des opérations. Soumise à d'importantes pressions concurrentielles, l'entreprise vise à développer des systèmes de transformation plus performants grâce auxquels elle renforce sa compétitivité. La différenciation retardée, la production de masse, la production personnalisée figurent parmi les dispositifs susceptibles d'être adoptés. Dans tous les cas, la conception d'un système de production requiert une segmentation des marchés et une définition du portefeuille de produits et doit pouvoir s'appuyer sur une organisation d'achat et un réseau d'approvisionnement efficaces. La logistique, souvent identifiée aux problèmes opérationnels de transport et de stockage, constitue un autre volet du management des opérations. Elle conçoit et organise les réseaux à travers

Distribution, production, supply, service, but also product support, and reverse logistics and innovation are concrete aspects of business in many companies in the manufacturing, distribution, or service sectors. With the globalization of trade and production, shorter product life cycles, e-business development the race to innovation, and more generally, the complexification of the economy, operations management has become an essential business concern. Operations management provides strategic and operational direction for all or part of many activities, including product or process design, production, product availability and quality, purchasing and supplies, product support, and recycling. Operations Management contributes to service production (availability, lead time, and reliability) and helps to optimize a company's value creation and cost performance. Production is an essential facet of operations management. In a highly competitive environment, companies look to develop more efficient production systems in order to build competitive advantage. Possible approaches include delayed differentiation, mass production, and customized production. Market segmentation and product portfolio definition are a necessary part of operations management system design, which must also be based on an efficient purchasing structure and supply network. Logistics, which is often identified with the operational problems of transportation and storage, is another facet of management operations. Logistics is the process of designing and organizing the networks through which products and information flow within the company and includes their day-to-day management. Generally speaking, it also includes resolving customer service problems at minimum cost to the company. An extension of logistics, supply chain

lesquels les flux de produits et d'information circulent dans l'entreprise et prend en charge leur gestion quotidienne.

D'une façon générale, elle est compétente pour traiter les problèmes de service au client à moindre coût dans l'entreprise.

En prolongement de la fonction logistique, le Supply Chain Management s'est imposé aux entreprises comme un dispositif stratégique de coordination globale associant l'ensemble des acteurs de la chaîne de flux. De fait, le Supply Chain Management a vocation à construire une démarche coopérative et transversale entre des acteurs poursuivant des objectifs différents, afin de maximiser la performance globale de la chaîne dans le respect des règles contractuelles de partage des revenus.

A l'échelle d'un réseau, le Supply Chain Management contribue à coordonner les stratégies transversales des entreprises et devient ainsi un élément-clé de leur compétitivité.

Le management des opérations s'étend à l'innovation. Dans tous les secteurs d'activité économique, celle-ci est au cœur des stratégies de croissance des entreprises. Sa mise en œuvre nécessite souvent un accès direct à des ressources technologiques, soit dans le cadre d'un développement interne, soit à travers des collaborations externes avec des fournisseurs. Le management de l'innovation contribue à la transformation des modes de développement des produits ainsi que ceux de leur production et de leur consommation. En ce sens, il englobe des compétences multiples et nécessite un effort de coordination soumis à des contraintes temporelles. Les étudiants intéressés peuvent, le cas échéant, choisir de suivre un des trois cours fondamental et d'approfondir leur connaissance dans la matière en suivant la filière spécialisée en Management des Opérations et de suivre certains cours MOP à Singapour au T1.

A noter que certains cours sont en coopération avec le Département Management.

management, has become a vital strategic tool for the comprehensive coordination of all supply chain components. Supply chain management builds a cooperative and transversal framework for components with different objectives in order to maximize overall supply chain efficiency, all while complying with contractual income sharing rules. At the network level, supply chain management helps to coordinate horizontal strategies among businesses, making it a key factor in their competitiveness.

Operations Management includes innovation. In every sector of economic activity, innovation is at the heart of business development strategy. Implementing innovation often requires direct access to technological resources, either through in-house R&D or by means of external (supplier) collaborations. Management of innovation contributes to the transformation of product development methods, as well as production and consumption.

Interested students may select one of three courses as a core course and further deepen their skills by selecting the specialized Track "Operations Management".

To note: some courses are delivered in cooperation with the Management Department.

MANAGEMENT DES OPERATIONS / OPERATIONS MANAGEMENT

COURS FONDAMENTAUX / CORE COURSES*

MOP031211 Revenue Management or MOP032203 Revenue Management and Pricing (Singapore)	MOPP31105 Operations Management
MOPP31100/31101 Management de la Supply Chain : stratégie et organisation / Supply Chain Management: Strategy and Organization	MOPP31231 Purchasing and Procurement Management

* 9e cours fondamental obligatoire pour tous les étudiants ayant intégré le cycle Master à partir de 2014-2015. Ces cours, s'ils ne sont pas pris comme cours fondamentaux, comptent comme des cours électifs de gestion.

* 9th core course for all students entered in the Master program from 2014-2015. These courses, if they are not taken as core courses count as elective course management.

COURS ELECTIFS / ELECTIVE COURSES

MOP031212/31213 Pilotage Supply Chain : outils appliqués/ Supply Chain Analytics & Tools	MOPP31232 Gestion de projet
MOPP31107 Sustainable Operations Management	MOP131201/31202 Responsible Innovation/ Innovation responsable
MOP131203/31204 Services Management and Marketing/ Management et marketing des Services	MOP031421 Department Seminar

MANAGEMENT DES SERVICES / SERVICES MANAGEMENT

MGMT31356/31357

Management d'innovation / Innovation Management

MANAGEMENT DES OPERATIONS / OPERATIONS MANAGEMENT (MOP0 - MOPP)

Cours fondamentaux / Core Courses

	Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory prerequisite(s)	Equivalent(s) / Equivalent(s)
MOP031211 Revenue Management	S. Rezaee Vessal		MOP032203
MOP032203 Revenue Mngt and Pricing (Singapore)	S. Rezaee Vessal		MOP031211
MOPP31100 Management Supply Chain	P.-P. Dormier		MOPP31101
MOPP31101 Supply Chain Management	P.-P. Dormier		MOPP31100
MOPP31105 Operations Management	P. De Giovanni		
MOPP31230 Management des achats & appro.	F. Papier		MOPP31231
MOPP31231 Purchasing & Procurement Mngt	F. Papier		MOPP31230

Cours électifs/ Elective courses

MOP131201 Responsible Innovation	X. Pavie		MOP131202 or MGTA31142 or MGTA31143
MOP131202 Innovation responsable	X. Pavie		MOP131201 or MGTA31142 or MGTA31143
MOP131203 Services Management & Marketing	X. Pavie		MOP131204 or MGTA31138 or MGTA31139
MOP131204 Management et Marketing des services	X. Pavie		MOP131203 or MGTA31138 or MGTA31139
MOP031212 Pilotage Supply Chain	F. El Ouardighi		MOP031213
MOP031213 Supply Chain Analytics & Tools	F. Papier		MOP031212
MOP031421 Department seminar in MOP			
MOPP31107 Sustainable Operations Management	P.-P. Dormier		
MOPP31232 Gestion de projet	F. El Ouardighi		
MGTM31356 Management d'innovation*	X. Pavie		MGTM31357 or MGTA31141
MGTM31357 Innovation Management*	X. Pavie		MGTM31356 or MGTA31141

In Italic, courses taught in English.

Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif. Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.

* Cours proposé au département Management mais enseignés par Xavier PAVIE, professeur permanent du département MOP. Courses offered by the Management Department but taught by Xavier PAVIE, permanent professor within the OM Department.

MOPI31201

Responsible Innovation

Not scheduled in 2017/2018

The course explores the emergence of localized models of innovation, as well as the societal value of research & development, as part of a broader reflection on the competitiveness of nations. The beginning of the twenty first century sees many countries, or regions, from Singapore to Finland, from Chile to Israel, placing innovation at the top of their political and economic agenda. After years of uncontested American leadership in the deployment of innovation, China and India are significantly increasing R&D expenditures, funding large-scale technology initiatives, and enforcing policies to catch up with or supplant the US and Europe in a series of high tech sectors. Novel approaches to new product development, talent optimization, and initiative financing are reshaping the global landscape of innovation resources and region attractiveness. In response, multinational companies aiming at strengthening their innovation capabilities adopt a "systems integrator" posture and practice "innovation arbitrage" in order to take advantage of differences in regulatory environments as well as the cost of knowledge workers, specialized services, and other inputs. In the context of a globalized service and knowledge driven economy, questions regarding the contribution of responsible thinking to stimulate and guide the innovation process are becoming of fundamental importance. In other words, how innovation and performance can be reconciled with the need to maintain responsibility for citizens. We will discuss and illustrate the course with real world examples.

Objectives:

- To provide students with an understanding of national innovation models, and of specific research policies

implemented in countries such as the United States, China and India.

- Explore issues regarding the responsibility of the firm in relation to the development of new technologies, advanced technical solutions, and the emergence of breakthrough business models.
- Prepare participants for successful - and responsible - deployment of creative activities in the globalized landscape of open and collaborative innovation environment.

Topics:

"Innovation as the most important ingredient of modern economy"
Building innovation capabilities and the performance of organizations
The shaping of innovation models and the competitiveness of nations
Stimulation of research, intellectual property and systems of diffusion
Productivity of R&D and the emergence of collaborative innovation environments
Role of gender, age, well being and human progress in innovation toward a responsible approach to innovation and technology development

Teaching method:

This course benefits from an active teaching approach involving the sharing of scientists "experiences, law makers" discussions, and executives' dilemmas. Real case analysis and collaborative work complete the students' experience.

Grading pattern:

Group work (50 %)
Individual assignment (50 %)

MOPI31202

Innovation responsable

Non programmé en 2017/2018

Pour le descriptif de cours, veuillez consulter le cours équivalent MOPI31201

MOPI31203

Services Management and Marketing

Not scheduled in 2017/2018

Objectives:

Service industries are rapidly emerging as the most dominant force in most world economies. In developed economies up to 70 % of the labour force and 70-80% of GNP are accounted for by services in Europe and North America. Tourism, hotels and restaurants, education, medical services, as well as transport and telecommunication services, consulting and other professional services are all categorised as services. The course addresses the distinct needs and problems of such service organizations in terms of marketing, production and human resource management.

Services possess several unique characteristics that require a distinctive approach to strategy – both in its development and execution. This course expands upon and adapts the marketing and management concepts covered in previous related-topic foundation courses.

Topics:

The stimulation of innovation in service organizations, the selection and implementation of appropriate technologies, and the rationalization of value providing processes.

Teaching method:

The teaching method includes case studies, class discussions and group work. This course benefits from the support of ISIS, *Institute for Strategic Innovation & Services*, and its partners: CSC, EDF and La Poste.

Grading pattern:

Case assignments and class participation (50 %)
Individual student presentation n°1 (25 %)
Individual student presentation n°2 (25 %)

MOPI31204

Management et marketing des services

Non programmé en 2017/2018

Pour le descriptif de cours, veuillez consulter le cours équivalent MOPI31203.

MOP031211

Revenue Management

Not scheduled in 2017/2018

The internet has changed the way businesses operate. The firms can reach a wider range of customers and can react very fast to changes in the market behaviour. Customers as well have access to cheaper and better information and can make better decisions.

Objectives:

On this context, the key challenge is to sell the right product to the right customer at the right price and at the right time. Dynamic Pricing and Revenue Management are techniques used in operations to extract the maximum value from customers, and to improve the management of resources.

Topics:

In this course we cover the following topics:
(1) Price and product differentiation;
(2) Markdown pricing and promotions;
(3) Customized pricing;
(4) Capacity allocation and network management;
(5) Overbooking management.

MOP031212

Pilotage Supply Chain : outils appliqués

Objectifs :

De manière générale, l'excellence logistique passe par la maîtrise des interfaces internes de l'entreprise. Le Supply Chain Management, pour sa part, doit pouvoir s'appuyer sur une maîtrise des interfaces externes de l'entreprise.

Ce cours vise l'acquisition d'outils opérationnels permettant de répondre à cette double préoccupation. Ce cours a un double objectif, à savoir :

- Assimiler le processus d'analyse des problématiques associées aux fonctions logistique et Supply Chain,
- Maîtriser les outils quantitatifs de la logistique et du Supply Chain Management.

Pédagogie :

La vocation de ce cours est essentiellement applicative. L'assimilation du processus d'analyse des problématiques associées aux fonctions logistique et Supply Chain Management s'appuiera sur l'utilisation d'un jeu multimédia. La mise en œuvre des outils quantitatifs de management logistique et Supply Chain, quant à elle, sera illustrée à l'aide d'exercices sur tableur. De plus, des exposés seront consacrés à la présentation de la stratégie et des organisations logistiques et Supply Chain de grandes entreprises du secteur industriel et/ou de la distribution.

Evaluation :

Le travail fourni dans le cadre de ce cours repose notamment sur :

- la participation aux séances d'application par binômes,
- l'étude de cas et la présentation des conclusions afférentes par groupes d'étudiants lors de la dernière séance de cours.

L'évaluation sera basée sur les éléments suivants :

- 10 % application séance 2 à 7
- 10 % Etude de cas séance 8
- 10 % Exposé séance 9
- 20 % Quiz séance 10

MOP031213 Supply Chain Analytics and Tools

Not scheduled in 2017/2018

Objectives:

Supply chain management is the concept that allows companies to meet today's

challenging customer expectations regarding high quality and service at low cost – and to do so profitably. It has become one of the most powerful business concepts that companies all over the world are using to create competitive advantage. However, the enormous amounts of information as well as the complexity of today's supply chains require the support of advanced analytics. Therefore, most companies rely on powerful supply chain tools and applications for planning and executing their supply chains. *No pre-requisites in operations are required to take this course.*

- This course has two main objectives:
- To familiarize students with the core planning and optimization tasks of a supply chain manager, such as process design or network planning
 - To introduce students to supply chain analytics tools that offer solutions to the most prominent supply chain problems.

The students work extensively with supply chain software to solve case studies. The course sessions prepare students to identify and tackle the challenges associated with planning and executing complex supply chains and to employ tools for their optimization.

Teaching method:

This class will be highly interactive. Students work in groups of 4-5 persons to solve several in-depth supply chain case studies that span multiple sessions.

Grading pattern:

The grade will be composed of 4 group case studies (45 %), a final exam (45 %), and oral participation in class (10 %).

MOP031421 Department seminar in MOP

In 2017-2018, the following topic will be discussed:

Operations & Technology Development

MOP032203 Revenue Management and Pricing

Given on the ESSEC Campus in Singapore. Pour le descriptif de cours, veuillez consulter le cours équivalent MOP031211

MOPP31100 Management de la Supply Chain : stratégie et organisation

Objectifs :

La logistique et le Supply Chain Management (SCM) sont abordés comme des outils de management contribuant à accroître la compétitivité de l'entreprise grâce à la maîtrise des flux de produits et matières.

Cet enseignement permet d'étudier l'interdépendance existante entre les fonctions commerciale, de production et d'approvisionnement sous l'angle de la circulation physique. Il permet également d'envisager les démarches collaboratives entre les acteurs d'un même secteur en matière de gestion des opérations.

Thèmes abordés :

Une double vocation guide l'activité de ce cours : l'apprentissage de la conduite des opérations logistiques et associées au Supply Chain Management et la maîtrise des schémas conceptuels permettant de formuler une stratégie logistique et Supply Chain Management. Ce cours apporte une série de « clés » qui permettent l'analyse des systèmes Supply Chains et l'orientation des efforts de rationalisation et d'intégration des fonctions.

Pédagogie :

Aussi, l'étude de cas réels, la synthèse d'expériences professionnelles et la prise en charge d'une direction logistique dans

le cadre d'une simulation occupent des positions privilégiées dans cet enseignement.

Evaluation :

Le cours est évalué sur le travail réalisé sur le cas et sur la simulation qui se déroule au cours de 3 séances.

MOPP31101 Supply Chain Management: Strategy and Organization

For the course outline, please consult the equivalent course MOPP31100.

MOPP31105 Operations Management

Content:

The *Operations Management* course focuses on the systematic direction and control of the processes that transform inputs into finished goods or services. This course provides insights on the field of production and operations management in international contexts. It is designed to highlight the practical managerial insights and apply rigorous mathematical techniques. The designing, planning, organizing, operating, and controlling of production systems is the focus of this course including analytical models, tools and concepts applicable to managing operations. Managerial challenges in productivity, quality, lot-sizing policy, scheduling, layout, waiting line, and just-in-time systems will be covered.

Objectives:

The overall objective of the *Operations Management* course is to furnish you with knowledge and skills to apply operational principles to international manufacturing environments. The students will develop an understanding of the manufacturing and operations functions. They will learn to design, plan, operate and control manufacturing, production and operations systems. The course requires

the use of analytical techniques to develop critical thinking and to sharpen decision making skills. The students will have the opportunity to apply what they are learning to practical problems through the analysis of several case studies as well as projects to be discussed in class. More specifically, upon completion of the course students will be able to:

1. Understand the definition of operations management and establish the fundamental knowledge of operations management, e.g. strategy, operational models, layouts, scheduling, quality management, etc...
2. Examine the role of operations in any international organization and examine productivity and a system approach to analyzing operations problems.
3. Understand multiple analytical techniques and applications to develop production systems.
4. Identify the key components of product and service design, and the ways to improve reliability in design decisions.
5. Utilize various models and techniques to model complex production systems.
6. Identify the key variables that decision makers utilize in addressing the production (aggregate) planning.
7. Draw and describe an operational process and explain the kinds of information this process provides.
8. Develop an understanding of how operations can provide a competitive advantage in the marketplace.

Teaching method:

Material will be presented by a variety of teaching approaches including lectures, in-class exercises, multimedia cases, short videos, homework, case analysis and presentation, and class discussion of assigned readings. When possible a cooperative, student-centered learning approach will be undertaken to enable a high level of student involvement.

Grading pattern:

Final examination (60 %)
Group work (40 %)

MOPP31230

Management des achats & appro.

Pour le descriptif de cours, veuillez consulter le cours équivalent MOPP31231

MOPP31231

Purchasing and Procurement Management

Content:

Purchasing is known for being an integral part of operations management. Car manufacturing companies procure more than 50% of a car from external suppliers, typical electronics companies even 60-70%. Thus, purchasing becomes also one of the central and most critical functions of a company. Companies are increasingly considering purchasing as a strategic function that requires thorough planning and management attention. In this course, we will study the latest concepts, state-of-the-art tools, and well-known industry cases to understand how to effectively manage purchasing in a global context. We will cover basic topics such as the purchasing function, sourcing strategy, and global sourcing, but we will also look at advanced topics such as supplier performance management or sustainable (environmentally friendly) sourcing. *No pre-requisites in operations are required to take this course.*

Objectives:

The course has the objective to prepare students to tackle the managerial challenges associated with purchasing and sourcing in a global world. The course content allows the students to realize the importance of purchasing decisions and to learn the key concepts that are used by successful purchasing managers. This course is designed for students who are interested in a career in purchasing as well as for students interested in general

management but who seek a deeper understanding of the purchasing function as a key component of operations management.

Teaching method:

The course will be a combination of class presentations, in-class exercises, and case study discussions. Students need to work in small groups to solve case study assignments and give a presentation in class. The course is highly interactive and active participation of the students is expected.

Grading pattern:

The grade will be composed of 4 group case studies (50%), a final exam (40%), and oral participation in class (10%).

MOPP31107

Sustainable Operations Management

Objectives:

During the past 20 years, there has been an increasing pressure on business to pay more attention to the environmental consequences of the products and services they offer and the processes they use. This course is about integrating sustainability practices into operations management. Because sustainable operations relates with the management of natural resources and its impact on the environment, we look how firms in these areas are managing their logistics systems and supply chain in order to incorporate the best practices of sustainability.

Topics:

The topics addressed in this course are the following:

- (1) Implications of Climate Change on Operations Management;
- (2) Recycling, Remanufacturing and the Green Supply Chain;
- (3) Designing Sustainable Supply Chains;
- (4) Sustainable Project Management;
- (5) Sustainable Procurement;
- (6) Risk Analysis in Sustainable Operations.

Teaching method:

The course is based on the analysis of case studies and on the development of computational models in sustainable operations management.

Grading pattern:

Students will be required to write a business plan for a start-up in the area of sustainable operations management (group work, 50%), to give group presentations of the projects (20%). They will also be required to prepare the discussion of three case-studies in the area of sustainable operations (group work, 30%).

MOPP31232

Gestion de projet

Non programmé en 2017/2018

Objectifs :

Analyser et représenter le déroulement d'un projet, planifier la réalisation d'un projet en fonction du nivellement des ressources et du caractère incertain de la durée des opérations, arbitrer entre les délais et les coûts de réalisation, évaluer la rentabilité d'un projet, mener un contrôle des coûts et des délais en temps réel, identifier et gérer les enjeux associés à la réalisation d'un projet, organiser et manager l'équipe en charge d'un projet, instituer et développer la gestion par projets dans l'entreprise. Telles sont les principales préoccupations d'un chef de projet.

Ce cours vise à favoriser l'apprentissage des concepts et méthodes permettant de répondre à ces préoccupations.

Ce cours a un double objectif, à savoir :
- Maîtriser les outils quantitatifs de planification et de contrôle de suivi des projets,
- Mesurer l'importance du rôle du facteur humain dans la mise en œuvre des projets.

Pédagogie :

La vocation de ce cours est essentiellement transversale et

applicatives. Les concepts et méthodes utiles à la gestion de projets seront illustrés à l'aide d'exercices sur Excel et d'études de cas. De plus, des exposés seront consacrés à la présentation de projets connus du grand public.

Evaluation :

Le travail fourni dans le cadre de ce cours reposera sur la participation aux séances de cours et d'exercices. Un cas d'entreprise sera traité en sous-groupes. L'évaluation sera basée sur les éléments suivants :

- Application séance 3 1/8
- Application séance 5 1/8
- Cas séance 6 1/8
- Application séance 7 1/8
- Cas séance 8 1/8
- Application séance 9 1/8
- Cas séance 10 1/8
- Application MS Project 1/8

MGTM31356

Management d'innovation

Pour le descriptif de cours, veuillez consulter le cours équivalent MGTM31357.

MGTM31357

Innovation Management

Given on the ESSEC Campus in Cergy and Singapore.

The management of innovation is one of the most challenging aspects of modern business. Although technological innovation is uncertain and risky, it can be managed. Therefore it is essential that managers understand the strategies, tools and techniques for managing innovation. Drawing from leading innovators' experiences, this course explores how firms go about organizing for innovation. The course focuses on understanding and managing creativity and innovation in organizations by examining the relationships among organizational structure, group dynamics, and individual psychology in problem-solving organizations.

Objectives:

- To provide participants with proven, best-practice tools and concepts for creating winning new products and services,
- Guide participants in the construction of winning business designs (in strategy, marketing, production, supply chain) around new product ideas,
- Prepare participants for the leadership, organizational structure, team working and communication challenges of modern innovation management.

Topics:

Innovation versus inventiveness
 Innovation process: Stage Gate method used in big companies
 Innovation culture and team structures
 Innovation process: Lead-user method
 Innovation process: Learning from the customers
 Innovation process: Experience innovation used in services industries
 Innovation strategy: Coordination with suppliers
 Innovation strategy: Creation networks
 Innovation strategy: Coordination across borders and open innovation
Grading pattern:
 Solid contribution to the class discussion, achievement of a case study and of the analysis of a real case innovation project.

Les professeurs du département / Faculty Department Members



Pietro De GIOVANNI, professeur associé

PhD in Business Administration, ESSEC – Doctorate in Business Administration, UNICAL, Arcavacata di Rende, Cosenza, Italy – M. Phil in BA, ESSEC – MS in Logistics Management and Supply Chain, University of Verona, Italy – BS in BA, Unical, Italy
 A l'ESSEC depuis 2014



Philippe-Pierre DORNIER, professeur Responsable du département Management des Opérations

Doctorat en Ingénierie et Gestion, Ecole Nationale Supérieure des Mines de Paris – D.E.A. Génie Industriel, Ecole Centrale des Arts et Manufactures de Paris – Diplôme d'Ingénieur Civil des Mines, Ecole des Mines de Nancy – Diplôme ESSEC – Auditeur de la 49^{ème} session de l'Institut des Hautes Etudes de Défense Nationale
 A l'ESSEC depuis 1986



Fouad EL OUARDIGHI, professeur

PhD in Management Science, ESSEC – Doctorat en Sciences de Gestion, Université Paris X-Nanterre-ESSEC – D.E.A. Stratégie et Management, Université Paris X-Nanterre-ESSEC-HEC – D.E.A. Dynamique des Systèmes Productifs et Economie Mondiale, Université Paris X-Nanterre – Maîtrise en Economie de l'Entreprise, Université Paris X-Nanterre
 A l'ESSEC depuis 1998



Félix PAPIER, professeur associé Directeur Général Adjoint en charge de la Grande Ecole et de la formation initiale

PhD in Operations Management, University of Cologne
 MSc Information Systems, University of Muenster
 A l'ESSEC depuis 2011



Xavier PAVIE, professeur enseignant associé
Associate Academic Director, MSc in Management (Singapour Campus)
Doctorat, Philosophie, université Paris X-Nanterre
MSc in Management & Marketing International, IGS
Master, Philosophie, Université Paris X- Nanterre
A l'ESSEC depuis 2008

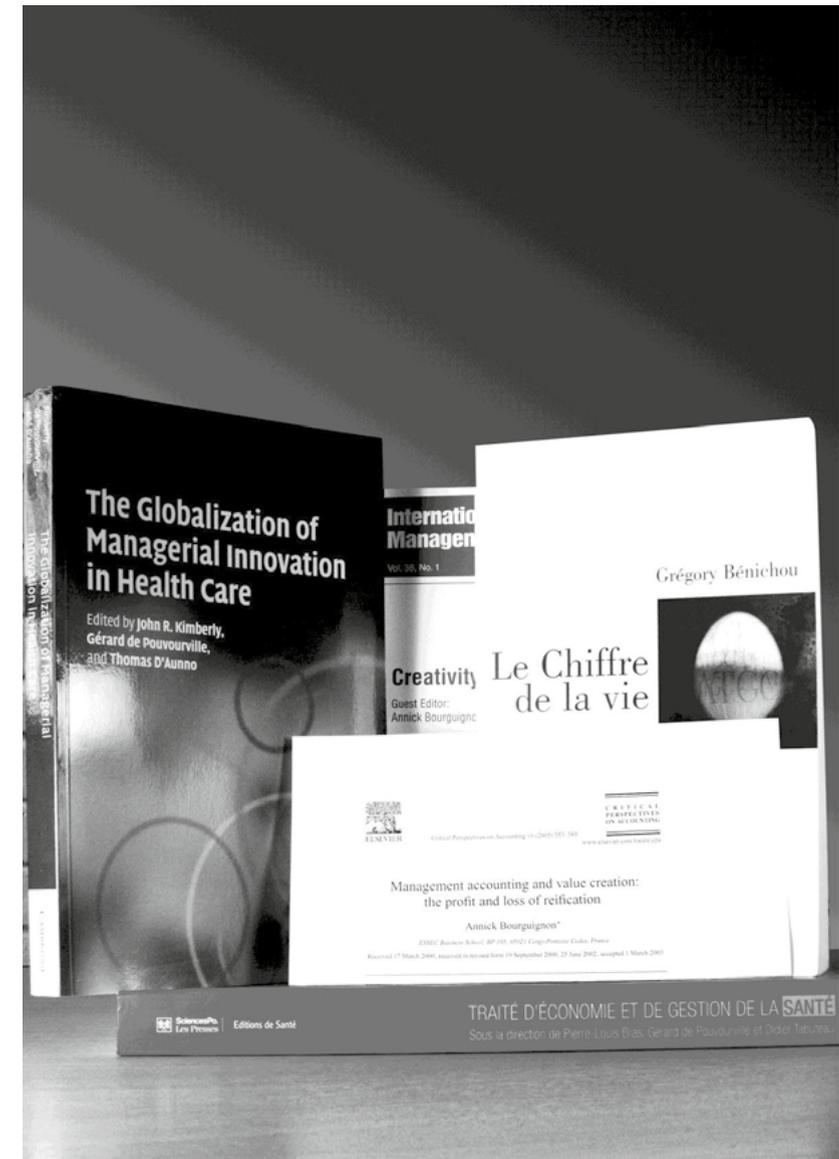


Patrice POURCHET, professeur affilié
PhD, université Aix-Marseille
Master Degree in Applied Organisation, université Paris Panthéon-Sorbonne
Master Degree in management of Industrial purchasing



Sara REZAE VESSAL, professeur assistant
PhD in Operations Management, HEC Paris
MBA, Blekinge Institute of Technology
MSc Information Technology Engineering, Tarbiat Modares University
BSc Industrial Engineering, Iran University of Science and Technology

Hors département / *Outside Academic Departments*



Sont réunis ci-après les cours qui ne dépendent d'aucun département pédagogique décrit dans les sections précédentes.

Ces cours abordent des thèmes d'ouverture générale, codifiée CPR, pour Culture, Politique, Responsabilité, ou de chaires dans des secteurs d'activités spécifiques : Chaire Média & Digital (COMD), Chaire Communication et Stratégies de Marque (COMM), Chaire ESSEC Santé, Chaire ESSEC Innovation Thérapeutique (SANT).

The following courses are offered outside of the departments described in the preceding sections.

They include general development courses, code CPR, for Culture, Politics, and Responsibility, or courses associated with specific chairs: the Media & Digital Chair (COMD), the Communication and Brand Strategies Chair (COMM), the ESSEC Chair of Therapeutic Innovation and the ESSEC Chair of Health Systems (SANT).

	Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)
Chaire Media & Digital/ Media & Digital Chair (COMD)	
COMD31438	Sém. Chaire Mngt des médias J. Andès
COMD31440	Economie des médias J. Andès
Chaire Communication Stratégies de Marque / Communication and Brand Strategies Chair (COMM)	
COMM31425	Sém. Communication synthèse J.-M. Xuereb
COMM31426	Sém. Communication d'entreprise 1 J.-M. Xuereb
COMM31427	Sém. Communication d'entreprise 2 J.-M. Xuereb
Culture, Politique, Responsabilité / Culture, Politics, Responsibility (CPRO)	
CPRO31205	Geopolitics in Asia (14 Singapore) C. Nestorovic
CPRO31330	Managing in Complexity L. Bibard, J. Malaurent
CPRO31400	Sport, dévpt perso & managt T. Lardinois
Expérience en entreprise / Corporate Experience (EXPI)	
EXPI31401	Asian Strategy Project (T1 Singapore) C. Koenig, L. Bourgeon
Chaires du pôle santé / Health Chairs (SANT)	
SANT31421	Systèmes de santé G. de Pourvoirville
SANT31422	Systèmes de santé G. de Pourvoirville
SANT31423	Marketing des produits pharma D. Delval, J.-M. Peny
SANT31427	Ethical Dilemma in Health Ind. K. Lamiraud
SANT31425	Managing Therapeutic Innovat.1 K. Lamiraud
SANT31429	Managing Therapeutic Innovat.2 K. Lamiraud

In italic, courses taught in English.

Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif. Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.

COMD31438

Séminaire de Chaire Management
des médias

Le séminaire est exclusivement réservé aux étudiants de la chaire.

Objectifs :

Permettre aux étudiants d'acquérir des compétences et connaissances solides parfaitement alignées avec les Learning Goals :

- Managing Process :

- en développant de la maîtrise quant au management des enjeux stratégiques des industries de contenu, tant à partir d'expériences de terrain que de mises en concept.

- Facing Complexity :

- en étant confrontés aux difficultés nouvelles et complexes, stratégiques, managériales et sociétales, ainsi qu'aux solutions apportées par les entreprises de ces marchés notamment dans l'enjeu de la transformation numérique.

- Rising to Leadership :

- en étant mis en interactions avec les dirigeants des entreprises sur des questions mettant en jeu non seulement l'organisation des fonctions clés dans les évolutions actuelles mais aussi les singularités, nécessités et facteurs de réussite managériales dans l'économie de l'immatériel.

- Integrating Societal Context of Business :

- en accompagnant la compréhension et la sensibilisation aux dimensions éthiques, responsables et sociétales des actions, particulièrement sensibles s'agissant d'entreprises de média.

Pédagogie :

-séances collectives de tables rondes professionnelles et études de cas, pour un total de 25 heures.

Les étudiants doivent préparer chaque séance afin de participer à l'échange et d'élaborer un document de référence postérieurement à chaque session.

Evaluation :

- Présence obligatoire
- En binômes, assurer la préparation et modérer au moins une session.
- Réalisation d'un compte-rendu détaillé de chaque session, soulignant les enjeux, les évolutions et les solutions mises en œuvre par les entreprises concernées par la problématique abordée dans la séance. La précision de l'analyse, la compréhension des enjeux et la qualité rédactionnelle sont prises en compte pour l'évaluation individuelle.

La note est constituée à 40 % de la note de la préparation et la modération, à 60 % de la note de synthèse.

COMD31440

Economie des médias

Objectifs :

Intégré au cursus Master, ce cours a pour objectif de familiariser les étudiants avec le secteur des médias et des industries culturelles et ses mutations à l'ère digitale. Le cours s'intéresse aux points de vue macro-économique, stratégique, financier et marketing : quels sont les fondamentaux économiques du secteur ? Quelle en est la chaîne de valeur ? Qu'est-ce qu'un actif média, comment le financer, le commercialiser, le valoriser ? Quelles sont les stratégies des groupes de médias et quel est l'impact des bouleversements technologiques que nous vivons ? Le cours aborde les secteurs de la télévision, de la musique, de la presse, de l'édition, du cinéma et des jeux vidéo.

Il fournit aux étudiants les fondamentaux leur permettant d'appréhender les mécanismes du secteur, ses problématiques propres, les mutations qu'il est en train de vivre. Il leur offre également un éclairage différent sur des matières déjà abordées dans leur cursus d'enseignement, en mettant l'accent sur les spécificités du secteur.

Pédagogie :

Il est fondé sur des exposés académiques, l'étude de cas pratiques, et le cas échéant l'intervention de professionnels. Ce cours s'inscrit dans la Chaire Media & Digital en complétant la panoplie de cours offerte à l'ESSEC ; ses dix séances spécifiquement dédiées à l'étude transversale de l'économie des contenus et des industries culturelles n'ont en effet pas d'équivalent dans les cours proposés aujourd'hui à l'école.

COMM31425

Séminaire de communication
synthèse**Objectifs :**

Faire découvrir aux étudiants les enjeux de la communication et la variété des métiers qui y sont liés par le biais d'intervention de professionnels des grands groupes de communication, publicité, médias et autres. Les représentants des différentes entreprises partenaires auront l'occasion de présenter aux étudiants les thématiques de communication auxquelles ils ont à faire face.

Pédagogie :

Le séminaire COMM31425 est noté sur la participation active des étudiants à la mission de Conseil qui leur sera confiée en début de semestre. Les étudiants mettent en pratique chaque année les connaissances théoriques apprises en écrivant des articles, blogs et autres...

COMM31426

Séminaire de communication
d'entreprise

Ce cours réservé en priorité aux étudiants de la chaire «Communication et stratégies de marque» pourra être proposé à d'autres étudiants ESSEC en fonction des places disponibles. Ce séminaire doit obligatoirement être suivi par tous les étudiants qui s'y inscrivent au T2 et T3.

Objectifs :

Le séminaire COMM31426 donne aux étudiants une approche pratique des différents aspects de la communication d'entreprise qui sont les suivants :

- Communication institutionnelle.
- Communication interne.
- Communication de recrutement.
- Communication financière.
- Communication des dirigeants.
- Relations médias/entreprises.
- Communication événementielle.
- Communication de la marque : Identité visuelle/design/médias permanents de l'image.
- Lobbying/communication d'opinion.
- Mécénat/sponsoring.
- Communication de crise.

CPR031205

Geopolitics in Asia

Introduction:

Working within an international environment forces future managers to cope more and more with geopolitical issues. International managers have to deal with political bodies (on a national or supra-national level) because they have to answer public tenders, because they have to lobby actively with political parties for the sake of their companies, because they have to deal with partners which belong to the State, because public regulation is sometimes more important than competition pressure or consumer needs and wants... Very often international managers have to deal with decision makers who do not have management academic background but a political one, and misunderstandings between them are quite deep. Finally, because of their nationality, or the nationality of their companies, international managers also face problems such as national unrests, political boycotts, religious intolerance... Managers are not prepared for all these issues and a geopolitical approach is very helpful because it gives them a set of tools

permitting them to apprehend complex political situations they will be exposed to. The situation in Asia is without any doubt the most challenging one for western managers, because the political importance of the continent does not match its economic strength. This in turn leads to frustrations and constant demands from Asian countries to upgrade their position on the international level.

Objectives:

The objective of this course is to give students a comprehensive whole of concepts helping them to understand political challenges in Asia. These concepts are used to analyse how international conflicts and territorial claims are backed by historical, national and religious justifications. This course is intended to make you think out of the box, and abandon for a while a managerial approach in order to adopt a political one.

Topics:

- Geography and geopolitics in Asia;
- History and geopolitics;
- National disputes and politics in Asia;
- Religious disputes and politics;
- Strategic and military affairs in Asia.

Grading pattern:

- Class participation (10 %)
- Team presentations (30 %)
- Final exam (60 %)

CPR031330 Managing in Complexity

Context and complexity:

The current worldwide global context of economy, politics, natural environment and society makes management quite complex. This increasing complexity cannot be avoided. It is indispensable that people transform complexity from a problem into an asset.

Complexity may at a first glance be characterized by the necessity of interdisciplinary approaches of reality, by an increasing level of uncertainty in our lives and for any action, and by the necessity to communicate with others and to integrate otherness in every daily action and operation.

Objectives:

As a consequence, the course objectives are:

- To make the students used to an interdisciplinary approach of reality thanks to a wide scope of possible approaches of complexity,
- To train the students in working, acting, living under uncertainty, making profit of any emergent phenomenon or weak signal vs. suffering them,
- To develop personal, individual and collective relational skills in order to favour positive collective actions to tackle complexity and complex situations when making decisions.

The course organization:

Taking into account the above objectives, the course will present, thanks to a wide range of professors coming from various disciplinary departments (at least 6 disciplines represented), a series of theoretical and practical issues related to complex situations (from the terrorism issue to medical care issues, through some financial stakes concerning the current globalized economy or through the exponential development of social networks and their consequences, etc.). This will be done thanks to theoretical insights as well as to case studies.

Evaluation:

The course needs a strong individual and collective commitment. Consequently, the course will be evaluated on the basis of:

- A systematic sessions attendance – 20 %,
- An individual paper on any interesting topic concerning complexity (related to professional life or private life) – 30 %,

- A collective paper on any discussed topic with the professors. The collective paper will as well be orally presented the session of the course – 50 %.

CPR031400 Sport, développement personnel et management

Non programmé en 2017/2018.

Total des heures : 15.00 (pour le module d'intégration de développement personnel) et une pratique sportive (voir ci-dessous) qui n'est pas évaluée en fonction de la performance de l'étudiant
Enseignants : L. DE CARLO, professeur ESSEC et coach certifiée, et les entraîneurs sportifs du BDS.

Introduction :

L'être humain est un «tout indissociable» fait d'interdépendances entre le cognitif, l'affectif et le conatif (le comportemental) ou pour le dire autrement, entre le physiologique, le psychologique et le social. Aujourd'hui, stress, hypertension, surpoids, dépression et sur-fatigue constituent des préoccupations pour bon nombre de managers et d'entreprises. Les activités physiques et sportives permettent de maintenir, de retrouver ou de gérer sur le long terme l'équilibre personnel malmené. Cette UV vise à sensibiliser les étudiants au rôle de l'activité physique et sportive dans la gestion de cet équilibre.

Objectifs :

- Développer, dans un objectif d'équilibre personnel, la pratique d'activités physiques et sportives.
- Permettre à l'étudiant de mieux appréhender les notions managériales qui peuvent s'incarner dans la pratique sportive : leadership, contributions individuelles et collectives, gestion du conflit et de l'échec, dépassement de soi, management par objectifs, management par le plaisir, prise de

risques, rivalité, collaboration, compétition.

Modalités d'inscription :

L'UV est soumise à la règle des mises de points dès le 1^{er} tour et à l'évaluation par les étudiants. Lors de l'inscription, il convient de choisir un sport pour 2 trimestres consécutifs.

Le nombre de places dans chaque cours de sport est limité et le nombre maximum d'étudiants pouvant s'inscrire à l'UV est de 30.

Pédagogie :

2 modules indissociables : 1 module pratique sportive + 1 module de développement personnel et collectif comprenant, entre autres, des échanges avec d'anciens sportifs de haut niveau devenus managers qui relient sport et management dans leur vie professionnelle.

Le module de développement personnel et collectif:

Coaching collectif : 1 séance de 2,5 heures en début de T1 + 5 séances de 2,5 heures au T2 (jeudis matins).

Suivant le nombre d'inscrits, rédaction d'un journal de bord individuel pendant les périodes de pratique sportive et un exposé à présenter en séance.

Le module sport : pratique d'une activité physique et sportive au sein du BDS sur 2 trimestres consécutifs au choix : aviron, basket, escrime, football, handball, judo, rugby, taekwondo, volleyball, danse, fitness, danse classique ou contemporaine. Pour être éligibles, les activités sportives doivent en outre être encadrées par un entraîneur professionnel.

Evaluation :

Il ne s'agit en aucun cas d'évaluer la performance sportive de l'étudiant.
L'évaluation du module sport sera réalisée par les entraîneurs sportifs en fonction de l'assiduité (50 %) et de la qualité et de l'intensité de l'engagement (50 %) de l'étudiant. Une note sera établie par trimestre de pratique sportive

et une moyenne sera établie au terme des deux trimestres.

L'évaluation du module de développement personnel et collectif sera réalisée par le professeur permanent qui anime le module. La note prendra en compte le travail réalisé pendant les séances de coaching, le cas échéant le journal de bord individuel tenu pendant la pratique sportive et un exposé sur un thème au choix validé par le professeur.
La note finale : 40 % pour le module sportif, 60 % pour le module de développement personnel et collectif. En cas d'absence prolongée liée à une blessure : l'étudiant reporte et valide à un trimestre ultérieur ou l'UV est abandonnée après information de l'entraîneur et du professeur.

EXPI31401 Asian Strategy Project

Credit hours: 1.00 or 2.00 (cf.: "Singapore" chapter)

Given on the ESSEC Campus in Singapore
The Asian Strategy Project (ASP) is a three-month consulting project provided in partnership with Capgemini Consulting (CC) services. Organised in teams of 4 or 5 members, ESSEC students on the Asia-Pacific campus are given the opportunity to develop their understanding of innovative business models in Asian emerging countries by working on a consulting mission for a company. The ASP emphasises "learning by doing" and is characterised by a unique blend of professional and academic training and practical experience.

At the beginning of the ASP, students follow a one-week intensive training on consulting skills, under the supervision of a CC manager. In addition, students are also trained by an ESSEC professor on how to write case studies. This training is followed by a typical management consulting case work. Each group of students works on a specific project to

solve the key strategic issue faced by its client. To do so, students work along the management of their client, under the supervision of a faculty member and consultants from Capgemini Consulting. ASP business cases have included projects for multinationals, such as L'Oréal, Michelin, Lafarge, and also small-and-medium size companies. Clients are typically based in India and China. In the past few years, some projects have also been based in Cambodia and Vietnam.

The ASP projects in 2013 included:

- *"Building better cities": What role can Lafarge play in India in achieving the aim of better connected cities?*
- *How can we increase the growth, efficiency and profitability of COSTFORD's consultancy services?*
- *Road mobility transformations to meet economic and human aspirations (focus on urban China)*
- *Can the Pour un Sourire d'Enfant Institute achieve more social impact by selling education?"*
- *How to ensure Calcutta Walks' ongoing growth by diversifying its activity and redesigning its marketing strategy?*

In addition to strategic recommendations that students provide to companies, each group also co-writes with its ESSEC professor a case study on the innovative dimension of the business model it has studied. ASP case studies are later used as teaching material by the professors of ESSEC.

Prerequisite:

Global Manager in Asia program.

Objectives:

- Learn about innovative business models in emerging countries, particularly in China and India.
- Develop research and consulting skills applied to the Asian context
- Complement learnt concepts with on-field experiences

- Learn how to work as a team in order to foster professional competencies like autonomy, responsibility and creativity

Timeline of the Project:

- Preparation phase (3-4 weeks in Singapore): students receive training on research methodology and case writing, and start drafting the company/project profile, their working hypothesis as well as their interview schedule and team organisation.
- Field research phase (3-4 weeks in China or India): students are sent on site and are hosted by the company to gather research material, interview project stakeholders and refine their research hypothesis.
- Writing phase (3-4 weeks in Singapore): student finalise the project deliverables and participate in the final presentation.

Project Deliverables:

Two final deliverables are expected from the students:

- 1) An extensive business analysis and customised recommendations on the issue raised by the company.
- 2) A complete case study and its associated teaching note on the innovative dimension of the business model they have studied.

Assessment:

The two final deliverables will be submitted and presented to a jury comprising of ESSEC faculty, external consultants and executives from the company.

SANT31421 Systèmes de santé

Les séminaires sont réservés exclusivement aux étudiants de la chaire ESSEC Santé.
Ce séminaire présente et discute les différents systèmes de régulation des dépenses de santé en Europe et aux Etats-Unis et analyse les politiques de maîtrise de dépenses de santé. Il aborde avec les responsables sectoriels (industrie pharmaceutique, radiologie, distribution

du médicament, hospitalisation publique et privée, matériel médical) les différents modes de régulation, les stratégies de développement et l'évaluation des performances.

SANT31422 Systèmes de santé

Les séminaires sont réservés exclusivement aux étudiants de la chaire ESSEC Santé.
Voir descriptif du cours SANT31421.

SANT31423 Marketing des produits pharma

Les séminaires sont réservés exclusivement aux étudiants de la chaire ESSEC Santé.
Ce séminaire est dispensé notamment par des professionnels appartenant aux entreprises fondatrices de la chaire sous la responsabilité de son titulaire. A l'aide de cas, il aborde les spécificités du marketing et de la commercialisation du médicament éthique, des produits OTC et de la parapharmacie (stratégie produit, détermination des objectifs de vente, planification et organisation de la force de vente...).

SANT31425 Managing Therapeutic Innovation (Part 1)

Objectives:

This course helps participants grasp the challenges of innovation management in the health industries (pharmaceutical, medical device, hospital, insurance). On completion of the sessions, participants have the skills to sponsor a project in an entrepreneurial spirit, build a strategic action plan, negotiate and win the support of others.

Topics:

During the sessions (50 hours), a wide variety of case studies are analyzed from a range of different perspectives: intellectual property, technology

transfers, vaccine manufacturing, health technology assessment, connected medical devices, companion diagnostics, targeted therapies, hospital performance and more. Role playing and negotiation workshops are organized with experts and decision-makers actually involved in the cases discussed. By meeting with industry leaders, participants can establish close contacts with enterprises and expand their career opportunities.

Teaching methods:

The teaching approach is based on case studies, role plays and interactive lectures. Team projects are led in tandem with managers of partner companies. Through real-world problems and creative solutions, the Chair's vocation is to ignite fires, not fill vessels. Each year, the Chair organizes immersion visits to European biotech and medtech firms, offering students an inside glimpse of the industry and its challenges, from lab bench to production sites. The international scope of the course allows students to approach these complex challenges from a global perspective.

Grading pattern:

Participation in role plays, a case study report, a group project in tandem with a Chair partner, a final exam.

SANT31427

Ethical Dilemmas in the Health Industry

Objectives:

In this course, participants analyze the pervasive ethical tensions inherent in the health industry. During the sessions (25 hours), participants are confronted with critical situations. They also learn how to create pragmatic solutions that can transform scientific advances into social progress.

Topics:

The sessions explore a wide range of concrete cases: crisis management during

a pandemic alert, direct-to-consumer advertising of a breast cancer genomic test, development of online patient communities, recalling of blockbuster drugs due to side effects, development of stem cell private banks, commercialization of expensive orphan drugs for rare conditions, launching of clinical trials in developing countries, etc. All these topics stimulate debates on performance versus risk or pragmatism versus exemplarity. Role playing and negotiation workshops are organized in order to reveal each participant's set of values and allow them to develop their personal ethics and leadership.

Teaching methods:

At the crossroads of pharmaceuticals, medical devices and hospital organizations, the Chair develops a pragmatic, action-learning approach based on real-life case studies, role playing and negotiation workshops co-facilitated by the decision-makers actually involved in the case studies. Guest executives from public and private organizations share their experience with the participants. The seminar's international outlook creates an outstanding environment for Chair participants and fosters unique professional opportunities.

Grading pattern:

Participation in role plays, a book review, a case study report, a final exam.

SANT31429

Managing Therapeutic Innovation (Part 2)

This course is the continuation of the course SANT31425.

Les professeurs permanents / Faculty Members at Large



Annick ANCELIN-BOURGUIGNON, professeur
Habilitation à diriger les recherches, Université Paris IX-Dauphine – D.E.A. et Doctorat en Sciences de Gestion, Université Paris I-Panthéon-Sorbonne – Diplôme ESSEC – Coach certifiée (Réseau Pluridis)
A l'ESSEC depuis 1992



Gérard de POUVOURVILLE, professeur
Directeur de l'Institut d'Economie et de Management de la Santé
Titulaire de la chaire ESSEC-SANTE
Doctorat d'Economie et Administration des Entreprises, Université d'Aix-Marseille II – D.E.S en Sciences Économiques, Paris I – Diplôme d'Ingénieur, Ecole Polytechnique de Paris
A l'ESSEC depuis 2007



Maud TIXIER, professeur honoraire
D.E.A. et Doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication au CELSA, Université Paris IV-Sorbonne – Maîtrise en Anglais
A l'ESSEC depuis 1973

Les chargés de cours / Adjunct Lecturers

Cette liste est donnée sous réserve de changements.

D. DELVAL – P. LABLANCHE – J.-M. PEN.

Département Langues & Cultures /
Department of Languages & Cultures

Département Langues & Cultures / <i>Department of Languages & Cultures</i>	298
Codification des cours de Langues & Cultures / <i>Classification of Languages & Cultures course codes</i>	299
Organisation et contenu des cours de Langues & Cultures / <i>Languages & Cultures courses and content</i>	300
Liste des cours de Langues & Cultures / <i>Languages & Cultures courses</i>	301
Les responsables pédagogiques / Teacher-Managers	306
Enseignants chargés de cours de Langues & Cultures / <i>Languages & Cultures Teachers</i>	308

Département Langues & Cultures / Department of Languages & Cultures

Sa mission

Le Département Langues & Cultures contribue à la réalisation des objectifs internationaux du Groupe ESSEC en favorisant l'amélioration des compétences linguistiques et communicatives de ses étudiants par la conception et la mise en œuvre en équipe des cours de langues, communication et cultures en fonction des objectifs définis par la direction de l'école.

L'équipe est constituée du Directeur, entouré d'enseignants, cadres pédagogiques à plein temps, une coordinatrice ainsi que de trois assistantes de programmes.

Its mission

The Languages & Cultures Department participates actively in the internationalization of ESSEC Business School by improving the language and communication skills of students and by developing and offering courses in languages, communication skills and cultures according to the objectives decided by the program.

The team includes the Director, six full-time language coordinators - one office coordinator - and three program assistants.

Directeur / Director:

Michael KOUKLAKIS – kouklakis@essec.edu

Coordinatrice / Office coordinator:

Emeline LECHAT – lechat@essec.edu

Assistante pédagogique / Academic Assistant:

Nathalie CRUZ – cruz@essec.edu

Responsables de langue / Language Coordinators:

Allemand / German:

Beate KLINGE – klinge@essec.edu

Anglais / English :

Rosemary SANZ – sanz@essec.edu

Terry SCHIFFER GILLARD – schiffer@essec.edu

Kathryn DOUYERE – douyere@essec.edu

Espagnol & portugais / Spanish & Portuguese:

Estela BELLONI – belloni@essec.edu

Selva SENOR – mariaselva.senor@essec.edu

Manuel VILABOA – vilboa@essec.edu

Les autres langues / Other Languages:

Michael KOUKLAKIS – kouklakis@essec.edu

Codification des cours de Langues & Cultures / Classification of Languages & Cultures Course Codes

Les cours sont codifiés par 4 lettres et 5 chiffres qui se décomposent ainsi :
Codes comprise four letters, followed by five digits, which refer to the following :

- **Les deux premières lettres** renvoient au département de Langues & Cultures: LG /
The first two letters correspond to the Languages & Cultures Department : LG
- **Les deux lettres** suivantes indiquent la langue : /
The two following letters correspond to the language taught :

AL :	allemand/German
AN :	anglais/English
AR :	arabe/Arabic
CH :	chinois/Chinese
ES :	espagnol/Spanish
FR :	français/French

HE :	hébreu/Hebrew
IT :	italien/Italian
JA :	japonais/Japanese
PO :	portugais du Brésil/Portuguese
RU :	russe/Russian
- **Les deux premiers chiffres** donnent, comme en gestion, le niveau et le nom du programme (31 pour ESSEC MSc) /
As is the case with the classification for management courses, the first two digits correspond to the level and the program (31 for ESSEC MSc).
- **Le premier des trois derniers chiffres** correspond au niveau du cours : /
The first of the last three digits corresponds to the level of the course :

Code du niveau/ Level Code	Niveau requis par l'étudiant/ Level required for the student
CO(débutant)	E
C1	D
C2	C
C3	B
C4	C/D
C5	B/C
C7	A/B
C8	Pre-master course

- **Le deuxième des trois derniers chiffres** indique le domaine du cours : /
The second of the last three digits corresponds to the course attribute :
0 : préparation à des examens extérieurs / *Preparation for Language Tests*
1, 2 : technique de la langue / *Language Skills*
3, 4 : langage des affaires / *Business Language*
5, 6, 7 : civilisation et culture / *Culture and Civilization*
9 : divers / *Other*
- **Le dernier chiffre** est un numéro d'ordre sans signification /
The last digit is an order number without any specific meaning.

Organisation et contenu des cours de Langues & Cultures / Languages & Cultures courses and content

Les cours de Langues & Cultures sont organisés selon trois filières : /
Languages & Cultures courses are organized according to three fields:

A. Technique de la langue

Cette filière est conseillée aux étudiants qui ne possèdent encore ni les connaissances ni la pratique garantissant une aisance à l'oral et la précision adéquate dans la rédaction. Les cours ont pour objectif de renforcer et revoir des bases ainsi que de les mettre en application dans des situations de communication courantes.

Aux étudiants qui possèdent déjà un bon niveau, mais souhaitent l'approfondir dans le but de passer un palier dans la communication courante. Certains cours proposent cet objectif tout en étant structurés autour de la préparation à un examen ou test extérieur (sans qu'il y ait l'obligation de présenter l'examen ou le test).

B. Langue des affaires

Cette filière permet d'approfondir des thèmes des affaires et de la communication abordés en période initiale et d'en découvrir d'autres. Elle permet aussi de perfectionner les compétences de communication dans les situations professionnelles, de gagner en assurance pour la poursuite de la scolarité et de favoriser l'implication dans la vie professionnelle.

C. Civilisation et culture

Cette filière permet de découvrir et d'explorer des thèmes et des aspects de la culture et de la civilisation de la langue étudiée ou, pour les plus avancés, d'élargir ses connaissances dans ces domaines.

This path enables students to discover and

VB : La langue de référence des cours débutants est le français, mais le cours se déroule dans la langue qui est enseignée / *The language of reference for beginner courses is French. However, these courses are taught mainly in the foreign language studied.*

Language Skills

This path is recommended to students who do not possess enough knowledge or practice so they are not at ease in either speaking or writing. The courses review the basics and apply them in daily life communication.

Students who already have a good level but who wish to improve their competences in daily communication. Some courses are structured based on the preparation for an examination or test (without any obligation to take the test or examination).

Business Language

This path enables students to thoroughly study business topics and communication. It also enables students to improve their communication competences in business situations, to gain more confidence and assist them in their integration in professional life.

Civilization and Culture

on the culture and civilization of the studied language or, for advanced-level students, to extend their knowledge in these fields.

Liste des cours de Langues & Cultures / Language & Cultures courses

Par niveau, Code, Intitulé et Responsable(s) de cours
By Level, Code, Title and Course coordinator(s)

ALLEMAND / GERMAN

A. Technique de la langue / Language Skills

E	LGAL31011	Allemand débutants (1)	J. Mertens
E	LGAL31012	Allemand débutants (2)	J. Mertens
D	LGAL31113	Allemand recyclage - 1	B. Immler
C/D	LGAL31411	Allemand recyclage - 2	B. Immler
C/D	LGAL31412	Allemand recyclage - 3	B. Immler
C/D	LGAL31419	Allemand intermédiaire	B. Immler
B/C	LGAL31513	Ecriture créative	

B. Langage des affaires / Business Language

C/D	LGAL31143	Initiation langue commerciale	
C/D	LGAL31433	Négociation commerciale	J. Mertens
B/C	LGAL31533	Négociation commerciale	J. Mertens
B/C	LGAL31537	L'entreprise allemande	B. Klinge

C. Civilisation et culture / Civilization and Culture

C/D	LGAL31454	La société allemande actuelle	J. Wetzel
C/D	LGAL31560	Aspects culturels de l'Allemagne	J. Wetzel
B/C	LGAL31561	Histoire culturelle Allemagne	J. Wetzel
B/C	LGAL31564	Le cinéma allemand	J. Wetzel
B/C	LGAL31566	Voyage dans l'imaginaire allemand	J. Wetzel
B/C	LGAL31567	Les Mann dans la littérature et au cinéma	K. Papp
B/C	LGAL31575	Allemand - Textes	B. Immler
B/C	LGAL31577	Introduction à la philosophie allemande	B. Immler
B/C	LGAL31562	Histoire des idées	J.-L. Georget

ANGLAIS / ENGLISH

A. Technique de la langue / Language Skills

C/D	LGAN31410	Spoken and written English	M. Bown
C/D	LGAN31412	Refresher Course	M. Bown
B/C	LGAN31512	Spoken English 2	M. Bown
A/B	LGAN31744	Conflict Prevention Language	J. Fogarty
A/B	LGAN31799	Soft Skills	J. Fogarty
A/B	LGAN31711	Creative Writing and Literature Workshop	R. Sanz

B. Langage des affaires / <i>Business Language</i>			
B/C	LGAN31535	Negotiating in English 1	J. Fogarty
A/B	LGAN31734	Negotiating in English 2	J. Fogarty
A/B	LGAN31741	Finance and Banking English	
C. Civilisation et culture / <i>Civilization and Culture</i>			
A/B	LGAN31756	The Sinful 60s & 70s	R. Sanz
A/B	LGAN31760	Decoding the American Dream	J. Chapiraud
A/B	LGAN31767	American Literature	M. Kouklakis, C. Young
A/B	LGAN31778	Novels from the English-Speaking World	M. Kouklakis, C. Young
A/B	LGAN31791	Art and Money	J. Chapiraud
A/B	LGAN31751	Challenges of the 21st century	
A/B	LGAN31782	Beating The Crisis	

ARABE / ARABIC

A. Technique de la langue / <i>Language Skills</i>			
E	LGAR31011	Arabe débutants (1)	H. Hubert
E	LGAR31012	Arabe débutants (2)	H. Hubert
D	LGAR31111	Langue et Cultures arabes (1)	H. Hubert
D	LGAR31112	Langue et Cultures arabes (2)	H. Hubert
D	LGAR31113	Langue et Cultures arabes (3)	H. Hubert
C	LGAR31201	Une approche du monde arabe (1)	H. Hubert
C	LGAR31202	Une approche du monde arabe (2)	H. Hubert
C	LGAR31203	Une approche du monde arabe (3)	H. Hubert

CHINOIS / CHINESE

A. Technique de la langue / <i>Language Skills</i>			
E	LGCH31011	Chinois débutants (1)	J.-Y. Feng, X. Liu, J. Li
E	LGCH31012	Chinois débutants (2)	J.-Y. Feng, X. Liu, J. Li
D	LGCH31111	Chinois apprentissage (1)	J.-Y. Feng, X. Liu
D	LGCH31112	Chinois apprentissage (2)	J.-Y. Feng, X. Liu
D	LGCH31113	Chinois apprentissage (3)	J.-Y. Feng, X. Liu
B. Histoire et actualités de la Chine / <i>History of China and Contemporary China</i>			
C	LGCH31201	Chinois langue et culture (1)	J.-Y. Feng
C	LGCH31202	Chinois langue et culture (2)	J.-Y. Feng
C	LGCH31203	Chinois langue et culture (3)	J.-Y. Feng

ESPAGNOL / SPANISH

A. Technique de la langue / <i>Language Skills</i>			
E	LGES31011	Espagnol débutants (1)	E. Belloni, A. Cabrera, G. Rivera, B. Herrmann
E	LGES31012	Espagnol débutants (2)	E. Belloni, A. Cabrera, G. Rivera, B. Herrmann
D	LGES31113	Espagnol intermédiaire	P. Bilbao, M. Vizem, G. Rivera
C/D	LGES31411	Communication orale	P. Bilbao, M. Blanco
C	LGES31214	Espagnol, langue et culture	P. Bilbao, M. Blanco,
B/C	LGES31510	Communication orale avancée	M. Blanco
B/C	LGES31513	Lecture de la presse espagnole	G. Rivera Hidalgo
B. Langage des affaires / <i>Business Language</i>			
C/D	LGES31438	Négociier en espagnol	E. Ordonez Flores
B/C	LGES31503	L'Espagnol de l'entreprise	P. Bilbao
C. Civilisation et culture / <i>Civilization and Culture</i>			
C/D	LGES31414	L'Espagne et ses particularités	M. Blanco
C/D	LGES31451	Identification culturelle de la publicité	Y. Dansac
B/C	LGES31559	Espagne actuelle	M. Blanco
B/C	LGES31569	Cinéma et société	M. Blanco
B/C	LGES31576	Développement et interculturalité	M. Vizern
B/C	LGES31551	Espagne 360°	A. Cabrera
D. Amérique Latine / <i>Latin America</i>			
B/C	LGES31557	Amérique Latine : l'art d'un continent	M. León
B/C	LGES31561	Enjeux sociaux et culturels de l'Amérique Latine	A. Montes
B/C	LGES31572	Introduction à l'Amérique Latine	C. Gomez de la Torre
B/C	LGES31573	Littérature Latino-américaine	S. Senor
B/C	LGES31574	Géopolitique de l'Amérique Latine	A. Montes
B/C	LGES31558	Circulations transatlantiques entre l'Amérique latine et l'Europe	Y. Dansac

FRANCAIS / FRENCH

A. Technique de la langue, langage des affaires et civilisation / <i>Language Skills, Business French and Civilization</i>			
E	LGFR31001	Français débutants (été)	B. Oehler, M. Verneuil, P. Guillier
D	LGFR31101	Français niveau 1 (été)	B. Oehler, M. Verneuil, P. Guillier C. Daoudal, H. Vallenilla, A. Menard, H. Hubert, K. Lacroix, C. Dutournier
C	LGFR31201	Français niveau 2 (été)	B. Oehler, P. Guillier, P. Guillier
B	LGFR31301	Français niveau 3 (été)	B. Oehler, P. Guillier, P. Guillier
E	LGFR31011	Français débutants (1)	B. Oehler, C. Daoudal
E	LGFR31012	Français débutants (2)	B. Oehler, C. Daoudal
E	LGFR31013	Français débutants (3)	B. Oehler, C. Daoudal
D	LGFR31111	Français débutants suite de la FTS (1)	B. Oehler
D	LGFR31112	Français faux débutants (2)	B. Oehler
D	LGFR31113	Français faux débutants (3)	B. Oehler
C	LGFR31214	Français intermédiaire (1)	B. Oehler
C	LGFR31215	Français intermédiaire (2)	B. Oehler
C	LGFR31216	Français intermédiaire (3)	B. Oehler
C	LGFR31211	Français des affaires (1)	B. Oehler
C	LGFR31212	Français des affaires (2)	B. Oehler
C	LGFR31213	Français des affaires (3)	B. Oehler
B	LGFR31311	Communication et culture (1)	B. Oehler
B	LGFR31312	Communication et culture (2)	B. Oehler
B	LGFR31313	Communication et culture (3)	B. Oehler
B/C	LGFR31511	Français perfectionnement	B. Oehler

ITALIEN / ITALIAN

A. Technique de la langue / <i>Language Skills</i>			
E	LGIT31011	Italien débutants (1)	R. Salsi, G. Creti, S. Nasti
E	LGIT31012	Italien débutants (2)	R. Salsi, G. Creti, S. Nasti
B. Langage et civilisation / <i>Language and Civilization</i>			
C/D	LGIT31411	Vivre et travailler en Italie (1)	R. Salsi, M. Longo
C/D	LGIT31412	Vivre et travailler en Italie (2)	R. Salsi, M. Longo
C/D	LGIT31413	Vivre et travailler en Italie (3)	R. Salsi, M. Longo
B/C	LGIT31554	Italie hier et aujourd'hui (1)	R. Salsi, M. Longo
B/C	LGIT31555	Italie hier et aujourd'hui (2)	R. Salsi, M. Longo
B/C	LGIT31556	Italie hier et aujourd'hui (3)	R. Salsi, M. Longo

JAPONAIS / JAPANESE

A. Technique de la langue / <i>Language Skills</i>			
E	LGJA31011	Japonais débutants (1)	K. Kuwae, N. Bazille
E	LGJA31012	Japonais débutants (2)	K. Kuwae, N. Bazille
D	LGJA31110	Japonais suite débutants	K. Kuwae, N. Bazille
D	LGJA31111	Japonais apprentissage (1)	K. Kuwae, N. Bazille
D	LGJA31112	Japonais apprentissage (2)	K. Kuwae, N. Bazille
D	LGJA31113	Japonais apprentissage (3)	K. Kuwae, N. Bazille
C	LGJA31201	Japonais niveau avancé (1)	K. Kuwae, N. Bazille
C	LGJA31202	Japonais niveau avancé (2)	K. Kuwae, N. Bazille
C	LGJA31203	Japonais niveau avancé (3)	K. Kuwae, N. Bazille

PORTUGAIS / PORTUGUESE

A. Technique de la langue / <i>Language Skills</i>			
E	LGPO31011	Portugais-débutants (1)	J. Barros Mendes, C. Da Silva
E	LGPO31012	Portugais débutants (2)	J. Barros Mendes, C. Da Silva
D	LGPO31114	Portugais intermédiaire	J. Barros Mendes, C. Da Silva
C/D	LGPO31414	Langue et culture lusophones	J. Barros Mendes, C. Da Silva

RUSSE / RUSSIAN

A. Technique de la langue / <i>Language Skills</i>			
E	LGRU31011	Russe débutants (1)	K. Lacroix
E	LGRU31012	Russe débutants (2)	K. Lacroix
C/D	LGRU31411	Russe recyclage langue parlée	K. Lacroix
C/D	LGRU31412	Russe expression orale	K. Lacroix
B. Langage des affaires / <i>Business Language</i>			
B/C	LGRU31532	Russe économique et social	K. Lacroix
C. Civilisation et culture / <i>Civilization and Culture</i>			
C/D	LGRU31452	Russe littérature et histoire	K. Lacroix
B/C	LGRU31551	Russe culture, politique et société	K. Lacroix
B/C	LGRU31552	Russie contemporaine, presse et mass-média	K. Lacroix
B/C	LGRU31553	La Russie dans le monde (1)	K. Lacroix
B/C	LGRU31554	La Russie dans le monde (2)	K. Lacroix
B/C	LGRU31555	La Russie dans le monde (3)	K. Lacroix
B/C	LGRU31556	Russie : histoire et société à travers le cinéma	K. Lacroix

Les responsables pédagogiques / *Teacher-Managers*



Estela BELLONI

Nationalités : argentine et italienne

Licence de Langues Etrangères Appliquées Espagnol, Université Paris III Sorbonne - Maîtrise en Didactique de l'Espagnol, Université Paris VIII - DEA Etudes Hispaniques et Latino-américaines, Université Paris VIII
A l'ESSEC depuis 2007



Kathryn DOUYERE

Nationality: British Northern Irish

Masters Degree in Business Communications - Manchester University
Thesis: "Effective Communications for Complex Organisational Change Management"
Undergraduate Degree in Law with Honours - Kent University
Diploma in Coaching for Peak Performance - Newcastle University
A l'ESSEC depuis 2016



Beate KLINGE

Nationalité : allemande

Linguiste « Diplom-Übersetzer » - Johannes-Gutenberg-Universität, Mainz, 11 années en entreprise – secteur de la mode, enseignante d'allemand depuis 2001
A l'ESSEC depuis 2010



Michael KOUKLAKIS

Directeur du département Langues et cultures

Nationalités : canadienne et grecque

Formal Education and Degrees Obtained Doctoral Studies – University Of Porto in progress (2nd year of three) DELCI – Department of Literary, Cultural and Interartistic Studies, 2016 EHESS – Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, DEA in Social Anthropology (first year of 3e cycle doctoral program), 1995-1996 Research theme: "Exile and the Boundaries of Ethnic Identity" Université de Paris 7-Jussieu, Maîtrise in Ethnology, 1994-1995 McGill University, BA (Bachelor's of Arts), major in Political Science, 1987-1990 Montreal, Canada
A l'ESSEC depuis 2007



Rosemary SANZ

Nationalité : britannique

Bachelor's Degree in French and Latin, University of Bristol
A l'ESSEC depuis 2007



Terri SCHIFFER GILLARD

Nationalités : américaine et française

Master's Degree in Education specializing in Teaching English to Speakers of Other Languages, University of Maryland, USA.
Bachelor's Degree in International Relations & East Asian Studies, University of Pennsylvania, USA.
A l'ESSEC depuis 2007



María Selva SENOR

Nationalités : argentine et italienne

Maîtrise en Histoire (U.N.C.P.B.A.) Tandil, Buenos Aires, Argentina.
Master en Histoire de l'Amérique Latine (U.I.A.), La Rávida, Espagne.
Thèse : « La formation de la famille idéale : notions et représentations dans l'Argentine du XIXème siècle » Doctorat en Histoire et Civilisations (E.H.E.S.S.)
A l'ESSEC depuis 2009



Manuel VILABO

Nationalité : espagnole

Ecole Diplomatique Espagnole (Langues, économie, droit, institutions et relations internationales) - Master of Arts in Historical Studies, Oxford Brookes University - Diplôme de Droit Britannique, Oxford Brookes University - DEUG de Lettres Modernes, Université de Toulouse - DEA de Droit et Diplôme d'avocat, Université de Navarre
A l'ESSEC depuis 2005

Enseignants chargés de cours de Langues & Cultures / Language & Cultures Teachers

Langues enseignées / Languages

■ ALLEMAND / GERMAN

Frauke DIETRICH-BUIS – Jean-Louis GEORGET – Brigitte IMMLER – Hella ITHURBIDE – Beate KLINGE – Jan MERTENS – Kornelia PAPP – Johannes WETZEL

■ ANGLAIS / ENGLISH

Kathie BERGER – Mark BOWN – Chris BROOK – Celestina CARDOZ – Pallab CHANDA – Pádraig CARTY – Joel CHAPIRAUD – Kathryn DOUYERE – Sandra DURAND – James FOGARTY – Joel KARNOVITZ – Paul KRAAIJEVELD – Michael KOUKLAKIS – Priscilla LARKIN-HARRIS – Edward MITCHELL – Sandra RAHEM – Rosemary SANZ – Terri SCHIFFER-GILLARD – Keith SURRIDGE – Ruth SURRIDGE – Curtis YOUNG – Penelope HILL – Lara FENYAR

■ ARABE / ARABIC

Haïfa HUBERT – Sonia DJEGHAM

■ CHINOIS / CHINESE

Jean-Yves FENG – Xiaoyan LIU – Ji LI – Zhang Rui HAMELIN – Yi BRAS – Hailing MA

■ ESPAGNOL / SPANISH

Estela BELLONI – Patricia BILBAO – María BLANCO – Aránzazu CABRERA – Farida CHIBANE – Yael DANSAC – Carmen GÓMEZ DE LA TORRE – Juliana GONZALEZ HOLGUIN – Begoña HERRMANN – Marietta LEÓN – Angélica MONTES – Eva ORDONEZ FLORES – Gloria RIVERA HIDALGO – María Selva SENOR – Hero SUAREZ RUIZ – Manuel VILABOA – Martha VIZERN – Ana Gisela YEPEZ PENALVER

■ FRANÇAIS langue étrangère / FRENCH as a Foreign Language

Christophe DAUDAL – Gaëlle DE BOISRIOU – Céline DUTOURNIER – Pascale GUILLIER – Haïfa HUBERT – Karina LACROIX – Audrey MENARD – Brigitte OEHLER – Hélène VALLENILLA – Michel VERNEUIL

■ HEBREU / HEBREW

Gabrielle ATLAN

■ ITALIEN / ITALIAN

Gabriella CRETI – Marco LONGO – Sveva NASTI – Roberta SALSI – Cristina VINO

■ JAPONAIS / JAPANESE

Naomi BAZILLE – Kunio KUWAE

■ PORTUGAIS / PORTUGUESE

Janaina BARROS MENDES – Chantal DA SILVA

■ RUSSE / RUSSIAN

Karina LACROIX – Victoria MANOUKOV KOUZNETSOVA

ESSEC Asia-Pacific Campus in Singapore



For more information on the tracks available in Singapore, including application deadlines and admission process:

Website on myessec.com: Program Center / Academics / ESSEC Singapore

Cergy Campus:

Ludvine DE SOUZA
International Programs Coordinator

Tel. 01 34 43 39 21 – desouza @essec.edu

Singapore Campus:

Kentia BOULAY
Associate Director for Academic
Affairs

Tel. 65 68 35 74 59 – boulay@essec.edu

All the programs offered in Singapore are taught in English.

Overview of the tracks offered in Singapore:

6-month tracks:

Business Management in Asia (<i>MSc 1 students only</i>)	January to June
Innovation and Entrepreneurship (<i>MSc 1 students only</i>)	January to June

3-month tracks:

Financial Markets track	January to March
Corporate Finance track (winter)	January to March
Corporate Finance track (summer)	July to September
Global Manager in Asia	July to September
Managing Premium and Luxury Brands in Digital Age	July to September
Operations Management track	October to December
Asian Strategy Project	October to December

Business Management in Asia

▼ Main Information on the Program :

Duration of the program	6 months (January-June)
Total number of credits (UV)	9 to 13 UV
Number of months spent abroad	6
Awarding	6 UVEI

The *Business Management in Asia* track gives students the opportunity to attend both core courses (4 to 6 courses) and specialized courses (5 courses), with the objective to gain a better understanding of the Asian region.

It is offered **from January to June**. Applications for this track are open to students enrolled in the Pre-Master year (ASC students admitted after the French entrance examination) and to students starting the MSc program directly in Singapore (AST students).

Program curriculum

The track is taught over 4 blocks of 5 weeks each.

Core courses:

Block 1: students choose 2 or 3 core courses.

Block 4: students choose 2 or 3 core courses.

Specialized courses:

Students attend 5 specialized courses, spread among block 2 and block 3.

<i>CPRO31205</i>	<i>Geopolitics in Asia</i>
<i>DEVN31401</i>	<i>Negotiate Business Deals in Asia</i>
<i>EEOA31129</i>	<i>Asian Economies</i>
<i>MGTM31201</i>	<i>Asian Culture and Society: experiencing Singapore, Understanding Asia</i>
<i>MOPI31205</i>	<i>Innovation in a Service Economy</i>

Build Your Own trip (BYOT):

The BYOT aims at giving a pedagogical dimension to the students' exposure to the region and to highlight experiential learning. Students will be asked to submit some work on their learnings (visits, meetings, experiences...) and will be evaluated. A pass grade is required to validate the track.

6 UVEI are awarded to students who validate all the courses and components of the track with no more than two failed classes, except if one course was failed with a 0/20 grade.

Innovation and Entrepreneurship

▼ Main Information on the Program :

Duration of the program	6 months (January-June)
Total number of credits (UV)	9 to 13 UV
Number of months spent abroad	6
Awarding	6 UVEI

The *Innovation and Entrepreneurship* track gives students the opportunity to attend both core courses (4 to 6 courses) and specialized courses (5 courses) to deepen their knowledge about the challenges and great opportunities of the region.

It is offered **from January to June**. Applications for this track are open to students enrolled in the Pre-Master year (ASC students admitted after the French entrance examination) and to students starting the MSc program directly in Singapore (AST students).

Program curriculum

The track is taught over 4 blocks of 5 weeks each.

Core courses:

Block 1: students choose 2 or 3 core courses.

Block 4: students choose 2 or 3 core courses.

Specialized courses:

Students attend 5 specialized courses in block 2 and block 3.

<i>DEVE31270</i>	<i>Social Entrepreneurship</i>
<i>MGTM31201</i>	<i>Asian Culture and Society: experiencing Singapore, Understanding Asia</i>
<i>MGTE31370</i>	<i>Entrepreneurship in Asia</i>
<i>MOPI031205</i>	<i>Innovation in a Service Economy</i>
<i>MKGS31203</i>	<i>Digital Marketing Strategy</i>

Build Your Own trip (BYOT):

The BYOT aims at giving a pedagogical dimension to the students' exposure to the region and to highlight experiential learning. Students will be asked to submit some work on their learnings (visits, meetings, experiences...) and will be evaluated. A pass grade is required to validate the track.

6 UVEI are awarded to students who validate all the courses and components of the track with no more than two failed classes, except if one course was failed with a 0/20 grade.

Financial Markets Track

▼ Main Information on the Track:

Duration of the curriculum in Singapore	3 months (January-March)
Number of mandatory courses for the full track	10
Awarding	8 UV
<i>Including</i> Number of courses in Singapore	5
Awarding (in Singapore)	5 UV
Number of seminars	7
Awarding	0 UV
Total number of UV to validate the full track	8 UV
Number of months spent abroad	3
Awarding	3 UVEI

Program curriculum

MSc students have the opportunity to validate part of the Financial Markets track in Singapore by joining courses of the Master in Finance.

Students must validate the following courses:

- **3 mandatory courses in Cergy (prior to studying in Singapore):**
 - FINE31124* Fondements de la finance
- OR**
 - FINE31123* *Principles of Finance*
 - FINM31164* *Marchés financiers*
- OR**
 - FINM31165* *Financial Markets*
 - FINM31270* *Options*
- OR**
 - FINM31271* *Options*

NB: If needed, students selected for the Financial Markets track in Singapore will have a priority access to the two required courses in Cergy in T1.

- **4 mandatory courses in Singapore (3.5 UV):**

- FINM32227* *Financial Risk Management (1 UV)*
- FINM32217* *Advanced Options (1 UV)**
- FINM32219* *Commodity Markets and Energy Products (1 UV)*
- FINM32500* *MathLab (0.5 UV)**

**Please note that MathLab Programming will be used for the Advanced Options course. Hence, all students are required to take MathLab in order to follow the Advanced Derivatives Markets course.*

- **Elective courses in Singapore (min. 1.5 UV to choose from the following list):**

- FINE32217* *Firm Valuation(1 UV)*
- FINM31261* *Portfolio Theory and Investment Analysis(1 UV)*
- FINM32115* *Derivative Pricing and Trading (0.5 UV)*
- FINM32221* *Fixed Income(1 UV)*
- FINM32233* *Structuring Treasury Products Seminar (0.5 UV)*
- FINM32409* *Real Estate Finance (0.5 UV)*
- FINM32411* *Alternative Assets (0.5 UV)*
- FINM32412* *VBA Programming for Finance (Market) (1 UV)*
- FINM32415* *Extreme Financial Risks (0.5 UV)*
- FINM32501* *Current Issues in Investment Banking (0.5 UV)*

- **Compulsory Seminars in Cergy:**

- ESSEC Finance Chair: participation in 6 seminars during the studies*
 - FING31402* *Séminaire éthique en finance/Ethics Seminar*
- *For students who entered ESSEC from September 2015.*

3 UVEI are awarded to students who validate the 5 UV of the Singapore Financial Markets Track.

Corporate Finance Track (winter)

▼ Main Information on the Track:

Duration of the curriculum in Singapore	3 months (January-March)
Number of compulsory courses for the full track	7
Awarding	7 UV
Including Number of mandatory courses in Singapore	5
Awarding (in Singapore)	5 UV
Total of elective course(s)	1
Awarding	1 UV
Number of seminars	7
Awarding	0 UV
Total number of UV to validate the full track	8 UV
Number of months spent abroad	3
Awarding	3 UVEI

Program curriculum

MSc students have the opportunity to validate part of the Corporate Finance track in Singapore by joining courses of the Master in Finance.
Students must validate:

- **2 mandatory courses in Cergy (before applying for the track in Singapore):**

FINE31123 Principles of Finance

OR FINE31124 Fondements de la finance

CPTC31124 Infos comptables et financières

OR *CPTC31125 Finl Accounting & Reporting*

- **3 mandatory courses in Singapore (3 UV):**

CPTC31247 Financial Statement Analysis

FINE32217 Firm Valuation

FINM31253 Mergers & Acquisitions

- **Elective courses in Singapore (min. 2 UV to choose from the following list):**

FINM31261 Portfolio Theory and Investment Analysis (1 UV)

FINM32219 Commodity Markets and Energy Products (1 UV)

FINM32221 Fixed Income (1 UV)

FINM32407 Financial Risk Management (1 UV)

FINM32409 Real Estate Finance (0.5 UV)

FINM32411 Alternative Assets (0.5 UV)

FINM32412 VBA Programming for Finance (Corporate) (1 UV)

FINM32501 Current Issues in Investment Banking (0.5 UV)

- **2 mandatory courses in Cergy (before or after studying in Singapore):**

FINS31351 Financial Policy

OR FINS31353 Politique financière

CPTC31355 Business Analysis & Value Creation

FINE31126 Finance d'entreprise

OR *FINE31128 Corporate Financial Management*

OR *FINE32109 Corporate Financial Management*

- **Compulsory Seminars in Cergy:**

ESSEC Finance Chair: participation in 6 seminars during the studies*

FING31402 Séminaire éthique en finance/Ethics Seminar

*For students who entered ESSEC from September 2015.

3 UVEI are awarded to students who validate the 5 UV of the Singapore Corporate Finance Track.

Corporate Finance Track (summer)

▼ Main Information on the Track:

Duration of the curriculum in Singapore	1 term (July – Sept.)
Number of compulsory courses for the full track	7
Awarding	7 UV
Including number of mandatory course(s) in Singapore	5
Awarding (in Singapore)	5 UV
Total of elective course(s)	1
Awarding	1 UV
Number of seminar(s)	7
Awarding	0 UV
Total number of UV to validate the full track	8 UV
Number of months spent abroad	3
Awarding	3 UVEI

Program curriculum

MSc students have the opportunity to validate part of the Corporate Finance track in Singapore during the summer.

Students must validate:

- **2 mandatory courses in Cergy (before applying for the track in Singapore):**

FINE31123 Principles of Finance

OR FINE31124 Fondements de la finance

- **5 mandatory courses in Singapore:**

CPTC31247 *Financial Statement Analysis*
FINE31128 *Corporate Financial Management*
FINE31253 *Mergers and Acquisitions*
FINM31162 *International Finance*
FINM31165 *Financial Markets*

- **1 mandatory course in Cergy (before or after studying in Singapore):**

CPTC31355 *Strategic Business Analysis and Value Creation*

- **1 elective course in Cergy (before or after studying in Singapore):**

ECOI31231 *Corporate Finance and Governance*
FINE31130 *Gestion Financière Court Terme*
FINE31254 *Evaluation Stratégique et Financière*
FINE32217 *Firm Valuation*
FINE32219 *Financial Analysis*
FING31259 *Management bancaire*
FINM31261 *Portfolio Theory and Investment Analysis*

OR *FINM31160* *Théorie du portefeuille et investissements*

OR *FINM32225* *Portfolio Theory and Investment Analysis*

FINM31208 *Finance Immobilière*

FING31421 *Finance Department seminar – Firm Valuation*

OR *FINE32217* *Firm Valuation*

FINS31351 *Financial Policy*

OR *FINS31353* *Politique Financière*

- **Compulsory Seminars in Cergy:**

ESSEC Finance Chair: participation in 6 seminars during the studies*

FING31402 *Séminaire éthique en finance/Ethics Seminar*

*For students who entered ESSEC from September 2015.

3 UVEI are awarded to students who validate the 5 UV of the Singapore Corporate Finance Track.

Global Manager in Asia

▼ Main Information on the Program :

Duration of the program	3 months (July-Sept)
Total number of credits (UV)	6 UV
Number of months spent abroad	3
Awarding	3 UVEI

Program curriculum[†]

The curriculum is taught over 2 blocks of 5 weeks each.

Compulsory courses:

CPR031205 *Geopolitics in Asia*
DEVN31401 *Negotiate Business Deals in China*
ECOA31129 *Asian Economies*
MGTM31357 *Innovation Management*
MGTS31271 *Managing International Business in Asia*
MGTM31201 *Asian Culture and Society: experiencing Singapore, experiencing Business*

in Asia

3 UVEI are awarded to students who validate the 6 UV of the Global Manager in Asia track.

Managing Premium and Luxury Brands in Digital Age

▼ Main Information on the Program :

Duration of the program in Singapore	3 months (July-Sept)
Total number of credits (UV)	6 UV
Number of months spent abroad	3
Awarding	3 UVEI

Program curriculum

The track is taught over 2 blocks of 5 weeks each.

Compulsory courses:

MKGS31478 *The Fundamentals of Luxury brand Management*
MKGS31479 *The Art of Luxury Service*
MKGS31203 *Digital Marketing Strategy*
MKGS31480 *Innovation and Disruption in the Luxury Industry*
MGTM31357 *Innovation Management*
MGTM31201 *Asian Culture and Society: experiencing Singapore, experiencing Business*

in Asia

3 UVEI are awarded to students who validate the 6 UV of the Managing Premium and Luxury Brands in Digital Age track.

Operations Management Track

▼ Main Information on the Program:

Duration of the curriculum in Singapore	1 trimester (T1)
Number of courses to validate the track	6
Awarding	6 UV
Number of months spent abroad	3
Awarding	3 UVEI

Program curriculum

MSc students have the opportunity to follow the Operations Management track in Singapore by joining courses in the Advanced Master in International Supply Management.

Compulsory courses:

- MGTM31201 Asian Culture and Society: experiencing Singapore, experiencing Business in Asia*
- MGTA32205 Innovation Service Management*
- MKGS32209 FMCG / Product Manager / Category Manager*
- New course: Indirect Purchasing Strategy / Industrial Strategy and Purchasing*
- MOP031232 Supply Chain Management in a Digital Age*
- MOP032209 Operations & Logistics Management*

3 UVEI are awarded to students who validate the 6 UV of the Singapore Operations Management Track.

Asian Strategy Project

During the Fall term (October to December), 35 students selected jointly by ESSEC and CapGemini Consulting conduct, in teams of 4 to 5, a consulting mission for companies based in Asia. Project teams are supervised by an ESSEC faculty member and by consultants from Capgemini Consulting. Students will have the opportunity to develop research and consulting skills applied to the Asian context and prepare a unique case study.

The Asian Strategy Project is structured into three main phases:

- *Preparation phase:* in Singapore students receive training on research methodology and case writing, and start drafting the company profile, their working hypothesis as well as their interview schedule and team organisation.
- *Field research phase:* students work at distance and/or on site hosted by the company, gathering research material and refining their research hypothesis.
- *Writing phase:* students finalise two main deliverables: 1) an analysis and recommendations on the initial issue raised by the company and 2) a complete case study with its associated teaching note on the innovative dimension of the business model they have studied.

To apply for the Asian Strategy Project, students must have already attended or must have been selected for one of the following tracks:

- Business Management in Asia
- Innovation and Entrepreneurship
- Global Manager in Asia
- Managing Premium and Luxury Brands in Digital Age

Upon successful completion of the consulting mission, students will be awarded for the Asian Strategy Project either:

- 2 UV and 3 UVEI
- or - 1 UV, 2 months of professional experience and 3 UVEI.

ESSEC Afrique Atlantique à Rabat (Maroc)

Pour plus d'informations sur la filière offerte à Rabat, y compris les dates limites de candidature et le processus de sélection :

Site internet myessec.com: Program Center / Academics / ESSEC Maroc

Cergy Campus:

Ludvyne DE SOUZA

Coordinatrice des Programmes Internationaux

Tel. 01 34 43 39 21 – desouza@essec.edu

La filière ci-dessous est enseignée en français.

Global Manager in Africa - *Business et Opérations en Afrique*

▼ Informations clés sur le programme :

Durée de la filière	6 mois (Janvier-Juin)
Nombre total d'UV	8 UV
Nombre de mois passés à l'étranger	6
Rapportant	6 UVEI

Le *Global Manager in Africa* permet aux étudiants de passer 6 mois sur le nouveau campus ESSEC Afrique Atlantique pour suivre un cursus portant sur les enjeux majeurs de développement, les défis, les perspectives et les nombreuses opportunités présentes en Afrique. La filière est composée d'un trimestre académique et d'un trimestre d'immersion dans un projet d'entreprise axé sur l'entrepreneuriat et l'innovation. Le programme est offert en partenariat avec l'Ecole Centrale Casablanca.

Le programme est dirigé et supervisé par le professeur Thierry Sibieude, Directeur du campus ESSEC Afrique Atlantique.

Programme d'enseignement

De janvier à mars, les étudiants suivent un trimestre de cours rapportant 7 UV dans le cursus de la Grande Ecole.

Liste des cours proposés*:

CPR031320	Culture et sociétés africaines - Implications sur la conduite des affaires
DEV31260	Gestion de la RSE en Afrique
DEV31320	Développement durable et économie circulaire

DEVE31210	Entreprendre en Afrique
DEVN31250	Géopolitique africaine
ECOS31120	Economies africaines
MGTM31320	Gestion de l'innovation
MGTS31220	Gestion des affaires internationales en Afrique
MKGS31320	Stratégie de gestion de marque en Afrique
MOPP31220	Gestion des opérations et de la logistique en Afrique

* Cette liste est susceptible d'être modifiée.

Projet entrepreneurial

Durant 3 mois, d'avril à juin, les étudiants ont l'opportunité unique de se confronter à la réalité du marché africain en travaillant en groupe de 4 ou 5 étudiants sur un projet entrepreneurial. La mission permet de mettre en application les concepts abordés préalablement en cours et d'acquérir une nouvelle méthode d'apprentissage des processus d'innovation.

Exemples de missions : lancement d'un nouveau produit sur le marché africain par une entreprise africaine ; création d'une marque collective en Afrique ; expansion d'une entreprise étrangère sur le territoire africain ; création d'une start-up en Afrique...

Validation de la filière

Les cours suivis de janvier à mars permettent la **validation de 7 UV** dans le cursus de l'étudiant. **3 UVEI**, correspondant à 3 mois d'expérience internationale, seront validées sous réserve que l'étudiant valide au minimum 6 UV de cours durant le trimestre.

Le projet entrepreneurial réalisé d'avril à juin permet la validation, au choix de l'étudiant, de :

- 2 UV

ou - 1 UV + 2 mois d'expérience professionnelle

3 UVEI, correspondant à 3 mois d'expérience internationale, seront validées sous réserve que les livrables requis aient été réalisés et que l'étudiant valide la soutenance ayant lieu en fin de trimestre.

Chaires Chairs

Chaires d'enseignement / Teaching Chairs

Chaire Communication et Stratégies de Marque	324
Chaire Media & Digital	327
<i>Digital Disruption Chair</i>	330
Chaire ESSEC Santé	332
<i>ESSEC Chair of Therapeutic Innovation</i>	334
Chaire de Grande Consommation	336
Chaire Vente et Stratégie Marketing	339
<i>LVMH Chair</i>	340
Chaire Management des Savoir-Faire d'Exception	342
<i>Accenture Strategic Business Analytics Chair</i>	345
Chaire Immobilier et Développement Durable	346
Chaire d'Economie Urbaine	348
Chaire Entrepreneuriat Social	351
<i>Leadership and Diversity Chair</i>	354
Chaire Edgar Morin de la Complexité (chaire d'enseignement et de recherche)	357
Chaire ESSEC Finance	358

Chaires de recherche / Research Chairs

Chaire Armand Peugeot	360
Chaire ESSEC du changement	361
Chaire philanthropie	362
Chaire Innovation Managériale et excellence Organisationnelle - NEW -	363
<i>Chaire ESSEC Amundi</i>	364

Chaires d'enseignement / Teaching Chairs

La plupart des chaires sont enseignées en français, quelques-unes en anglais. Les descriptions qui suivent sont données dans la langue d'instruction de la chaire. Par exemple, elles sont décrites en anglais, quand l'enseignement est donné dans cette langue.

Most of the teaching of the Chairs is given in French. Some courses are offered in English. The course descriptions that follow are presented in the language of instruction. For example, courses taught in French are described in this language only.

Chaire Communication et Stratégies de Marque

Professeur Titulaire : Jean-Marc XUEREB, professeur ESSEC

Assistante : Sylvie GALLET – gallet@essec.edu – 01 34 43 32 48

Informations clés sur la chaire :

Durée du cursus de la chaire	2 trimestres sur la même année scolaire
Nombre de séminaires de chaire obligatoires	4 (T2 + T3)
Rapportant au total	4 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour être diplômé de la chaire	4 UV

Introduction

La chaire Communication et Stratégies de Marque a été créée à l'ESSEC en 1989 avec des médias, des agences et conseils en communication et des entreprises représentant chacune différents secteurs de l'industrie ou des services.

En 2016/2017, ses partenaires étaient : Aegis Média, Canal+, France Loisirs, Havas Worldwide, Philips, Publicis, TBWA France.

Objectifs/Mission de la chaire

La chaire a pour mission de faire connaître la communication en tant qu'outil de management, au service de la stratégie et de la visibilité des entreprises, moyen indispensable pour assurer la cohérence et les synergies dans la gestion de l'image de la marque et du capital immatériel de l'entreprise.

Sur le plan professionnel, la chaire souhaite faire mieux connaître les métiers de la communication et sensibiliser au secteur tous ceux qui auront un rôle de gestionnaire dans des groupes de communication ou autres.

Apport à ses membres

Aux ESSEC, futurs cadres opérationnels qui devront être des communicants, elle apporte le « plus » communication de chacun des domaines de spécialité de la gestion. En cherchant à faire évoluer la fonction communication dans l'entreprise, aujourd'hui banalisée et professionnelle, elle prépare les managers à exercer leurs talents dans des directions de communication d'un type nouveau.

Elle s'adresse aux futurs conseils en communication ou publicitaires qui devront intégrer une démarche institutionnelle à la simple publicité produits et gérer la cohésion et les interfaces de ces deux démarches.

Elle procure aussi des gestionnaires aux entreprises de communication.

Organisation/intégration à la scolarité

Les enseignements s'inscrivent dans le cursus normal de l'ESSEC et les entreprises partenaires interviennent directement dans les séminaires dispensés aux 2^{ème} et 3^{ème} trimestres.

Les étudiants sont tenus de suivre :

- COMM31425 Séminaire communication synthèse
- COMM31426 Séminaire communication d'entreprise 1
- COMM31427 Séminaire Communication d'entreprise 2
- MKGS31461 Séminaire de Chaire Vente & Stratégie Marketing « Synthèse »

Certaines cours seront suivis avec les étudiants de la chaire VSM.

Le séminaire MKGS31461 sera principalement animé par les entreprises partenaires des deux chaires.

Vous pouvez enrichir votre cursus avec les cours suivants :

- DEVD31246 Droit des médias
- FINE31126 Finance d'entreprise
- ou FINE31128 Corporate Financial Management
- FINE31130 Gestion financière court terme
- FINM31164 Marchés financiers
- ou FINM31165 Financial Markets
- FINS31351 Financial Policy
- ou FINS31353 Politique financière
- MGTM31226 Management des organisations
- ou MGTM31227 Management of Organizations
- MGTP31201 Personality Theory
- MGTP31210 Mise en scène du comportement
- ou MGTP31211 Behaving in Public: a Training
- MKGC31112 Etudes en marketing
- ou MKGC31113 Marketing Research
- MKGC31125 Comportement du consommateur
- ou MKGC31126 Consumer Behavior
- MKGF31211 Publicité
- MKGF31215 Gestion de la force de vente

Le contrôle des connaissances se fait sous forme de missions de conseil proposées par le titulaire de la chaire et réalisées sous son contrôle avec un coaching encadré par Capgemini Consulting.

Un titre de chaire est délivré par les sociétés partenaires et l'école à chaque étudiant ayant accompli toutes les obligations de la chaire. La remise des titres intervient au 3^{ème} trimestre.

Autres activités

La chaire Communication et Stratégies de Marque propose des activités à ses étudiants leur permettant d'animer la vie de la chaire ainsi que de mettre en pratique leurs connaissances en communication.

La chaire s'organise comme une mini-agence de communication où chacun peut explorer des domaines variés.

- Envie de prendre des responsabilités ? Vous pouvez choisir d'être délégué de chaire, organiser des événements...
- Si vous êtes plutôt communication presse écrite, participez à la rédaction du Point.Com, et devenez le journaliste d'une saison d'événements de la chaire ou rédigez des articles pour le magazine des diplômés Reflets.
- Vous aimez animer les réseaux ? La chaire vous propose de tisser des liens exclusifs avec les anciens de la chaire en organisant rencontres et meetings.
- Si vous préférez la communication active, devenez l'étudiant qui accueille et présente les intervenants qui viennent chaque semaine partager leur expérience et leur vision de la communication.
- Vous pouvez aussi devenir rédacteur pour le site Internet de la chaire et laissez votre marque sur le portail de la Communication à l'ESSEC.

Si dans cette liste, vous ne trouvez pas votre bonheur, n'hésitez pas à proposer une activité. L'innovation est un allié précieux dans le monde de la Communication.

Il n'y a aucun stage obligatoire mais ceux-ci peuvent être proposés par les fondateurs ou répondre à la demande des étudiants de la chaire.

Inscription

Environ 25 étudiants sont membres de la chaire. Ils sont recrutés sur dossier et entretien par le titulaire accompagné, quand c'est possible, de l'un des fondateurs.

Chaire Media & Digital

Titulaire : collectif de professeurs

Directeur de la recherche : Jan ONDRUS

Directeur exécutif : Judith ANDRÈS

Assistante : Ana GUTIERREZ – gutierrez@essec.edu – 01 34 43 32 96

Site : <http://essec-chaire-media-digital.com>

Compte Twitter : ESSEC_MEDIA

Informations clés sur la chaire :

Durée du cursus de la chaire	1 année (hors stages en entreprise)
Nombre de séminaire(s) de chaire obligatoire(s)	1 (T1)
Rapportant au total	1 UV
Nombre de cours obligatoires, hors séminaire(s)	3
Rapportant au total	3 UV
Nombre de recherche obligatoire(s)	1
Rapportant au total	1 UV
Nombre minimal imposé de cours optionnel(s)	2
Rapportant au total	2 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour être diplômé de la chaire	7 UV + 6 mois de stage

Objectif

Créer un lieu de réflexion, de recherche, de veille et de formation dans le secteur Media & Digital

La chaire Media & Digital réunit un collectif de professeurs de l'ESSEC et des professionnels du secteur, qui unissent leurs compétences pour créer une véritable passerelle de l'univers de la recherche et de la formation au management vers les industries des médias, culturelles et des technologies numériques.

Lieu de confluence des approches politiques, économiques et organisationnelles de ces industries, la chaire a pour vocation de développer l'expertise opérationnelle des étudiants autant que la recherche dans ce domaine, dans un esprit de laboratoire.

Programme d'enseignement de la chaire

Il comprend :

- Le séminaire de chaire
- Les cours obligatoires
- Les cours optionnels
- Les travaux de recherche (cf. : Autres activités de la chaire)
- Les stages (cf. : Expérience professionnelle)

Les étudiants de la chaire doivent :

- **Suivre le séminaire de chaire**

COMD31438 Séminaire de Chaire Management des médias

Le séminaire, exclusivement réservé aux étudiants de la Chaire, permet aux étudiants d'acquérir

des connaissances solides sur les évolutions des enjeux stratégiques des industries de contenu à l'ère de la transformation digitale, les équilibres organisationnels des entreprises de médias et nouveaux médias ainsi que les fonctions clés dans les évolutions actuelles et les singularités managériales dans l'économie de l'immatériel

Le séminaire s'articule autour de séances collectives de tables rondes professionnelles et études de cas, pour un total de 25 heures

La présence à ce séminaire est obligatoire et rapporte 1 UV.

▪ **Suivre 3 cours obligatoires.**

Prendre 1 cours dans chacun des 3 blocs suivants :

Bloc 1

COMD31440 Economie des médias

Bloc 2

DEVD31228 Protection juridique des droits de propriété intellectuelle

ou DEVD31229 *Intellectual Property*

ou DEVD31246 Droit des médias et des technologies de l'information

ou MGTM31234 Management culturel

Bloc 3

CPTC31355 *Strategic Business Analysis and Value Creation*

ou FINE32217 *Firm Valuation*

ou FING31421 *Department Seminar in Finance : Firm Valuation*

ou FINE31254 Evaluation stratégique et financière des entreprises

ou IDSS31165 *Big Data Analytics*

ou MKGC31430 Approche consommateur & Data Analytics

ou MKGF31221 *Marketing Analytics*

Tous les cours obligatoires non pris en tant que cours obligatoires sont éligibles en tant que cours optionnels.

▪ **Suivre 2 cours optionnels dans la liste suivante**

DEVD31216 Droit de la concurrence

DEVE31200 Droit et entrepreneuriat

IDSE31301 *e-Business Entrepreneurship*

IDSI31338 Création de sites web

ou IDSI31339 *Website Creation*

IDSI31341 *e-Business Strategy & Operations*

IDSI31343 *Digital Transformation*

IDSI31377 *Business Intelligence*

MGTE31360 Entrepreneuriat

ou MGTE31361 *Entrepreneurship*

MGTE31362 Concevoir, valider et planifier un projet d'entreprise

ou MGTE31363 *New venture design and planning*

MGTM31235 *Creative Industries Management*

MGTM31241 *Managing Business Networks*

MGTM31357 *Innovation Management*

MGTP31324 Transhumanisme : enjeux économiques, sociétaux et philosophiques

MKGC3112 Etudes en marketing

ou MKGC3113 *Marketing Research*

MKGC31125 Comportement du consommateur

ou MKGC31126 *Consumer Behavior*

MKGF31239 *Social Media Marketing*

MKGF31230 CPI-Création de produit innovant 1

MKGF31232 CPI-Création de produit innovant 2

MKGS31203 *Digital Marketing Strategy*

MKGS31223 *B2B Digital Marketing Management*

MKGS31491 *Case Studies in Business Analytics*

Travaux de recherche

Les étudiants, regroupés en binômes ou en trinômes, doivent réaliser une étude sur un des sujets proposés par le comité de pilotage de la chaire dans lequel sont représentés les partenaires.

1 UV de recherche personnelle (rapportant 1UV) :

COMD31600 Chaire Media – Recherche personnelle

UV comptabilisée dans les 2 UV de recherche personnelle, également décomptée des 30/31UV.

La liste des thèmes abordés lors des années antérieures peut être communiquée par le secrétariat de la chaire sur simple demande.

Expérience professionnelle

Les étudiants doivent effectuer au minimum 6 mois de stage dans des entreprises du secteur.

Autres activités de la chaire

1. Voyage d'études

Un voyage de Chaire est organisé chaque année en France ou à l'étranger lors de la semaine de congés de printemps.

2. Relations avec les partenaires

- La Société Générale

La chaire Media & Digital travaille en étroite collaboration avec les experts de la Société Générale Corporate & Investment Banking. La banque dispose en effet d'une équipe de spécialistes en financements structurés qui interviennent à toutes les étapes de la réalisation de projets Media & Digital. Sa participation active à cette formation d'excellence est la preuve de sa contribution à former les cadres de demain, à apporter son expertise dans le domaine des médias et à s'engager en termes de qualité de services, de recherche et de formation.

- Groupe Orange

La Division Contenus du Groupe Orange met en place et développe les partenariats avec les acteurs de contenus et vise à concrétiser la stratégie de convergence du groupe. Elle acquiert les droits de diffusion dans les domaines de la télévision, du cinéma, de la musique, du sport, des jeux et de l'information. Elle pilote la conception de services, intervenant dans l'évolution des plates-formes techniques, players et terminaux permettant ainsi de proposer les contenus les plus adaptés aux attentes de ses clients.

Le partenariat avec la chaire Media permet d'apporter l'expertise d'Orange aux étudiants de la chaire mais également à Orange de bénéficier de tout le savoir-faire d'un partenaire académique de tout premier plan.

- TF1

Le groupe TF1 a choisi de s'associer à l'ESSEC pour participer au développement de la chaire Média & Digital et ainsi se rapprocher du monde étudiant et académique. Ce partenariat permettra ainsi aux étudiants de mieux appréhender les évolutions et la richesse du secteur des médias ; c'est par ailleurs l'occasion de compléter les expertises des partenaires historiques de la chaire par celles d'un groupe Média.

- Les Echos, partenaire presse écrite

Le rapprochement des Echos et de la chaire Media & Digital s'inscrit dans la stratégie affichée du journal de se rapprocher des Grandes Ecoles et des universités et de favoriser les passerelles entre le monde de l'entreprise et les étudiants.

Procédure de recrutement

La chaire recrute des élèves en MSc 2 et 3 ainsi que les BBA en 4^{ème} année **au mois d'octobre de chaque année**. Chaque promotion comporte entre 25 et 30 étudiants.

Les dossiers de candidature peuvent être retirés auprès d'Ana Gutierrez (gutierrez@essec.edu).

Le recrutement comprend deux étapes, admissibilité sur dossier suivie d'un entretien en présence de la direction de la Chaire et ses partenaires.

Digital Disruption Chair

Chair-holder: Peter O'CONNOR, ESSEC professor

Assistant: Salimata CISSÉ – cisse@essec.edu – 01 34 43 39 60

Main information on the Chair:

Duration of the Chair curriculum	1 academic year
Number of mandatory Chair seminar(s)	1 (T3)
Awarding	1 UV
Number of mandatory course(s), except seminar(s)	2
Awarding	2 UV
Number of elective course(s)	3
Awarding	3 UV
Total number of credits required for the Chair graduation	6 UV

Introduction and objectives

Recent developments in technology are having a revolutionary effect on consumers, business and society. The ESSEC Chair on Digital Disruption aims to provide participants with an in-depth understanding of the effect of digital on business, preparing them to work in, and lead, increasingly digital organizations. Strong teaching and research links with companies operating in the digital domain help the Chair to focus on disseminating multi-sector best practice and thought leadership to both participants and the broader ESSEC community of students, staff and alumni as a whole.

Chair curriculum

To complete this Chair, participants must follow:

- **1 compulsory Chair seminar:**

IDS131433 Seminar on Digital Disruption

- **2 mandatory courses:**

IDS131341 e-Business Strategy & Operations

IDS131343 Digital Transformation

- **3 elective courses to be taken amongst:**

CPTG31223 Managing Plans and Projects

IDSE31301 e-Business Entrepreneurship

IDS131203 Pilotage de projets digitaux

IDS131206 Applied Cybersecurity Strategy for Managers

IDS131235 e-Business in Asia

IDS131338 Création de sites Web

Or *IDS131339 Website Creation*

IDS131377 Business Intelligence

MGTE31363 New venture design and planning

MKGF31239 Social Media Marketing

MKGS31203 Digital Marketing Strategy

MOPP31100 Management Supply Chain

Or *MOPP31101 Supply Chain Management*

MOPP31105 Operations Management

MOP031213 Supply Chain Analytics & Tools

- **Complete a group research project selected in agreement with the Chair sponsors.**
- **Complete an internship of between 3 and 6 month in an approved, digitally-orientated, position.**

Chair Sponsors

The ESSEC Chair in Digital Disruption is generously sponsored by:



BNP PARIBAS

Selection process

Applications for the Chair take place from June up to the end of October each year. To apply, students must send a detailed application file explaining your interest in the Chair in relation to your past experiences and your personal and professional project.

Candidates must submit the application files from June and at the latest on October 10, 2017.

Shortlisted candidates may then be invited to a 30-minute interview.

The accepted candidates will be informed by mid-November.

Chaire ESSEC Santé

Professeur titulaire : Gérard de POUVOURVILLE, professeur ESSEC
Assistante : Suzanne GAUDET – gaudet@essec.edu – 01 34 43 36 66
www.essec-sante.com

Informations clés sur la chaire :

Durée du cursus de la chaire	2 trimestres
Nombre de séminaire(s) de chaire obligatoire(s)	2 (T2)
Rapportant au total	3 UV
Nombre de cours obligatoire	1 (T3)
Rapportant au total	1 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour être diplômé de la chaire	4 UV

Objectif

Le secteur de la santé joue un rôle essentiel dans notre économie, que ce soit au niveau de l'industrie pharmaceutique et du matériel médical, au niveau des organisations prestataires de soins, ou encore des organismes de financement et de prise en charge des dépenses de santé. Afin de mieux répondre aux besoins du marché et de mieux préparer la carrière des étudiants souhaitant s'orienter dans ce domaine, l'ESSEC a créé la chaire « ESSEC Santé » qui associe dans un même intérêt industriel, institutions du secteur de la santé et le potentiel de l'ESSEC.

La chaire est actuellement soutenue par les partenaires suivants :

- ALK Abello	- Sandoz	- Smart Pharma Consulting
- Abbott	- Bearing Point	- Bio Springer
- Boehringer Ingelheim	- Celgene	- Générale de Santé
- Generali	- Innothera	- Inserm Transfert
- IPSEN Pharma	- Janssen	- Oxyvie
- PFIZER	- Pierre Fabre	- Servier
- Sodexo	- Vitagermine	- VivaSanté
- Vivisol	- Zambon	

Programme d'enseignement de la chaire

La chaire ESSEC Santé dispense une formation à l'économie et à la gestion de la santé. Deux UV sont consacrées à l'analyse de la régulation économique des systèmes de santé ; la 3^{ème} UV apporte une formation spécialisée au marketing des produits pharmaceutiques et des dispositifs médicaux.

Cursus santé : Dans le cadre de l'Institut d'Economie et Management de la Santé de l'ESSEC, il est possible de suivre le cursus santé qui regroupe les enseignements de la chaire ESSEC Santé et de la chaire ESSEC Innovation Thérapeutique, sous réserve d'être admis après entretien dans chacune des deux chaires. Il est nécessaire de déposer un dossier de candidature auprès de chaque chaire.

▪ 2 séminaires obligatoires

Les étudiants doivent suivre, au cours du T2, les 2 séminaires de chaire dont l'un est enseigné en 2 parties :

- SANT31421 Systèmes de santé
- SANT31422 Systèmes de santé
- SANT31423 Marketing des produits pharma

Ces séminaires sont réservés exclusivement aux étudiants admis à la chaire ESSEC Santé.

▪ 1 cours obligatoire

- ECOI31260 Economie de la santé
- ou ECOI31261 Health Economics

Expérience professionnelle

De nombreuses offres sont proposées aux étudiants qui ont la possibilité d'effectuer un stage ou un contrat d'apprentissage, notamment au sein des entreprises et institutions partenaires de la chaire mais également dans d'autres entreprises du secteur. Régulièrement des entreprises viennent se présenter aux étudiants de la chaire afin d'exposer leurs activités, leurs spécificités et de rencontrer les candidats potentiels pour des stages ou des emplois.

Un CV book, rassemblant les Curriculum Vitae des étudiants inscrits, est réalisé chaque année. Il est envoyé à diverses entreprises du secteur de la santé.

Autres activités de la chaire

Les étudiants participent aux différentes activités de la chaire : conférences-débats organisés avec les sponsors ; conférences des Amphis de la Santé organisées en partenariat avec l'ACIP (Association des Cadres de l'Industrie Pharmaceutique) et le Quotidien du Médecin ; études et travaux de recherche initiés par le professeur titulaire de la chaire ou lancés à l'initiative des entreprises ; visioconférences en partenariat avec University of California, Los Angeles – UCLA et Fudan University Shanghai...

Procédure de recrutement

Les étudiants sélectionnés pour participer à cette chaire ont un intérêt marqué pour ce secteur. Ils développent des liens privilégiés avec les entreprises et organisations qui parrainent la chaire. Une trentaine d'étudiants peuvent être admis à suivre les cours de la chaire. Un appel à candidature est diffusé par e-mail en juin pour les étudiants en cycle Pre-Master et fin septembre pour les étudiants en cycle.

Des présentations sont effectuées par le professeur titulaire aux mêmes périodes.

Les dossiers de candidature sont à retirer auprès de Suzanne GAUDET, bureau N 506. La sélection a lieu courant octobre. Pour plus de renseignements : gaudet@essec.edu.

ESSEC Chair of Therapeutic Innovation

Chair holder: Karine LAMIRAUD, Associate Professor of Economics, ESSEC Business School
Assistant: Sandrine PEPING – peping@essec.edu – 01 34 43 28 36
<https://sites.google.com/a/essec.edu/essec-chair-of-therapeutic-innovation/>

Main information on the Chair:

Duration of the Chair curriculum	1 trimester
Number of mandatory Chair seminar(s)	2 in T2
Credits	3 UV
Number of mandatory course	1
Credits	1 UV
Total number of credits (UV) required for the Chair graduation	4 UV

Introduction and objectives

Think about it... Medical imaging, surgical robotics, therapeutic vaccines, connected medical devices, genomics, targeted therapies etc. So many mind-blowing technologies being industrialized at an exponential pace. Unprecedented biotech and medtech innovations raise tremendous hope for patients and their families, given that some therapies are actually targeting the causes of certain diseases, not just their symptoms. But how can these advances become accessible to everyone?

Since its creation in 2004, the Chair of Therapeutic Innovation is pursuing two objectives: 1/train the upcoming generation of decision-makers in innovation management and stimulate their sense of ethical leadership; 2/conduct research on the industrial and societal impact of these innovations over the next decade.

Chair curriculum

Chair students must validate three courses:

- SANT31427 *Ethical Dilemma in Health Ind.*
- SANT31425 *Managing Therapeutic Innovat. 1*
- SANT31429 *Managing Therapeutic Innovat. 2*

At the crossroads of pharmaceuticals, medical devices and hospital organizations, the Chair develops a pragmatic, action-learning approach based on real-life case studies, role playing and negotiation workshops. On completion of the sessions, participants have the skills to sponsor a project in an entrepreneurial spirit, build a strategic action plan, value innovation, negotiate and win the support of others. Each year, the Chair organizes immersion visits to European biotech and medtech firms, offering students an inside glimpse of the industry and its challenges, from lab bench to production sites. Team projects are led in tandem with managers of partner companies. Through real-world problems and creative solutions, the Chair's vocation is to ignite fires, not fill vessels. The two Chair seminars are taught in English. They are scheduled in T2, from January to March (75 hours).

Chair students must also validate one of the three following courses:

- MGTE31361 *Entrepreneurship*
- MGTE31363 *New Venture Design and Planning*
- ECOI31261 *Health Economics*

Health track: The ESSEC Chair of Therapeutic Innovation can be attended in parallel to Chair Santé. The complementarity of both Chairs creates unparalleled synergies for participants, offering them a 360° view of the challenges in the health industry. Students can apply to both Chairs during their curriculum at ESSEC. Fully integrated in the ESSEC curricula, the Chair of Therapeutic Innovation selects some 25 high-potential students each year who wish to work in healthcare organizations, representing close to a dozen different nationalities. Selection is based on academic excellence and the maturity of the student's career plan. A scientific background is not a prerequisite.

The ESSEC Chair of Therapeutic Innovation is part of ESSEC Centre of Excellence for Smart Life and Smart Economy which is interested in the 21st century economy and pays special attention to show how the concept of quality of life will shape the economy of the 21st century. Health, real estate, and urban planning, as well as hospitality, education, sports, and the relationships between these subjects are all areas covered by the Centre of Excellence for Smart Life and Smart Economy. This integrated approach is also to be found in the ESSEC Chair of Therapeutic Innovation program.

Professional experience

Apprenticeship, internships, VIE, fixed-term or open-ended work contracts are offered to students throughout the year. To graduate from the Chair, students must complete a 6-month professional experience in the health sector at large. Certain previous professional experiences may be validated.

Today, close to 300 graduates work in some 15 countries across the world. Two years after graduating, half of them work outside of Europe, mainly in biotech, medtech and pharmaceutical companies. They hold positions in public affairs, market access, international marketing, project management, business development, finance, internal audit and sustainable development. Others work for hospital groups, consulting firms, investment funds, NGOs, create their own company or join international organizations such as the World Bank, the United Nations or ministries of health.

Talent diversity

Passionate, hard-working and creative, our students wake up each morning with the hope of playing a part in building a better world. Each year, the Chair selects some 25 participants. In addition to PhDs in life sciences, medical students and pharmacists, we welcome engineers, law school students, economists and other humanities graduates. They come from various ESSEC programs including master in management, doctoral programs, specialized master programs, as well as university exchange programs.

Research activities

The Chair focuses its research on the diffusion of innovation (identification of determinants of innovation such as the organization of the health care system, medical research, user innovation...), the impact of innovation on the society (e.g. impact on health care costs), the pricing and value of innovation. Its publications are at the crossroads of such disciplines as industrial economics, hospital management, medico-economics and health policy.

Selection process

Over the years, the Chair has developed a selective recruitment procedure involving its industrial partners. The admission process is based on an application file and an interview. Application forms are accessible on the Chair website. Interviews take place at the end of October. The jury is composed of three members including a Chair alumni, the Chair professor, and a senior executive from the industry. For each candidate, three evaluation reports are taken into account in the final decision. Results are available at the end of November. Jury decisions are not commented or debriefed. The admission is effective for the current year: it cannot be postponed. A Chair presentation is organized in October.

FAQ are posted online:

<https://sites.google.com/a/essec.edu/essec-chair-of-therapeutic-innovation/>

Organization and attendance

Sessions are organized from January to March. Tuesday late afternoons (16:15-19:15 pm) are dedicated to various Chair activities (coaching sessions, etc.). It means that students are aware that they cannot register to any other courses on this slot. Full attendance is required for every Chair activity, from classes to conferences, HR days, immersion trips, graduation ceremony, etc. Unjustified absences or late arrivals are penalized.

Chaire Grande Consommation

Directeur exécutif : Rémy GERIN

Communication & développement : Maïlys VICAIRE

RSE & Consommation Responsable : Isabelle FRAPPAT

Assistante : Françoise FITAMANT – fitamant@essec.edu – 01 34 43 30 86

www : <http://chaire-grandeconsommation.essec.edu/>

Facebook : www.facebook.com/chairepgcessec Twitter : @ESSEC_PGC

Informations clés sur la chaire :

Durée du cursus de la chaire	6 à 18 mois
Nombre de séminaire(s) de chaire obligatoire(s)	2
Rapportant au total	2 UV
Nombre de cours obligatoire(s), hors séminaire(s)	4
Rapportant au total	4 UV
Nombre de cours électif(s)	2
Rapportant au total	2 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour être diplômé de la chaire	8 UV + stage de 1 mois

Objectifs

« Construisons ensemble la consommation de demain »

La chaire Grande Consommation a été la première chaire créée à l'ESSEC, en 1985, par le professeur Daniel Tixier. Aujourd'hui, la chaire est devenue le pôle d'excellence, en France, pour la formation des jeunes à tous les métiers de la consommation et du commerce, parce

qu'elle a su créer, au fil des ans, une communauté unique de professeurs de haut niveau, d'entreprises et d'organisations partenaires très engagées et d'anciens très fidèles.

La chaire forme chaque année une trentaine d'étudiants sélectionnés et passionnés par le secteur, à travers un programme ambitieux de cours et de séminaires, tous animés par des professionnels en activité, de travaux de recherche, de cas pratiques et de stages. Elle propose un accompagnement très proche des étudiants pour les aider à affiner leur projet professionnel. La chaire se veut également un lieu d'échange et de débat entre les étudiants et tout l'écosystème. Les étudiants rencontrent les industriels et les commerçants (des startups aux multinationales) mais aussi les associations, instituts, agences, pouvoir politique et média lors de diners, voyages ou débats. Avec un objectif autour de tous ces échanges : « *Construisons ensemble la consommation de demain* ». Une consommation engagée, performante, connectée, créative et agile.

Programme d'enseignement de la chaire

Les activités pédagogiques de la chaire peuvent être réalisées en 7 mois minimum et 18 mois maximum. Les étudiants de la chaire sont tenus de suivre :

2 séminaires obligatoires :

MKGS31452 Consommation & RSE

Des entreprises, des distributeurs, des associations, des personnalités viennent partager et échanger avec les étudiants autour de leurs bonnes pratiques pour la construction d'une consommation plus responsable et plus engagée, plus collaborative ou plus moderne.

Afin de valider l'UV, les étudiants remettent un mémoire sur une question associant Retail / Consommation et RSE. Les meilleurs travaux sont publiés par la chaire.

MKGS31453 Séminaire de chaire (semaine bloquée)

Le contenu du second séminaire varie chaque année en fonction des thèmes d'études retenus et des personnalités invitées. Il s'agit d'un lieu de découverte, de rencontres et de réflexion sur les métiers de la grande consommation. De nombreuses personnalités viennent y partager leurs expériences. C'est également l'occasion de visiter des sites d'entreprise, de découvrir la relation industrie commerce dans des pays étrangers (Suède en 2015, Chine en 2016, Italie en 2017). Afin de valider l'UV, chaque étudiant doit en outre s'investir une centaine d'heures dans un projet de recherche (avec un partenaire de la chaire) ou dans un projet de chaire (projet d'intérêt général lié à la vie et au développement de la chaire).

4 cours obligatoires :

- MKGF31218 Stratégie & nouveaux défis de la distribution
- MKGM31350 Politique de Marketing (Unilever)
- MKGM31353 Relation industrie commerce : Partenariat Carrefour Danone
- MKGM31355 Management des produits de grande consommation

2 cours électifs :

- MKGC31125 Comportement du consommateur
- ou MKGC31126 *Consumer Behavior*
- MKGM31217 Chef de Produits
- ou MKGM31218 *Product Management*
- MKGC31430 Approche Consommateur & Data Analytics
- MKGS31203 *Digital marketing strategy*
- MKGS31311 *International Marketing*
- ou MKGS31312 Marketing international
- IDSI31341 *e-Business Strategy & operations*

	IDSS31165	Big Data Analytics
	MOPO31212	Pilotage Supply chain
ou	MOPO31213	Supply Chain Analytics and Tools
	FINE31254	Evaluation stratégique et financière (étude de cas obligatoirement sur entreprise de PGC)
	CPTC31247	Financial Statement Analysis

Expérience en distribution

La chaire demande une expérience obligatoire en distribution : Cette expérience pourra prendre la forme d'un stage, d'un VIE ou d'une période d'alternance et pourra s'effectuer auprès d'entreprises aussi variées que Carrefour, Auchan, Casino, Amazon, Louis Vuitton, La Redoute ou BioCoop, par exemple. Le stage en distribution devra durer au moins 1 mois.

Événements de la chaire

La chaire organise chaque année de nombreux événements pour ses étudiants. En 2017 par exemple : des dîners de chaire, pour rencontrer des personnalités emblématiques du secteur ; la soirée du « Grand Prix des Industries de la Consommation Responsable » au ministère de l'Économie et des Finances; la rencontre avec les DG de Carrefour, Danone, Unilever et Alibaba, des rencontres RSE autour d'un distributeur, un challenge SCA avec soirée festive... La participation à ces événements est obligatoire.

Procédure de recrutement

La chaire s'adresse à tous les étudiants de la Grande Ecole et aux Mastères Spécialisés MMD et MIA intéressés par le secteur de la Grande Consommation et par ses nouvelles problématiques. Une trentaine d'étudiants sont admis chaque année. Une première sélection des candidatures est effectuée sur dossier, puis une seconde sur la base d'un entretien avec un membre de la chaire et un professionnel partenaire. Les dossiers de candidature sont à retirer en ligne. Plus d'informations sur chaire-grandeconsommation.essec.edu

Chaire Vente et Stratégie Marketing

Titulaire : Jean-Marc XUEREB, professeur ESSEC

Assistante : Sylvie GALLET – gallet@essec.edu - 01 34 43 32 48

Durée du cursus de la chaire	Informations clés sur la chaire :
	2 trimestres sur la même année scolaire
Nombre de séminaire(s) de chaire obligatoire(s)	3 (2 au T2, 1 au T3)
Rapportant au total	3 UV
Nombre de cours obligatoire(s), hors séminaire(s)	1
Rapportant au total	1 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour être diplômé de la chaire	4 UV

Introduction / Objectifs

La chaire Vente et Stratégie Marketing s'intéresse à l'ensemble des leviers marketing et commerciaux qui permettent de créer de la valeur pour l'entreprise au-delà du mix-marketing classique centré produit.

L'originalité de la chaire VSM repose sur la diversité et la complémentarité des firmes fondatrices. Entreprises de service, de biens de grande consommation, de biens industriels, de produits techniques sont ainsi représentées.

Les entreprises : GDF-Suez, Michelin, Xerox, Renault et le Groupe Prisma Presse participent au développement de cette Chaire. Toutes ces entreprises ont en commun le souci d'aider les étudiants désirant s'engager dans une carrière commerciale et marketing à développer leurs capacités de négociateurs et d'organiseurs au niveau des stratégies commerciales.

Programme d'enseignement de la chaire

Le cursus spécifique de la chaire VSM repose sur deux séminaires dédiés à la présentation des fondements théoriques et pratiques des métiers commerciaux et marketing. Ces séminaires proposent des formations spécifiques animées par des professionnels (partenaires ou anciens VSM) concernant les techniques et méthodes de vente, le marketing client, le marketing opérationnel, la gestion de la relation client, le pilotage commercial, des ateliers de négociation où les étudiants peuvent tester leurs connaissances et leur pratique face à de véritables acheteurs. Les étudiants sont également en contact permanent avec les entreprises et le réseau des anciens de la chaire. Ce contact est établi par des activités communes et par les interventions directes des entreprises dans le cadre du programme d'étude (séminaire de synthèse, conférences...).

Cette action de formation est renforcée par la participation des étudiants à des activités spécifiques de la chaire (« Une semaine, un vendeur », missions de conseil auprès des partenaires, visites d'entreprise...). Des visites dans les locaux des entreprises partenaires de la chaire sont organisées chaque année.

Les activités de la chaire sont concentrées sur deux trimestres.

Pour les étudiants sélectionnés (MSc 1 et 2, etc.), la chaire propose une formation théorique et

appliquée, individuelle et collective.

Les étudiants de la chaire sont tenus de suivre :

- **Trois séminaires obligatoires qui leur sont réservés:**
 - COMM31425 Séminaire communication synthèse
 - MKGS31461 Séminaire Chaire VSM « Synthèse »
 - MKGS31462 Séminaire Chaire VSM « Vente »
- **Un seul cours obligatoire, à prendre la même année que les cours de chaire :**
 - MKGF31215 Gestion de la force de vente
- **Un cours est vivement conseillé mais non obligatoire :**
 - COMM31426 Séminaire Communication d'entreprise

Expérience professionnelle

Les étudiants de la chaire devront en outre effectuer une expérience d'au moins 6 mois dans une fonction commerciale ou marketing, avant ou après leur intégration dans la chaire.

Procédure de recrutement

Une vingtaine d'étudiants sont admis chaque année parmi les étudiants de la Grande Ecole. Le recrutement se fait sur dossier et après un entretien. Les séminaires de chaire sont réservés exclusivement aux étudiants membres de la chaire VSM.

LVMH Chair

Chaired Professor: Sonja PROKOPEC, ESSEC professor

Assistant: Julie PORTET – portet@essec.edu – 01 34 43 30 51

<http://lvmh-chair.essec.edu>

Important: The LVMH Chair Program is taught entirely in English

Main Information on the Chair:

Duration of the Chair curriculum	1 academic year
Number of mandatory Chair seminar(s)	1 (T2)
Awarding	1 UV
Number of mandatory course(s), except seminar(s)	5 (during the curriculum)
Awarding	5 UV
Corporate Project (part of the mandatory courses)	1
Awarding	0 UV
Total number of credits (UV) required for the Chair graduation	6 UV

Introduction

Jointly created by ESSEC and the LVMH group in 1991, the LVMH Chair is the longest-standing program worldwide specifically dedicated to luxury brand management. This highly selective program trains talents for careers in the luxury industry.

Objectives

As a specialized track in luxury brand management, the objective of the Chair is to prepare students to become successful brand managers in the luxury industry. More specifically, the chair gives the students a global overview of the strategies as well as the challenges involved with managing luxury brands. In addition, the LVMH chair exposes students to all 5 sectors of the luxury industry including: Fashion and Leather Goods, Watches and Jewelry, Wine and Spirits, Perfumes and Cosmetics, and Selective Distribution, which provides students with a global perspective of the luxury industry as well as the specificities involved in managing each sector. The LVMH Chair combines:

- Practical knowledge related to various dimensions of luxury brand management and marketing (including product development and design, operational marketing and merchandising, marketing communication and digital, and distribution and retail) through lectures given by senior executives and managers from the LVMH group;
- Theoretical knowledge on the business of managing luxury brands, luxury retail and distribution through lectures given by ESSEC professors;
- Hands-on experience through a field project with one of the LVMH brands and a professional internship;
- Company visits and exclusive connexion with LVMH representatives.

Chair curriculum

The Chair students must follow and validate:

- **1 compulsory Chair seminar reserved to students admitted to the LVMH Chair (in English):**
 - MKGS31471 LVMH Chair Seminar "Fundamentals of Luxury"
- **1 compulsory course reserved to students admitted to the LVMH Chair (in English):**
 - MKGS31200 Contemporary Issues in Luxury Marketing
- **5 compulsory courses (priority is given to the courses taught in English):**
 - MKGC31113 Marketing Research
 - MKGF31411 International Luxury Distribution
 - MKGM31413 Anthropology of Luxury Brands
 - MKGS31469 Luxury Retail Management
 - MKGS31477 Luxury Retail Excellence and Merchandising
- **A corporate project during the T3:**

The field project is to be conducted in teams of 4-5 students. It is designed in connection with one or several brands of the LVMH group. The project has to be completed in one term (max. 2 1/2 months). The topics are related to luxury brand management challenges.
- **1 internship in a luxury sector company:**

After two terms of practical and theoretical learning, students are expected to embark on a 6 month internship in a luxury firm. It is a compulsory and necessary complement to the knowledge acquired in the Chair and should provide students with opportunities to develop their own professional skills within the luxury industry.

Only students who meet all the requirements of the Chair will graduate from the Chair.

Other Chair's activities

Company visits:

Students will have opportunities to visit some of the LVMH production sites and/or prestigious places in various sectors of the luxury industry.

Previous visits include Ateliers et Musée Louis Vuitton in Asnières, Christian Dior Couture, Guerlain Flagship store, Moët & Chandon and Veuve Clicquot in Champagne, Ruinart and Ecole Lesage, among others.

Team-building:

Supported by the LVMH group, the Chair organizes a session of "Team Building" with the aim of helping students build stronger ties with one another.

LVMH group organizes the LVMH Induction day with the aim of introducing the Group and all of its sectors to the students entering the chair.

Selection process

All ESSEC students in MSc in Management and Advanced Master in Marketing programs are welcome to apply. The Chair is also open to international, double-degree students.

Admission steps are as follows:

1st step: Submit your video application (check our website for the link), CV and academic transcripts.

2nd step: Evaluation of your application by our jury.

3rd step: If you're selected, you will participate to a collective assessment; our jury will observe your individual contribution but also the way you integrate, collaborate and behave within a group.

Student profile

Students wishing to apply to the LVMH Luxury Brand Management Chair should have a global mindset and proficiency in English. They should also possess a strong analytical as well as a creative skill set, allowing them to understand the "big picture" of the luxury industry while maintaining a keen focus on the details.

Chaire Management des Savoir-Faire d'Exception

Professeur Titulaire : Simon NYECK, professeur ESSEC

Assistant : Julien BEKONO – bekono@essec.edu

Informations clés sur la chaire :

Durée du cursus de la chaire	1 année universitaire
Nombre de séminaires de chaire obligatoires	1 (T2)
Rapportant au total	1 UV
Nombre de cours obligatoires, (hors séminaire)	4
Rapportant au total	4 UV
Nombre de cours électifs	3
Rapportant au total	3 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour être diplômé de la chaire	8 UV + 1 stage de 6 mois

Objectifs/Mission de la chaire

La Chaire Management des Savoir-Faire d'Exception a pour mission d'aider à la formation de futurs managers ayant une compréhension et une vision globales des savoir-faire d'exception. Plus spécifiquement, la chaire a pour objectifs de :

- Fournir aux étudiants les clés de compréhension nécessaires pour maîtriser les enjeux que représentent le processus de création, l'innovation et les savoir-faire dans l'industrie du luxe. En analysant les savoir-faire exceptionnels, les étudiants seront exposés aux problématiques managériales et enjeux opérationnels liés à l'organisation de ces métiers en entreprise ;
- Sensibiliser les étudiants aux défis liés à la valorisation de cet atout unique, et discuter des leviers de développement de ces savoir-faire d'exception. Cet aspect fondamental est peu pris compte dans les établissements de management. En effet, les enseignements dispensés mettent surtout l'accent sur les nécessaires dimensions de communication, marketing, retail et relation client des Maisons.

Apport à ses étudiants

Permettre aux étudiants de maîtriser :

- Les enjeux et stratégies de développement de ces savoir-faire : acquisition, pérennisation, rationalisation, transmission, et innovation de ces savoir-faire ;
- Les spécificités et les points de tension de ces métiers « passion » en matière de management, de chaîne de valeur, de modèle économique, de gestion et de développement ;
- Le vécu opérationnel de ces savoir-faire par la réalisation en équipe d'un projet final concret traitant des problématiques de ces métiers.

Les carrières possibles : management, gestion, entrepreneuriat, marketing et développement, opérations, logistique, achat...

Les maisons partenaires et périmètre des savoir-faire :

- Dans le cadre des activités de la chaire, les étudiants sont amenés à vivre des expériences terrain, être exposés aux problématiques et enjeux des savoir-faire dans divers métiers et réaliser des projets.
- Chacune des maisons partenaires aura le leadership dans des métiers spécifiques, permettant ainsi aux étudiants, en fonction de leur intérêt, d'être exposés à divers secteurs ou métiers.
- Les partenaires sont :
 - la Maison Chanel : Mode, Accessoires, Paraffection
 - la Maison Van Cleef & Arpels : Savoir-faire Joaillerie/Horlogerie
 - la Maison LVMH, représenté par Dom Pérignon : Vins fins de Champagne
 - et avec le parrainage et soutien du Château de Versailles

Programme d'enseignement de la chaire

Enseignement :

- Introduction : Définition du périmètre, importance culturelle et économique, réalité des savoir-faire,
- Chaîne de valeur et enjeux : écosystèmes, sous-traitants, entrepreneurship, artisans,
- Recrutement, développement,
- Points de tension,

- Visites Ateliers & rencontres chez les entreprises partenaires et artisans.

Visites & rencontres :

- Process de création et opérations : développement produit, de création, Logistique, SAV, process de production,
- Projet final en équipe : Workshop en trio (1 étudiant ESSEC, 1 étudiant ingénieur, 1 artisan) avec design/prototype/ business plan...

Les activités de la chaire s'étalent sur 1 trimestre (T2) avec un projet pouvant continuer jusque fin juin. Un stage de 6 mois (juillet à décembre) sera à réaliser chez l'un des partenaires de la chaire.

Les étudiants doivent valider obligatoirement le cours fondamental CPTC31124/31125

Informations comptables et financières.

Les étudiants de la chaire seront tenus de suivre :

▪ 1 séminaire de chaire obligatoire :

- MKGS31492 Séminaire Management des Savoir-Faire d'Exception

▪ 3 cours obligatoires :

- MKGM31412 Anthropologie marques de luxe
- ou MKGM31413 *Anthropology of Luxury Brand*
- MGTE31360 Entrepreneuriat
- ou MGTE31361 *Entrepreneurship*
- CPTG31212 Gestion Stratégique des coûts
- ou CPTG31213 *Strategic Cost Management*

▪ 2 cours optionnels parmi :

- FINE31126 Finance d'entreprise
- ou FINE31128 *Corporate Financial Management*
- MKGS31203 *Digital Marketing Strategy*
- ou MKGS31204 Stratégie de marketing digital
- MKGF31304 Design de produits et services
- MKGC31442 Sémiotiques et communication
- ou MKGC31443 *Semiotics and Communication*
- MOPO31212 Pilotage Supply Chain
- ou MOPO31213 *Supply Chain Analytics & Tools*

▪ 1 cours optionnel parmi :

- IDSE31301 *E-Business Entrepreneurship*
- ou IDSI31341 *E-Business Strategy & Operations*
- ou IDSI31343 *Digital Transformation*

Inscription / Procédure de recrutement

Recrutement par le professeur titulaire de la chaire et les maisons partenaires de 20 étudiants par promotion (sélection sur dossiers et entretiens) :

- Etudiants du programme Grande Ecole (=post prépa) avec pour prérequis la validation de certains cours : finance, marketing...
- Double diplôme avec CENTRALE Supélec - ingénieurs (conception, développement, production)
- Double diplôme ESSEC Bocconi / ESSEC Louvre

- Admis sur titre ayant fait une école d'ingénieurs
- Admis sur titre ayant une expérience design

Accenture Strategic Business Analytics Chair

Chair Holder: Nicolas Glady, ESSEC professor

Coordinator: Nina EDALAT – edalat@essec.edu – 01 34 43 97 16

Objectives

This Chair specialization is designed to train Experts in Business Analytics by preparing the students to Business Analytics functions within consulting companies, financial services, pharmaceutical, telecommunications, retail, FMCG, or web industries. The focus will be on practical applications of Business Analytics techniques and Big Data. The goal for students is to prepare for analysis part of the Consultant professions (internal or external) in Business Analytics, Big Data, Strategic Marketing and Operation Business Analyst. Compared with the specialization in Business Analytics Methods, specialization in Business Analytics Applications is focused on practical cases.

Main Information on the Chair:

Duration of the Chair curriculum	1 academic year
Number of mandatory course(s)	5
Awarding	5 UV
Number of course option(s)	1
Awarding	1 UV
Total number of credits (UV) required for the Chair graduation	6 UV

Chair curriculum

The Chair students must follow and validate:

▪ 1 compulsory course reserved to students admitted to this chair:

- MKGS31491 *Case Studies in B-Analytics (with Accenture partnership)*

▪ 4 compulsory courses:

- IDSS31165 *Big Data Analytics*
- MKGF31221 *Marketing Analytics*
- IDSD31113 *Decision Analysis*
- IDSS31161 *Introduction to Econometrics*

▪ 1 course to be chosen among:

- MOPP31105 *Management of International Operations*
- MOPO31211 *Revenue Management*
- MOPO31212 *Pilotage Supply Chain*
- or MOPO31213 *Supply Chain Analytics & Tools*
- IDSI31129 *Database Management*
- or IDSI31130 *Base de données*
- IDSI31377 *Business Intelligence*
- IDSI31400 *Analyse prédictive avec SAS*

- or *IDS131401 SAS Tools with Predictive Analytics*
IDSS31201 Forecasting & Predictive Analytics
MKGC31112 Etudes en marketing
 or *MKGC31113 Marketing Research*

Selection process

Registration will start at the end of T3 2017. The schedule will be such as:

- The student has to fill in an application form online during T3 (by mid October 2017)
- Once the form is completed, the jury will receive and evaluate the application file
- Depending on the evaluation, the student may or may not participate to a collective assessment at Accenture headquarters; the jury will observe the student's individual contribution but also the way he/she integrates, collaborates and behaves within a group (end of October 2017).

Chaire Immobilier et Développement Durable

Professeur titulaire : Ingrid NAPPI-CHOULET, professeur ESSEC
 Assistante : Jennifer PAIN – pain@essec.edu – 01 34 43 97 03
 www.essec-immobilier.com

▼ Informations clés sur la chaire :

Durée du cursus de la chaire	1 année universitaire
Nombre de séminaire(s) de chaire obligatoire(s)	1 (T2 et T3 an 1)
Rapportant au total	1 UV
Nombre de séminaire(s) d'application obligatoire(s)	1 (T2 et T3 an 1)
Rapportant au total	2 UV
Nombre de cours obligatoires, hors séminaire(s)	3
Rapportant au total	3 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour être diplômé de la chaire	6 UV

Objectifs

Créée en 2003, la chaire Immobilier et Développement Durable, aujourd'hui en partenariat avec Poste Immo, BNP Paribas Real Estate, VINCI Energies, VINCI Immobilier et PERIAL, a pour objectif de favoriser à la fois l'enseignement et la recherche en économie, finance et management de l'immobilier en accord avec les contraintes actuelles de développement durable. Elle répond à un contexte immobilier en profonde mutation depuis quelques années avec l'arrivée de nouveaux acteurs et la globalisation des marchés de l'immobilier (immobilier de bureaux, de centres commerciaux, logistique, d'hôtellerie et centres d'affaires). L'ESSEC est aujourd'hui la seule grande école de gestion en France et parmi les premières en Europe, à créer ce pôle de compétence dans la gestion, l'économie et la finance de l'immobilier pour des étudiants en formation initiale.

L'immobilier est en profonde mutation depuis quelques années :

- Les marchés immobiliers sont aujourd'hui porteurs et en croissance (immobilier de tourisme, résidentiel et d'entreprise) : de nouveaux acteurs interviennent sur les marchés immobiliers (facility manager, asset manager, property consultant) et des nouveaux métiers se créent à

partir d'une culture immobilière économique et financière.

- Le poids de l'industrie immobilière dans l'économie, à la fois par son effet de relance dans le PIB et par ses effets d'entraînement sur les autres secteurs de l'économie ou encore en termes financiers par la masse des capitaux mis en jeu, en fait un secteur très particulier avec une logique de fonctionnement qui lui est propre et qui nécessite le développement de l'économie et de la finance immobilière en tant que discipline à part entière.

Les produits et les acteurs se sont largement diversifiés depuis la globalisation et la financiarisation du secteur. Or les projets immobiliers concourent largement à produire la ville. Découvrir les logiques sous-jacentes au secteur, apprendre à étudier la situation d'un marché et introduire la durabilité dans les nouveaux projets.

- La fonction immobilière de l'entreprise évolue et a besoin aujourd'hui de prendre en compte des problématiques globales et financières dans leur mode de gestion de leur immobilier (cession, externalisation). Quel que soit leur secteur, les entreprises ont besoin d'immobilier pour exercer leur activité, celui-ci représentant en général de 25 à 40 % des actifs des sociétés et le second poste de dépenses après les salaires.

- La finance de l'immobilier est en pleine évolution : les banques utilisent aujourd'hui, dans un contexte de financiarisation de l'immobilier, les actifs immobiliers comme un nouveau relais de croissance et investissent massivement le secteur immobilier (comme gestionnaires d'actifs, comme banque d'investissement, conseil immobilier ou maîtrise d'ouvrage).

- Dans un contexte de globalisation des économies et de développement des régions capitales, les collectivités locales s'intéressent également de plus en plus à la gestion de leur patrimoine public ou privé et au développement économique de leur territoire.

La connaissance des logiques économiques et financières par les acteurs sur les marchés immobiliers constitue un atout majeur pour le succès des opérations d'aménagement urbain.

- Le secteur immobilier est stratégiquement associé aux problématiques de développement durable et aux défis environnementaux suite à la mise en place du Grenelle de l'Environnement. Au-delà des objectifs financiers, les projets immobiliers sont l'opportunité d'aborder des problématiques transversales telles que l'organisation interne, l'usage des nouvelles technologies, les nouveaux modes de travail, la fidélisation des collaborateurs, le management de la marque, les enjeux sociétaux.

Programme d'enseignement de la chaire

Les activités pédagogiques de la chaire s'étalent sur une année (soit deux trimestres de janvier à juin), et reposent sur une formation théorique et appliquée, individuelle et collective.

Les étudiants sélectionnés suivent les cours spécifiques de la chaire, ainsi que deux séminaires d'applications et d'enseignements dispensés au deuxième et troisième trimestres.

■ Deux séminaires obligatoires réservés aux étudiants admis à cette chaire :

- DEVI31430 Séminaire d'application d'analyse immobilière
- DEVI31432 Séminaire de chaire immobilier

■ Deux cours obligatoires :

- DEVI31130 Analyse des marchés et produits immobiliers
- DEVI31256 Management de l'immobilier de l'entreprise

■ Un cours au choix parmi :

- DEVI31233 *International Property Market Analysis*
- DEVI31250 Financement et montage d'opération immobilière
- DEVI31254 Investissements immobiliers

Expérience professionnelle

Les étudiants doivent effectuer un stage de 6 mois ou apprentissage, vivement recommandé chez l'un des partenaires de la chaire dans le secteur du management, du conseil, de la finance ou du montage d'opérations immobilières en France après le cursus de la chaire.

Autres activités de la chaire

La chaire se veut un foyer de recherches, d'enseignements et de réflexions. Il est attendu des étudiants qu'ils participent à la vie associative de la chaire. Les étudiants sont invités à participer à plusieurs salons professionnels de renommée internationale tels que le GRI Summit et le MIPIM (salon international de l'immobilier à Cannes). Sont également organisés des événements rencontres avec les anciens de la chaire, les conférences du Club ESSEC Pierre, ainsi qu'un voyage d'étude de chaire à l'étranger (Londres 2013, Berlin 2014, Milan 2015, Amsterdam 2016 et Londres 2017).

Pour plus d'informations, consulter le site web : www.essec-immobilier.com.

La filière Immobilier – RICS (voir chapitre « Filières & Cursus ») est ouverte uniquement aux étudiants de la chaire Immobilier et Développement Durable qui ont validé la chaire et qui souhaitent accéder au titre de *Chartered Surveyor* délivré par la RICS.

Procédure de recrutement

La chaire s'adresse aux étudiants MSc 1, 2 et 3 intéressés par le secteur de l'immobilier et par ses nouvelles problématiques. Seize à vingt étudiants sont sélectionnés par année sur dossier et sur entretien. Les dossiers de candidature sont à retirer au secrétariat de la chaire (Bureau A511) et doivent être remis pour début octobre-2017. Deux sessions d'entretiens sont organisées : la première en juin, la seconde en octobre. La session de juin est destinée aux étudiants indisponibles en octobre (stage, échange à l'étranger).

Chaire d'Economie Urbaine

Professeur titulaire : Franck VALLERUGO, professeur ESSEC

Assistante : Dominique BERBIS – berbis@essec.edu – 01 34 43 30 20

Informations clés sur la chaire :

Durée du cursus de la chaire	1 année universitaire
Nombre de séminaire de chaire obligatoire	1 (T2 et T3)
Rapportant au total	1 UV
Nombre de séminaire d'application obligatoire	1
Rapportant au total	1 UV
Nombre de cours obligatoires, hors séminaires	5
Rapportant au total	5 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour être diplômé de la chaire	7 UV

Introduction et objectifs

C'est parce que les villes apparaissent aujourd'hui comme le lieu privilégié où l'activité économique naît et se développe que l'ESSEC a créé la chaire d'Economie Urbaine de l'ESSEC.

Lieu d'enseignement, de recherche et de rencontre, la chaire est soutenue et animée par :

- Le Groupe Veolia Environnement
- Le cabinet de conseil Algoé
- Le Conseil Départemental des Yvelines
- Le Conseil Départemental du Val-d'Oise
- La Communauté d'agglomération de Cergy-Pontoise
- Groupe EDF
- EUROPACITY
- la Banque Postale
- ville de Cergy

La chaire d'Economie Urbaine se caractérise par une forte complémentarité entre un enseignement théorique sur les fondamentaux de la gestion urbaine et l'acquisition d'expérience professionnelle publique et privée au service des villes et des territoires par des stages et des apprentissages, la rencontre de professionnels et d'élus.

Ces échanges donnent aux étudiants l'occasion de mieux connaître les services publics locaux et nationaux (collectivités locales, agences d'urbanisme et de développement économique, entreprises publiques, etc.) et les entreprises dont le métier est lié à la ville (grands groupes de services urbains, cabinets de conseil et banques spécialisées, aménageurs et promoteurs, etc.). Dans ses enseignements et ses travaux de recherche, la chaire d'Economie Urbaine s'attache à comprendre et améliorer les partenariats entre acteurs publics et privés, à renforcer l'expertise et les modes de management de ces deux types d'acteurs, publics et privés, qui œuvrent ensemble et souvent contractuellement au service des villes et des territoires. L'étude des localisations des entreprises, des contrats de délégation de service public, des moyens de mise en œuvre de politiques publiques durables dans les territoires, mais aussi l'évaluation des politiques publiques ou la pertinence des modèles économiques des entreprises de service sont autant de sujets qui entrent dans le champ des préoccupations de la chaire.

Ainsi, par la formation et l'expérience qu'ils acquièrent dans ces domaines, les étudiants de la chaire sont préparés à maîtriser la complexité et l'interdépendance des décisions d'investissement et de gestion des entreprises et des villes. Ils sont ainsi plus à même de répondre aux attentes des collectivités locales et des entreprises qui exigent cette double culture. Ils peuvent ainsi participer à leur manière et de façon plus efficace au grand débat mondial du XXI^{ème} siècle, celui de l'avenir des villes.

Programme d'enseignement de la chaire

L'enseignement dispensé par la chaire s'inscrit dans le cursus normal de l'ESSEC. Il porte sur les bases de l'économie régionale et urbaine, la gestion des villes et des territoires, les mutations économiques et technologiques, le marketing urbain, la concertation public-privé et la production architecturale et urbanistique des villes. Des stages et voyages d'immersion dans des centres de décision locaux complètent la formation.

Les étudiants suivront 5 cours obligatoires, un séminaire spécifique aux étudiants de la chaire, ainsi qu'un séminaire d'application et s'engageant sur une période d'un an.

▪ **1 séminaire de chaire obligatoire :**

DEVC31408 Séminaire de chaire d'économie urbaine

Le séminaire de chaire est dispensé de janvier à juin, le mercredi de 17h à 20h (*présence obligatoire*) à raison de deux conférences par mois en moyenne.

Ce séminaire leur permet de rencontrer des personnalités de premier plan dans les domaines d'application de la chaire. L'inscription s'effectue au T2 et T3 de l'an 1.

Dans le cadre de ce séminaire, chaque année, un voyage d'immersion de quelques jours est organisé dans une ville française ou étrangère. Il offre aux étudiants l'occasion de rencontrer sur place les responsables de la vie économique et publique d'une grande cité ou d'une collectivité. Pour ne citer que les derniers voyages, ceux-ci ont eu lieu en 2007 à Alexandrie, en 2008 à Bruxelles, en 2009 à Dubaï, en 2010 à Nice, à Beyrouth en 2011, à Lyon en 2012, à Budapest en 2013, à Amsterdam en 2014 et à Tanger en 2015, Barcelone 2016, Rabat 2017.

▪ **1 séminaire d'application obligatoire (réservé aux étudiants admis à cette chaire) :**

DEVC31406 Séminaire d'application d'économie urbaine

▪ **5 cours obligatoires :**

DEVC31110 Acteurs publics*

DEVC31202 Les modes de gestion des collectivités et des services urbains*

* ces deux cours devront être suivis dans cet ordre

DEVC31114 Economie urbaine et régionale**

DEVC31204 Marketing urbain**

** ces deux cours devront être suivis dans cet ordre

DEVN31130 Négociation et démocratie locale

▪ **3 cours très fortement conseillés :**

DEVC31208 Urbanisme et aménagement

DEVC31212 Politiques publiques locales

DEVD31402 Séminaire de département sur le thème :

« VILLES AGILES. Quelles stratégies d'innovation pour les entreprises dans la ville durable et numérique de demain ? »

Expérience professionnelle

Par ailleurs, tout étudiant de la chaire doit réaliser au moins un stage ou un apprentissage entrant dans le champ de compétence de la chaire au cours de sa scolarité.

Procédure de recrutement

Une vingtaine d'étudiants peuvent être admis à suivre la chaire. Un appel à candidatures accompagné d'une note d'explication est diffusé à la fin de l'année académique.

Chaire Entreprendre pour l'innovation sociale

Professeur titulaire : Thierry SIBIEUDE, professeur ESSEC

Directeur Exécutif : Jérôme Schatzman – jerome.schatzman@essec.edu

Responsable pédagogique : Stéphanie FRIESS – friess@essec.edu – 01 34 43 39 80

Directrice du centre ESSEC Egalité des chances : Chantal DARDELET

Assistante : Claire MORKEL – morkel@essec.edu – 01 34 43 32 05

Informations clés sur la chaire :

Durée du cursus de la chaire	1 année universitaire
Nombre de séminaire(s) de chaire obligatoire(s)	1 (T2 et T3 an 1)
Rapportant au total	1 UV
Nombre de séminaire(s) d'application obligatoire(s)	1 (T2 et T3 an 1)
Rapportant au total	2 UV
Nombre de cours obligatoires, hors séminaire(s)	4
Rapportant au total	4 UV
Nombre de cours recommandé	1
Rapportant au total	1 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour être diplômé de la chaire	7 UV + 1 UV recommandée

Objectifs

L'ESSEC, dès 2003, a créé la première chaire Entrepreneurat social en France, avec l'objectif d'adapter à l'Economie Sociale et solidaire (ESS) des principes d'organisations qui avaient fait leurs preuves dans le secteur lucratif et de former des entrepreneurs sociaux. Aujourd'hui, la chaire poursuit toujours l'objectif de susciter des vocations d'entrepreneuriat social, de professionnaliser le secteur de l'ESS en renforçant les équipes des entreprises sociales existantes, mais aussi en irriguant les entreprises dites « classiques » et les administrations, pour favoriser le développement de l'innovation sociale.

Programme d'enseignement de la chaire

Les étudiants membres de la chaire s'engagent à :

- Suivre le séminaire de la chaire Innovation et Entrepreneurat Social
- Suivre le séminaire d'application en Innovation et Entrepreneurat Social
- Suivre 4 cours obligatoires
- Effectuer au minimum un stage de 6 mois dans le domaine de l'entrepreneuriat social.

Seuls les étudiants ayant rempli l'ensemble de ces conditions pourront être diplômés de la chaire.

La scolarité à l'ESSEC étant par nature très flexible, il est important que les étudiants intègrent les contraintes de la chaire dès le début. Il est notamment impératif que tous les membres de la chaire s'engagent à suivre l'ensemble des cours obligatoires sur leur première année de chaire au T2 et T3 ainsi que le séminaire de chaire. Ils peuvent s'organiser de manière plus flexible pour le reste des contraintes, mais doivent s'engager, lorsqu'ils rejoignent la chaire, à intégrer l'ensemble des requis sur la totalité de leur scolarité.

▪ **2 séminaires obligatoires :**

DEVC31402 Séminaire de chaire Innovation et Entrepreneurat social (T2 + T3 : 1 UV)

- DEV31404 Séminaire d'application en Innovation et Entrepreneuriat social (T2 + T3 : 1 UV)
- **4 cours obligatoires :**
 - DEV31112 Enjeux de l'économie sociale
 - DEV31206 Gérer une entreprise sociale
 - DEV31210 Entreprise et développement durable
 - DEVE31268 Faire un business plan social
 - **Cours recommandés**
 - CPT031481 Création de valeur et gouvernance
 - DEV31110 Acteurs publics
 - DEVD31402 Introduction à l'Impact Investing
 - DEVE31102 Philanthropie et impact
 - DEVN31130 Négociation, démocratie locale
 - DEVN31140 Atelier de négociation
 - ou *DEVN31141 Negotiation Workshop*
 - FINE31130 Gestion financière court terme
 - MGTE31360 Entrepreneuriat
 - ou *MGTE31361 Entrepreneurship*
 - MGTE31362 Concevoir, valider et planifier un projet d'entreprise
 - ou *MGTE31363 New Venture Design and Planning*
 - MGTM31212 Gestion ressources humaines
 - ou *MGTM31213 Human Resources Management*
 - MGTP31204 Ethique et décision
 - ou *MGTP31205 Business Ethics*

Séminaire de chaire - DEV31402 « Innovation et Entrepreneuriat social »

- Les « **jours d'immersion** » ont lieu le jeudi (*sauf exception*), elles sont pour les étudiants l'occasion de découvrir des métiers, des organisations et des secteurs. Elles permettent aussi aux étudiants d'échanger avec des experts du secteur et de se constituer un réseau, et d'approfondir une thématique particulière au travers de visites de terrain et d'échanges avec des professionnels.
- La « **journee d'engagement** » auprès de la communauté Emmaüs de Bernes-sur-Oise est planifiée le premier samedi suivant la rentrée. Le programme complet des événements est distribué aux étudiants en janvier.
- Les deux « **week-ends de team building et Capstone** » se déroulent en début et en fin de cursus. Ils permettent de renforcer l'esprit d'équipe entre les étudiants membres et la cohésion du groupe. Des temps d'échanges avec l'équipe pédagogique sont organisés.
- Un **troisième week-end** de formation et rencontres en partenariat avec Up for Humanness, est positionné au T3.
- Le « **voyage de chaire** », d'une durée d'une semaine, est l'occasion pour les étudiants de découvrir, sur un territoire donné, des entrepreneurs sociaux, des partenaires de ces entrepreneurs et des experts locaux, afin de comprendre comment ces différents acteurs agissent très concrètement sur le terrain et les problématiques auxquelles ils sont confrontés. Le voyage de chaire est également un moment privilégié d'échange entre l'équipe pédagogique de la chaire et le groupe d'étudiants. Une participation financière

forfaitaire de 450€ est demandée aux étudiants. Un étalement des paiements est possible ou une contrepartie sous forme de monitorat.

- Un **travail au choix** :
- **Audit BPTA : « ESSEC BONNES PRATIQUES ET TRANSPARENCE ASSOCIATIVES »**
Il s'agit d'une mission d'évaluation des pratiques de gouvernance et de gestion d'une association. Ce projet a un double objectif : à la fois proposer une expérience de terrain très formatrice, complémentaire des enseignements théoriques, qui permettra de rentrer au cœur des problématiques du management associatif, et de contribuer à l'amélioration des pratiques et à la professionnalisation des associations évaluées.
Ces audits sont réalisés sur la base du référentiel ESSEC BPTA qui comprend une centaine de bonnes pratiques en matière de gouvernance, de gestion financière, RH, de planification et évaluation des activités, etc.
Les missions sont réalisées au sein d'associations de secteurs très variés : médico-social, services à la personne, insertion, environnement, formation et animation, etc. Elles peuvent être réalisées de manière flexible au sein du cursus de chaire, mais doivent être anticipées suffisamment pour gérer les demandes des associations auditées.
- **Accompagnement d'un entrepreneur d'Antropia**
« On donne autant qu'on reçoit en travaillant avec des entrepreneurs. Les deux co-fondateurs de la start-up qu'on accompagnait nous ont réellement associés à leur projet pendant 6 mois, on a beaucoup appris en travaillant avec eux ».
Gabrielle LAFFONT, promo 2016
Il s'agit d'aider en binôme un entrepreneur dont la jeune entreprise est accompagnée par Antropia, l'incubateur social de l'ESSEC, sur une mission définie avec l'entrepreneur. Elles peuvent être de différents types : étude de marché, modèle économique, étude d'impact, etc. Les étudiants complètent ainsi leur formation en se confrontant à la réalité de l'entrepreneuriat.

Expérience professionnelle

Les étudiants de la chaire devront effectuer un stage d'au moins six mois sur une thématique en lien avec les activités de la chaire (association, fondations, entreprises d'insertion, responsabilité sociale des entreprises, etc.). Les étudiants devront faire valider l'objet de leur stage par le professeur titulaire de la chaire préalablement à sa réalisation.
Un apprentissage dans le domaine validera évidemment le stage de 6 mois requis par la chaire. La chaire centralise un certain nombre d'offres de stages et d'apprentissage proposés par les partenaires de la chaire.

Autres activités autour de la chaire

La chaire propose à ses étudiants membres un nombre important de monitorats, à mi-temps ou plein-temps (1 ou 2 jours par semaine), tout au long de leur scolarité. Les étudiants peuvent ainsi contribuer à divers projets de la chaire :

- L'incubateur social Antropia ESSEC
- Les projets de recherche de la chaire Philanthropie
- Les différents événements de sensibilisation (dont la GSVC - Global Social Venture Competition)
- Le programme de tutorat étudiant « *Une grande école, pourquoi pas moi ?* »
- Les UV de recherche.

Procédure de recrutement

La chaire réunit une vingtaine de «membres», étudiants de la Grande Ecole, sélectionnés sur la base de leur motivation et de leurs résultats académiques, qui s'engagent à suivre un programme défini.

Ils sont recrutés en juin et octobre. Les candidatures se font désormais en ligne.

Pour toute information, s'adresser à Claire MORKEL (morkel@essec.edu).

A qui la chaire est-elle destinée ?

- Aux étudiants qui ont envie de devenir des entrepreneurs avec une forte finalité sociale.
- Aux étudiants qui ont envie de devenir des managers et dirigeants de l'économie sociale.
- Aux étudiants qui souhaitent, dans l'entreprise traditionnelle, contribuer à la prise en charge, par l'entreprise, de sa responsabilité sociale et environnementale.
- Aux étudiants qui souhaitent, à côté de leur activité professionnelle, s'engager bénévolement dans des missions d'intérêt général.
- Aux étudiants qui souhaitent tout simplement découvrir ces problématiques, sans forcément avoir une idée précise de la manière dont ils s'en serviront à l'avenir !

Leadership and Diversity Chair

Chair-holder: Junko TAKAGI, ESSEC professor

Assistant: Elisabeth GOZDIK – gozdik@essec.edu – 01 34 43 36 06

<http://www.essec-leadership-and-diversity.com>

IMPORTANT: some of the activities and courses of the chair are taught in English

Main information on the Chair:

Duration of the Chair curriculum	1 academic year
Number of mandatory Chair seminar(s)	1 (T2)
Awarding	1 UV
Number of mandatory course(s), except seminar(s)	1
Awarding	1 UV
Number of elective course(s)	2
Awarding	2 UV
Total number of credits required for the Chair graduation	4 UV

Experience and understand diversity issues as a means to developing responsible leadership competencies.

Introduction

In the Leadership and Diversity Chair:

We are committed to identifying and understanding the complexities of the dynamics of diversity at the individual, group and organizational levels and from the perspectives of different stakeholders. Understanding diversity issues is a key factor in identifying socially responsible leadership competencies and learning to deal with change and uncertainty in order to ensure future development.

- What type of leader are you?

The leadership and diversity chair provides opportunities to develop your capacity to acquire new **cognitive, emotional and behavioral** intelligence and competencies which can contribute to **successfully managing uncertainties**.

Objectives

The Leadership and Diversity Chair offers students the opportunity to develop fundamental knowledge and skills which are the building blocks for responsible leadership, and to learn to do good whilst doing well by:

- Understanding the different aspects and challenges of the diversity issue for firms:
 - i.e managing company economic performance, human resources management, corporate branding, and corporate social responsibility.
- Acquiring a solid grounding in existing diversity practices and best practices.
- Developing an understanding of self and your relationship to diversity.
- Learning to manage the diversity between different stakeholders:
 - Because leadership is an interaction process, learn to communicate effectively with collaborators, external partners and diverse clientele segments.
 - Managing diversity as a source of creativity and innovation.

Chair curriculum

In order to meet these objectives, the Leadership and Diversity Chair program proposes:

Courses which introduce you to the different challenges a leader faces in managing diversity, with concrete examples and case studies illustrating best practices:

- **Chair Seminar: (linked to projets)**

MGT31407 Leadership and Diversity Chair Seminar

Discussions with Diversity Champions who have a social impact through their diversity actions in:

- Role of firm in social environment
- Developing human capital
- Developing new markets
- Developing awareness through communication
- Working with suppliers and external partners
- Implementing corporate social responsibility, etc.

- **Chair projects:**

The students will work in groups on projects around the theme of Leadership and Diversity.

- **Weekend sessions on group projects:**

- Personal development and group dynamics

- **One compulsory course amongst:**

MGT31233 Managing Workforce Diversity

MGT31201 Personality Theory

MGT31203 Intercultural Management

- **Two courses to be taken based on student's personal interest, for example :**

CPR031330 Managing in complexity

MGT31212 Gestion Ressources Humaines

ou *MGT31213 Human Resource Management*

MGT31226 Management des organisations

ou *MGT31227 Management of Organizations*

	MGTP31200	Théorie de la personnalité
ou	MGTP31201	Personality Theory
	MGTP31203	Intercultural Management
	MGTP31204	Ethique et décision
ou	MGTP31205	Business Ethics
	MGTP31211	Behaving in public: a training
	MGTP31208	Travail, individu et société
	MGTP31206	Profils personnels et carrières
ou	MGTP31207	Personality styles
	MKGC31442	Apport de la sémiotique aux études marketing et communication
ou	MKGC31443	Semiotics and Communication
	MKGM31412	Anthropologie des marques de luxe
ou	MKGM31413	Anthropology of Luxury Brands
	MKGS31311	International Marketing
ou	MKGS31312	Marketing international
	MKGF31208	Développement des marques de luxe

- **Participation in the Annual Chair Conference with partner firms and in a Global Leadership Event**
 - **Annual Chair Conference** attracts over 200 professionals each year who come to hear speakers from partner firms, the projects of the Chair, and Chair student presentations.
 - **One Young World** (The Davos for young leaders): The Leadership and Diversity Chair and ESSEC have participated in this event since its conception. Chair students present and participate annually at this worldwide event.
- **Opportunity to learn more about diversity research:**
 - Invitation to the Annual Leadership and Diversity Chair Academic Conference
 - 2010: "Diverse Perspective on Diversity from a European Perspective"
 - 2011: "Gender quotas" with researchers from 4 continents
 - 2012: "Leadership and Social Responsibility"
 - 2014: "Globe trotting generation: what lessons for leadership?"
 - 2015: MOOC creation "Leadership and Diversity - an introduction"

Selection process

The Chair recruits around 20 students per year. The precise number will depend on the quality of applications.

Applications for the Chair take place from June up to the end of October each year. To apply, students must send a detailed CV and a motivation letter explaining your interest in the Chair in relation to your past experiences and your personal and professional project.

Candidates must submit the application files from June and at the latest on September 29, 2017. Selected candidates will then be invited to a 30-minute interview. The accepted candidates will be informed by mid-November.

Chaire Edgar Morin de la Complexité

Professeur titulaire : Laurent BIBARD, professeur ESSEC

Chair Officer: Katy SYLVESTRE – sylvestre@essec.edu - 01 34 43 97 12

Site web: <http://chaire-edgar-morin-complexite.essec.edu/>

Informations clés sur la chaire :

Durée du cursus de la chaire	1 année
Nombre de séminaire(s) de recherche obligatoire(s)	1
Rapportant au total	1 UV
Nombre de cours obligatoires, hors séminaire(s)	3
Rapportant au total	3 UV
Nombre minimal imposé de cours optionnel(s)	1
Rapportant au total	1 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour être diplômé de la chaire	5 UV

Objectifs

L'examen des conditions de fiabilité de la connaissance, l'incertitude propre au management, et la nécessité fondamentale de la compréhension d'autrui au cœur de l'action forment le triptyque à partir duquel se construit le travail de recherche de la chaire Edgar Morin de la complexité.

En résonance avec la volonté de l'ESSEC de forger leur capacité de choix les plus autonomes possibles, la chaire propose aux étudiants, au travers du cursus *Leadership et complexité*, et par ses activités, d'enrichir continuellement leurs expériences et apprentissages académiques, professionnels et associatifs tout au long de leurs cursus et après, pour leur permettre de devenir les meilleurs leaders d'eux-mêmes et des autres.

Programme d'enseignement de la chaire

Le cursus *Leadership et complexité* est composé de la manière suivante :

▪ Cours obligatoires :

CPR031330	Managing in Complexity
MGTM31214	Philosophie et commerce
MGTM31215	Philosophy and Trade
MGTP31204	Ethique et décision
MGTP31205	Business Ethics

▪ Un cours optionnel parmi les suivants :

	CPR031205	Geopolitics in Asia (T4 - Singapour)
	MKGC31442	Sémiotique et communication
or	MKGC31443	Semiotics and communication
	MKGF31230	Création de produits innovants 1
	MKGF31232	Création de produits innovants 2
	MGTP 31210	Mise en scène du comportement
or	MGTP31211	Behaving in Public : a Training
	MGTP31203	Intercultural Management

A cette liste, peuvent s'ajouter des propositions faites par les étudiants qui seront examinées au cas par cas et en accord avec les professeurs concernés.

▪ **CPR031422 Séminaire de recherche Chaire Edgar Morin**

Il est composé de la manière suivante :

- La participation au **séminaire de recherche mené avec Orange, le sponsor de la chaire** : découvrir les avantages à se familiariser avec les mécanismes et les processus de la recherche-action pour améliorer l'exercice de ses responsabilités managériales.
- La participation aux **activités de la chaire, avec trois comptes rendus minimum de ces activités**:
 - « Sans tabou » : débats entre chercheurs, dont Edgar Morin, sur les grandes questions du monde contemporain.
 - « Mises en boîtes » : présentations par des professeurs de l'ESSEC de leur vision et compréhension de la complexité au travers de certains de leurs résultats de recherche. L'ensemble des « Mises en boîtes » donne un panorama de la complexité dans les sciences de gestion selon l'ESSEC.
 - « Séminaire de recherche » : interrogations de la notion de complexité à partir d'une littérature généralement ancienne et fondatrice, revisitée en temps réel.
 - « Ateliers Praticiens » : cette activité mobilise un ou plusieurs praticiens invités à partager leur expérience de la complexité avec les participants. Vous découvrez ainsi des outils et approches pour gérer vos problématiques complexes, tout en appréhendant au mieux la diversité et la richesse des parcours professionnels.
 - « Faces cachées » de la complexité : présentations atypiques de profils de praticiens et de professeurs dans toute la complexité de leurs activités personnelles et professionnelles.
- La rédaction d'un **compte rendu personnel** du suivi du cursus de la chaire, ainsi qu'une **note de synthèse de lecture** d'un ouvrage librement choisi en accord avec le professeur titulaire.

Recrutement

La chaire recrute en moyenne une dizaine d'étudiants par an.

Les dossiers de candidature sont à présenter entre la mi-juin et la mi-octobre pour des résultats annoncés fin octobre après un entretien téléphonique avec le professeur titulaire.

Chaire ESSEC Finance

Titulaire : Patrice PONCET, professeur ESSEC

Assistante : Vanessa THOMAS – thomas@essec.edu – 01 34 43 37 74

Twitter : @ChaireEssecFin

Site web : <http://chaire-essec-finance.essec.edu/>

A mi-chemin entre la chaire de recherche et la chaire d'enseignement, la chaire ESSEC Finance propose des conférences ouvertes aux étudiants et finance des projets de recherche en finance portés par les professeurs du département Finance.

Objectifs de la chaire

L'objectif premier de la chaire est de développer un cycle de conférences principalement destiné aux étudiants et jeunes diplômés du Groupe ESSEC mais aussi aux professionnels du secteur, concernant le domaine général de la finance, afin de les informer sur l'évolution des métiers et des problématiques, sur celle des législations et réglementations, d'éclairer certains débats publics sur la dette, l'épargne et la croissance par exemple, susciter chez eux ou renforcer l'intérêt pour la discipline, leur apporter des réponses techniques, et plus généralement compléter leur formation en finance en les faisant bénéficier de l'expérience et de l'expertise de grands professionnels reconnus. Un aspect particulièrement important concerne les problématiques de l'Asset Management, par exemple en matière d'allocation d'actifs, d'analyse des risques financiers et de gestion actif/passif.

Un autre aspect important concerne l'évolution du système bancaire et financier, notamment quant à la concurrence de la « FinTech », la responsabilité socio-économique des institutions financières et des assurances et le rôle des financements alternatifs.

La Chaire a également vocation à contribuer à la notoriété de l'ESSEC en matière de finance par la recherche appliquée, notamment au domaine de l'épargne et de l'allocation optimale des portefeuilles. Un ingénieur de recherche s'est joint à la Chaire en septembre 2015.

L'ESSEC a une expertise forte en Finance, que ce soit en finance de marché, en finance d'entreprise ou en allocation d'actifs. Cette Chaire à vocation technique et généraliste permet d'exposer les participants aux conférences à toutes les problématiques actuelles majeures du secteur. Elle constitue un élément supplémentaire de différenciation du Groupe, en particulier du Département Finance, au sein des communautés académique et scientifique.

Un second objectif, plus indirect, est de faciliter et d'encourager le développement de la pédagogie et de la recherche au sein du département Finance et la diffusion des résultats dans les cercles et supports académiques ainsi que dans la presse spécialisée.

Participation aux conférences

Typiquement, six conférences sont organisées chaque année entre octobre et mai.

La chaire ESSEC Finance ne recrute pas de promotion d'étudiants. L'inscription aux conférences est libre et s'effectue via le site internet de la chaire.

Veillez noter que la participation aux conférences de la Chaire ESSEC Finance est obligatoire pour la validation de la filière Finance (voir descriptif de la filière Finance page n° 382).

Sont encouragés à assister et participer activement au cycle de conférences les étudiants se destinant à travailler en finance ou bien ayant un intérêt pour le domaine et ses enjeux.

Chaires de recherche / Research Chairs

Chaire Armand Peugeot

Titulaire : Jan LEPOUTRE, professeur ESSEC

Assistante : Laurence IZAC - izac@essec.edu - 01 34 43 30 83

<https://sites.google.com/a/essec.edu/chaire-armand-peugeot>

Informations clés sur la chaire :

Durée du cursus de la chaire	1 année universitaire
Nombre de séminaire(s) de chaire obligatoire(s)	1 (T2)
Rapportant au total	1 UV
Nombre d'UV de recherche obligatoire	1
Rapportant au total	1 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour être diplômé de la chaire	2 UV

Objectifs de la chaire

La chaire s'adresse à tous les étudiants de cycle Master ainsi qu'aux étudiants en Mastères Spécialisés, intéressés par le secteur de l'industrie automobile en pleine réinvention.

La chaire Armand Peugeot réalise des études et dirige des recherches sur les enjeux industriels, économiques, sociaux ou politiques du développement des technologies hybrides et de l'électromobilité.

Son objectif est de créer un espace d'échanges, de formations et de recherches prospectives pour construire des scénarios d'évolutions de l'industrie automobile. Le succès d'un tel projet nécessite de faire appel à des compétences multiples et complémentaires. C'est pourquoi, la chaire Armand Peugeot est un partenariat entre l'université corporate du Groupe PSA et deux écoles : ESSEC Business School et Centrale Supélec.

Programme d'enseignement de la chaire

L'étudiant désireux de comprendre la complexité des enjeux de l'industrie automobile de demain face au développement de l'électromobilité devra suivre :

MGTS31408 Stratégie pour l'électromobilité

Le séminaire de la chaire est animé par les professeurs des deux écoles et de nombreux intervenants du secteur ainsi que des professionnels de l'entreprise PSA. Ce séminaire a lieu en semaine bloquée en février. Il se déroulera probablement sur le site de l'ESSEC au CNIT et inclut une visite d'un site industriel automobile.

MGTR31604 Chaire A. Peugeot/Recherche Personnelle

Les étudiants travaillent avec les professeurs et les professionnels du secteur pour valider une UV de recherche. Les thèmes possibles sont très larges, ils peuvent traiter de stratégie, commerce international, management, marketing, économie, finance, comptabilité et contrôle de gestion, logistique, juridique, statistiques, sciences de l'ingénieur, etc. A travers cette chaire, les étudiants de l'ESSEC et de CentraleSupélec qui travailleront ensemble apprendront à maîtriser des concepts et des théories à travers des travaux de recherche, appréhender des

problématiques complexes et systémiques, prendre des initiatives et susciter des innovations dans une approche collaborative et intégrer les multiples enjeux sociétaux du sujet.

Autres activités de la chaire

Les étudiants admis à la chaire participent aux différentes activités de la chaire : conférences, colloques, tables-rondes, organisés avec le sponsor PSA.

Procédure de recrutement

La chaire s'adresse à tous les étudiants de cycle Master ainsi que les étudiants en Mastères Spécialisés, intéressés par le secteur de l'industrie automobile en pleine réinvention et à toutes les nouvelles formes de mobilité.

Le recrutement se fait par dossier de candidature qui est à retirer sur le site de la chaire.

Il devra être remis au secrétariat accompagné d'un Curriculum Vitae à la date et lieu indiqués sur le dossier de candidature. Vous serez prévenu par mail du rendez-vous à la suite de l'acceptation de votre dossier (courant novembre).

Le prochain recrutement de la chaire aura lieu en septembre 2018.

Chaire ESSEC du Changement

Professeur titulaire : Jean-Marie PERETTI, professeur ESSEC

Directeur exécutif : David AUTISSIER

Chercheurs associés : (Bechir BEN LAHOUEL, Patrick DELARIVE, Christophe DERUMEZ, Elena DE PRÉVILLE, Mariam FAROOQ, Soufyane FRIMOUSSE, Laurent GIRAUD, Kevin JOHNSON, Yves LE BIHAN, Valerie LEHMANN, André LESTIENNE, Emily METAIS-WIERSCH, Nathalie MONTARGOT et Olivier TRUONG).

<http://chaire-changement.essec.edu/>

L'ESSEC a lancé en septembre 2011 une chaire de recherche sur le thème du changement. En effet, l'importance croissante que prend la question du management du changement dans les entreprises, les administrations et la société crée le besoin d'un lieu d'échanges et réflexions pour comprendre et agir sur la notion de changement qui est au cœur du fonctionnement de toutes les organisations contemporaines.

Cette chaire, multi-entreprises, ambitionne de développer des projets de recherche et des innovations en matière de gestion du changement dans les entreprises, les administrations et la société. Elle réunit AG2R La Mondiale, CNP Assurances, CNEH, COVEA, La Française des jeux, GROUPAMA, RTE, la SNCF, Sanofi, la Société Générale et mobilise un réseau international de chercheurs et de praticiens.

Les thèmes de recherche sont par exemple :

- La gestion du changement dans les projets complexes
- La notation des entreprises en matière de capacité de changement
- Le calcul du ROI de la gestion du changement
- La culture du changement
- Le changement et le bien-être au travail
- Le changement digital
-

La chaire décerne chaque année les trophées ESSEC du changement qui récompensent les entreprises qui ont innové en matière de gestion du changement. Les prochaines Rencontres Internationales de la Conduite du Changement auront lieu le 20 et 21 septembre 2017 à Paris.

Chaire Philanthropie

Professeur titulaire : Anne-Claire PACHE, professeur ESSEC

Directeur exécutif : Arthur GAUTIER

Assistante : Gilberte NGUYEN – nguyen@essec.edu

<http://chaire-philanthropie.essec.edu>

Introduction et objectifs

La chaire Philanthropie de l'ESSEC est une chaire de recherche dont l'objectif est de contribuer au renforcement de l'impact social des acteurs philanthropiques (philanthropes individuels, entreprises mécènes, fondations, fonds d'investissement à vocation sociale) par la production et la diffusion de connaissances sur la philanthropie en France et en Europe.

La chaire a notamment pour ambition de contribuer à :

- Développer les connaissances sur les spécificités de la (ou des) philanthropie(s) européenne(s) ;
- Améliorer la prise en compte, par les intervenants philanthropiques, des enjeux de management de leurs initiatives (stratégie, gouvernance, gestion patrimoniale, etc.) ;
- Renforcer la capacité des intervenants philanthropiques à mesurer l'efficacité et l'impact de leurs actions dans les différents domaines de l'intérêt général ;
- Proposer aux professeurs et enseignants un corpus de cas pédagogiques sur la philanthropie européenne, afin d'en faciliter l'enseignement.

Depuis janvier 2012, le cours **Philanthropie: stratégies et impact** (DEVE31102) est proposé aux étudiants de l'ESSEC.

Ce cours a pour ambition de faire comprendre aux étudiants le champ de la philanthropie, son rôle dans la société, ses enjeux sectoriels et managériaux ainsi que ses évolutions récentes. Il leur permettra d'acquérir les outils d'analyse et les compétences nécessaires pour créer et gérer des initiatives philanthropiques.

Autres activités de la chaire

Conçus comme un cycle de rencontres, les **séminaires Lunch & Learn** de la chaire Philanthropie ont pour objectif principal de permettre aux professionnels travaillant dans les différents métiers du secteur de la philanthropie (fondations, mécénat d'entreprise, fundraising, conseil en philanthropie...) de prendre du recul sur leurs pratiques et d'échanger leurs réflexions sur certains sujets stratégiques, éclairés par les résultats de la recherche. En particulier, la dimension européenne et internationale est privilégiée. Tous les séminaires sont enregistrés et ré-écoutables en podcast dans la collection Philanthropie de la chaîne iTunes U de l'ESSEC.

La chaire Philanthropie a lancé en mars 2017 le **MOOC « La Philanthropie : Comprendre et Agir »** sur la plateforme Coursera, en collaboration avec la Fondation de France. D'une durée de 4 semaines, ce MOOC (Massive Open Online Course) en français est un cours en ligne, gratuit et accessible à tous. Alliant le meilleur de la recherche et l'expérience de praticiens et d'experts reconnus, il permet de se former en ligne grâce à des vidéos, des quiz et des discussions entre participants sur un forum dédié.

Le **Certificat Français du Fundraising** est la première formation certifiante en France dans ce domaine. Fruit d'un partenariat avec l'Association Française des Fundraisers depuis 2005, le certificat accueille chaque année à l'ESSEC Executive Education (Paris-La Défense) 20 à 30 professionnels pour une formation intensive de 120 heures, réparties sur 15 journées entre septembre et mars. Grâce aux interventions d'experts reconnus et de professeurs de l'ESSEC, cette formation offre une pédagogie variée alternant apports conceptuels, outils méthodiques, cas pédagogiques, retours d'expérience terrain et travaux de groupes.

Chaire Innovation Managériale et Excellence Organisationnelle

Professeur titulaire : Jean-Marie PERETTI, professeur ESSEC

Directeur exécutif : David AUTISSIER

Chercheurs associés : Michel BARABEL, Faouzi BENSEBAA, Patrick DELARIVE, Yves LABAT, Valérie LEHMANN, Olivier MEIER, Jean-François NANTEL et Olivier TRUONG

<http://chaire-essec-innovation-managériale-excellence-operationnelle/>

L'ESSEC a lancé en septembre 2017 une chaire de recherche sur le thème de l'Innovation Managériale et Excellence Organisationnelle

Cette chaire sera un Think Tank expérimental et prospectif sur les nouvelles manières de manager. Le digital, la sociologie de la co-construction, les demandes des nouvelles générations, l'internationalisation, l'exigence de qualité et de réactivité sont autant de facteurs qui nous invitent à penser le management comme une technique en évolution. L'objectif de cette chaire de recherche est d'expérimenter, prototyper et généraliser les nouvelles formes de management dans une logique d'innovation et d'excellence opérationnelle. Les nouvelles pratiques sont ainsi mises en œuvre pour combiner l'énergie de l'innovation managériale (IM) et l'excellence opérationnelle (EO) dans un souci de performance durable. Le binôme IM et EO sera traité dans une logique de recherche-action avec la volonté d'aboutir à des pratiques et outils mais aussi prospectives en interrogeant ce que seront les modèles d'entreprise dans le futur.

Covéa, Eurogroup Consulting, Humanis et Renault-Nissan Consulting veulent comprendre les transformations actuelles et futures pour accompagner et/ou déployer les nouvelles pratiques de management, synonymes d'avantage concurrentiel, on est au futur. Le passé au présent.

Chaire ESSEC - Amundi

Titulaire : Jocelyn MARTEL, professeur ESSEC

Assistante : Vanessa THOMAS – thomas@essec.edu – 01 34 43 37 74

La Chaire ESSEC – Amundi en Asset & Risk Management a pour objectifs :

- de promouvoir la recherche académique dans le domaine de la gestion d'actifs et des risques et de stimuler une coopération entre les chercheurs de l'ESSEC et d'Amundi ;
- d'offrir une série de séminaires de recherche à l'intention des collaborateurs et clients institutionnels d'Amundi ;
- d'organiser une conférence annuelle sur le thème de la Chaire ;
- de mettre sur pied un cadre qui permette la supervision conjointe et le financement d'un étudiant de doctorat en finance de l'ESSEC qui souhaite compléter une thèse sur un sujet lié à la chaire.

Filières Tracks



Filières et autres enseignements à l'ESSEC

Specialized Tracks at ESSEC

Filière CFO (Conseil, Finance et Organisation)	368
Cursus Expertise Comptable (dispenses pour le DSCG)	370
<i>CIMA Track</i>	371
Filière Conseil en Stratégie	373
Filière Négociation et gouvernance internationale	374
Filière Droit	376
Filière Prep'ENA (avec Paris IX Dauphine)	378
Filière Economie	379
Filière Finance (Partenariat avec le CFA Institute)	382
<i>Risk Actuarial Track (ESSEC – ISUP)</i>	392
<i>Business Analytics Methods Track (ex-QUADS Track)</i>	396
<i>Information Systems Track</i>	397
Filière Entrepreneuriat	399
<i>Incubateur ESSEC</i>	400
<i>B2B Relationship Management Track</i>	401
Filière Business Design et Innovation	403
<i>Sport Business Track</i>	404
Filière Management des Opérations	405
<i>Agri-food Track</i>	408
Filière Immobilier-RICS	409
<u>Autres programmes / Other programs :</u>	
Programme CPI (avec Centrale Supélec et Strate College Designers)	411
<i>PhD in Business Administration</i>	413
<i>Summer Module « Global Manager in Europe »</i>	415

Filières Tracks

La plupart des filières sont enseignées en français, quelques-unes en anglais. Les descriptions qui suivent sont données dans la langue d'instruction de la filière ou du cursus. Par exemple, ils sont décrits en anglais quand l'enseignement est donné dans cette langue.

Most of the teaching of the tracks is given in French. Some courses are offered in English. The course descriptions that follow are presented in the language of instruction. For example, courses taught in French are described in this language only.

Comptabilité – Contrôle de gestion

Le département « Comptabilité – Contrôle de gestion » offre un cursus « Expertise Comptable » et une filière CFO (Conseil Finance et Organisation). Alors que le cursus permet d'acquérir un solide bagage technique dans le domaine comptable (au sens large), la filière CFO offre une formation plus généraliste destinée à vous préparer aux métiers de la direction financière et de la communication financière.

Filière CFO (Conseil, Finance et Organisation)

Responsable : Florence CAVELIUS, professeur ESSEC
Assistante : Alice CABARÉ – cabare@essec.edu – 01.34.43.32.74, département Comptabilité – Contrôle de gestion

The Track can be completed entirely with courses taught in English

▼ Informations clés sur la filière :

Nombre de cours obligatoires	4
Rapportant au total	4 UV
Nombre de cours optionnels	2
Rapportant au total	2 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour valider la filière	6 UV

L'information est au cœur du processus de prise de décision. Les compétences en comptabilité financière, comptabilité de gestion et contrôle de gestion permettent d'acquérir une grille de lecture économique de l'activité de l'entreprise et une bonne compréhension des enjeux associés à cette information.

Le programme de la filière CFO est conçu pour vous permettre de comprendre l'information produite par les organisations (entreprises, groupes mais aussi par les associations), c'est-à-dire de présenter les conditions de *préparation, de contrôle, de communication, d'analyse et d'utilisation de cette information*. Cette compréhension de l'approche économique des

organisations doit ensuite être mise en relation avec les pratiques managériales et opérationnelles.

La filière offre un socle solide de compétences (quatre cours obligatoires) et la possibilité d'adapter son parcours à ses centres d'intérêts avec le choix de deux cours optionnels à choisir parmi dix.

L'objectif est de vous préparer aux métiers de la communication financière au sein des sociétés cotées, de l'analyse financière; de l'audit et du commissariat aux comptes ; du contrôle de gestion ou de la structuration des organisations (pilotage des projets, contrôle interne, conseil en organisation).

Les étudiants sont tenus de suivre :

▪ 4 cours obligatoires :

- CPTC31246 Analyse des états financiers
- ou CPTC31247 *Financial Statement Analysis*
- CPTC31355 Strategic Business Analysis and value Creation
- CPTG31212 Gestion stratégique des coûts
- ou CPTG31213 *Strategic Cost Management*
- CPTG31222 Piloter plans et projets
- ou CPTG31223 *Managing Plans and Projects*

▪ 2 cours électifs parmi :

- CPTC31254 Audit et management
- CPTC31265 *Group Financial Statements*
- CPTC31484 Séminaire de recherche en comptabilité financière
- CPTO31333 Instruments de gestion et comportements
- CPTO31403 *Sustainability Performance*
- CPTO31481 Création de valeur et gouvernance
- FINE31126 Finance d'entreprise
- ou FINE31128 *Corporate Financial Management*
- FINE31130 Gestion financière court terme
- MGTM31226 Management des organisations
- ou MGTM31227 *Management of Organizations*
- MGTS31263 *Competitive Strategy*

Les inscriptions se font au département Comptabilité-Contrôle de gestion auprès d'Alice CABARÉ (cabare@essec.edu).

Cursus Expertise Comptable (dispenses pour le DSCG)

Responsable : Florence CAVELIUS, professeur ESSEC
 Assistante : Alice CABARÉ – cabare@essec.edu – 01.34.43.32.74, département Comptabilité – Contrôle de gestion

Informations clés sur le cursus :

Nombre de cours obligatoires (Comptabilité - Contrôle de gestion)	7
Rapportant au total	7 UV
Nombre de cours obligatoires (autres départements)	6
Rapportant au total	6 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour valider le cursus	13 UV

Le cursus expertise comptable est proposé aux étudiants qui entrent en MSc. Il vous permet de disposer de très solides connaissances en audit, comptabilité et finance. Le sérieux de cette formation est attesté par les équivalences avec les diplômes d'expertise comptable qu'elle permet d'obtenir.

La formation à l'expertise comptable comprend plusieurs diplômes d'état correspondant à différents niveaux de qualification professionnelle :

- DCG (Diplôme de Comptabilité et de Gestion) : niveau Licence (Bac +3)
- DSCG (Diplôme Supérieur de Comptabilité et de Gestion) : niveau Master (Bac+5)
- DEC (Diplôme d'Expertise Comptable) : stage professionnel de 3 ans, épreuves et mémoire

Depuis 2008, tous les diplômés de l'ESSEC sont dispensés du DCG et peuvent s'inscrire directement aux épreuves du DSCG.

Si vous avez validé le cursus expertise comptable, vous êtes dispensé de 5 épreuves sur 7 du DSCG. Il ne reste plus qu'à présenter les épreuves n°1 (Gestion juridique, fiscale et sociale) et n°4 (Comptabilité et Audit).

Le diplôme d'expertise comptable débouche sur de multiples métiers qui peuvent être exercés tant en cabinet qu'en entreprise.

Les missions sont diversifiées :

- Audit bien évidemment mais aussi
- Conseil-assistance
- Direction administrative et financière ou encore
- Contrôle de gestion.

Outre les cours fondamentaux, le cursus « Expertise Comptable » exige de valider 13 cours (7 en comptabilité – Contrôle de gestion et 6 cours dans des domaines connexes : finance, systèmes d'information, etc.) :

- **7 en Comptabilité – Contrôle de gestion**
 - CPTC31246 Analyse des états financiers
 - ou CPTC31247 *Financial Statement Analysis*
 - CPTC31254 Audit et management
 - CPTC31355 *Strategic Business Analysis and Value Creation*
 - CPTG31212 Gestion stratégique des coûts
 - ou CPTG31213 *Strategic Cost Management*
 - CPTG31222 Piloter plans et projets
 - ou CPTG31223 *Managing Plans and Projects*
 - CPTO31333 Instruments de gestion et comportements
 - CPTO31481 Création de valeur et gouvernance
- **6 autres cours**
 - ECO31226 Analyse de conjoncture
 - FINE31126 Finance d'entreprise
 - ou FINE31128 *Corporate Financial Management*
 - FINE31130 Gestion financière court terme
 - IDS31129 *Database Management*
 - ou IDS31130 Base de données
 - IDS31377 *Business Intelligence*
 - MOPP31232 Gestion de projet

Des informations sont disponibles sur myessec. Il est conseillé de s'inscrire et de commencer le cursus dès l'entrée en Master : inscription au département Comptabilité-Contrôle de gestion auprès d'Alice CABARÉ (cabare@essec.edu).

CIMA Track

Coordinator: Florence CAVELIUS, professeur ESSEC
 Assistant: Alice CABARÉ – cabare@essec.edu – 01.34.43.32.74, Accounting and Management control department

Key information on the track:

FULL CIMA Track	
Number of mandatory courses	8
Awarding	8 UV
Total number of credits (UV) required for the Track graduation	8 UV

LIGHT CIMA Track	
Number of mandatory courses	5
Awarding	5 UV
Total number of credits (UV) required for the Track graduation	5 UV

This track is a partnership with the Chartered Institute of Management Accountants and gives exemptions to an International certification. It provides an understanding of the areas of economic activity relevant to an organization's decisions. Therefore, it provides tools and information to assist management in evaluating and forecasting the behavior of customers, markets and economy in general. It proposes two levels of completion. The completion of the Light Track exempts 11 CIMA exams and the completion of the Full track exempts 14 CIMA exams. Once the students are CIMA qualified, they become Chartered Global Management Accountant and member of a worldwide network of 600 000 members that propose opportunities of international career in the corporate finance area (accounting, management control, management, economy, corporate finance).

In addition to the fundamental courses, students will have to take:

- **At least 5 courses (for the light track)**
 - CPTC31247* *Financial Statement Analysis*
 - Or *CPTC31246* *Analyse des états financiers*
 - CPTC31265* *Group financial statement*
 - CPTG31213* *Strategic Cost Management*
 - Or *CPTG31212* *Gestion stratégique des coûts*
 - CPTG31222* *Piloter plans et projets*
 - Or *CPTG31223* *Managing plans and projects*
 - FINE31126* *Finance d'entreprise*
 - Or *FINE31128* *Corporate Financial Management*
- **3 extra courses (for the full track)**
 - CPTC31355* *Business Analysis and Value Creation*
 - CPTO31481* *Création de valeur et gouvernance*
 - Or *CPTO31485* *Value Creation and Governance*
 - FINM32407* *Risk management*

You can find additional information on your MSc Program Center. It's recommended to register to the track at the beginning of your master. You can apply online with your CV and motivation letter.

For more information, contact the Accounting and Management Control department – Alice CABARÉ (cabare@essec.edu).

Filière Conseil en Stratégie

Responsable : Jérôme BARTHELEMY, professeur ESSEC

Assistante : Nathalie DELFORGE – delforge@essec.edu – 01 34 43 33 09, département Management

Informations clés sur la filière :

Nombre de cours obligatoires	4
Rapportant au total	4 UV
Nombre de cours optionnels	2
Rapportant au total	2 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour valider la filière	6 UV

Objectifs

L'intérêt d'une filière sur le conseil en stratégie n'est plus à démontrer. D'un côté, de nombreux cabinets de conseil souhaitent recruter des étudiants de l'ESSEC. D'un autre côté, un pourcentage élevé des étudiants de l'ESSEC souhaite travailler dans un cabinet de conseil. L'objectif de la filière est d'améliorer la préparation des étudiants de l'ESSEC aux métiers du conseil en stratégie. Cela implique à la fois de mieux structurer l'offre de cours et de renforcer leur préparation aux études de cas et aux entretiens de recrutement.

Inscription / Procédure de recrutement

Pour être inscrits à la filière et bénéficier, entre autres, de la préparation aux études de cas et aux entretiens de recrutement, vous devrez avoir validé au moins trois des sept cours fondamentaux suivants :

CPTC31124/CPTC31125, *CPTG31148/CPTG31149*, *ECOI31142/ECOI31143*, *FINE31123/FINE31124*, *MGTS31102/MGTS31103*, *MGTP31100/MGTP31101* ou *MKGM31128/MKGM31129*

→ avec une note moyenne de 14 au minimum sur l'ensemble de ces trois cours
(exemple : $17 + 11 + 15 / 3 = 14,33 = \text{pré requis de la filière validé}$)

Pour postuler en ligne :

<https://sites.google.com/a/essec.edu/msc-cursus-center/page-fille-2/filiere-conseil-en-strategie>

Vous pouvez vous inscrire tout au long de votre cursus. Les inscriptions sont validées via la plateforme Banner auprès de l'assistante de la filière. Cela ne nécessite pas de passer un entretien préalable.

Les 4 cours obligatoires et les 2 cours optionnels peuvent être suivis tout au long de votre cursus ESSEC (et non sur une seule année).

Les cours n'étant pas réservés aux étudiants de la filière, c'est à vous d'organiser votre emploi du temps et de miser les points en conséquence (cf. : offre de cours & descriptifs des cours concernés).

Programme d'enseignement

Pour valider la filière, les étudiants seront tenus de suivre :

- **4 cours obligatoires :**
 - ou CPTG31212 Gestion stratégique des coûts
 - ou CPTG31213 *Strategic Cost Management*
 - ou MGMT31226 Management des organisations
 - ou MGMT31227 *Management of Organizations*
 - ou MGTS31265 *Corporate Strategy*
 - ou MGTS31404 Pratique du management stratégique
- **2 cours optionnels parmi les suivants :**
 - CPTC31355 *Strategic Business Analysis and Value Creation*
 - DEV31204 Marketing urbain
 - DEVD31212 Pratique des affaires internationales
 - ou DEVD31231 *International Business Law*
 - ECO31157 Monnaie et banque
 - FINE31126 Finance d'entreprise
 - ou FINE31128 *Corporate Financial Management*
 - IDSI31206 *Applied Cybersecurity Strategy for Managers*
 - MGTE31362 Concevoir, valider et planifier un projet d'entreprise
 - ou MGTE31363 *New venture design and planning*
 - MGTS31260 Stratégie et management internationaux
 - ou MGTS31261 *International Strategy and Management*
 - MGTS31263 *Competitive Strategy*
 - MOPP31100 Management Supply Chain
 - ou MOPP31101 *Supply Chain Management*

Filière Négociation et gouvernance internationale

Responsable : Aurélien COLSON, professeur à l'ESSEC et directeur de l'IRENÉ
 Secrétariat : Mélanie GORIN – gorin@essec.edu –
 Département Droit et Environnement de l'entreprise / Institut de Recherche et d'Enseignement sur la Négociation.

Informations clés sur la fil

Nombre de cours obligatoire(s)	2
Rapportant au total	2 UV
Nombre de cours optionnels	3
Rapportant au total	3 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour valider la filière	5 UV

Cette filière a pour objectif d'aider les étudiants de l'ESSEC désireux de se tourner vers des carrières à fort contenu international, en particulier dans les institutions publiques (diplomatie, institutions européennes, organisations internationales) et les grandes organisations non-gouvernementales (aide technique, développement, solidarité, paix et sécurité, etc.). Elle peut aussi accueillir les étudiants qui visent des postes dans les directions « Relations institutionnelles » des grandes entreprises internationales.

Cette filière contribue à apporter aux étudiants de l'ESSEC qui la suivent :

- *des connaissances académiques*, en particulier sur les grandes dynamiques géopolitiques qui façonnent le monde ;
- *des méthodes pratiques*, en particulier de négociation et de médiation ;
- *le bénéfice d'un réseau*, en particulier pour la recherche de stages, constitué auprès des grandes organisations du secteur (par exemple : ministère des Affaires étrangères, ministère de la Défense, Agence française de développement, Commission européenne, fédérations d'ONG dans le champ de la paix, etc.).

Cette filière s'appuie sur l'expertise et l'expérience capitalisées au sein du Centre d'excellence de l'ESSEC IRENÉ - *International Governance & Dialogue*, qui rassemble notamment l'Institut de recherche et d'enseignement sur la négociation (IRENÉ Paris, Singapour, Bruxelles), le Centre Européen de Droit et d'Economie (CEDE), ESSEC Alumni International. Le Centre s'appuie sur plusieurs partenaires extérieurs, dont l'Académie diplomatique internationale, le *European Peacebuilding Liaison Office*, *European Institute of Public Administration*, etc.

La filière propose un cycle intégré de cours. Les étudiants ayant rejoint la filière bénéficieront également :

- *d'invitations au Séminaire interdisciplinaire* de recherche et d'échange sur la négociation (SIRENE), dont les quelques 50 éditions à ce jour réunissent à Cergy, Paris ou Singapour des chercheurs et des professionnels intéressés par la négociation ;
- *d'invitations au cycle de conférences de géopolitique*, coordonné par le Pr. Joseph MAÏLA (IRENÉ), lancé en 2016 ;
- *d'invitation au cycle de conférences pratiques « Les métiers de... »*, pour exposer aux étudiants de l'ESSEC les carrières qui s'offrent à eux dans l'univers du Centre d'Excellence International Governance & Dialogue (les métiers de la diplomatie, de la défense, du développement international, des institutions européennes, des organisations internationales, du *peacebuilding*, etc.).

Les étudiants de la filière doivent suivre :

- **2 cours obligatoires :**
 - DEVN31140 Atelier de négociation
 - ou - DEVN31141 *Negotiation Workshop*
 - DEVN31230 Géopolitique et enjeux de la mondialisation
- **3 cours optionnels parmi les suivants :**
 - DEVN31262 Atelier de médiation
 - ou - DEVN31263 *Mediation Workshop*
 - DEVN31241 *Advanced Negotiation Workshop*
 - DEVN31300 Co-Développement des pays émergents
 - DEVN31401 *Negotiate Business Deals in China* (Singapour uniquement)

- DEVD31122 Droit et politiques de l'Union Européenne
 - ou - DEVD31125 *European Law*
 - DEVD31244 Institutions de l'Union Européenne et lobbying
- Des renseignements complémentaires peuvent être obtenus sur le site de l'IRENÉ.

Filière Droit

Responsables : Viviane de BEAUFORT et Geneviève HELLERINGER, professeurs ESSEC
Assistantes : Dorothée QUITTELIER – quittelier@essec.edu – 01 34 43 30 59, pôle Droit

▼ Informations clés sur la filière :

Nombre de cours obligatoire(s)	4 (T2 puis T3 + T1 Année « n ou n+1 »)
Rapportant au total	4 UV
Nombre de cours optionnel(s) par option	3
Rapportant au total	3 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour valider le cursus	7 UV

L'ESSEC offre un **cursus** spécial de préparation à la pratique du droit qui a pour objectif de donner aux étudiants une formation leur permettant de devenir avocats ou juristes, en complémentarité étroite avec leur formation à l'université de droit.

La filière Droit se déroule sur trois trimestres, les 2 premiers se déroulant à la suite à date fixe (T2 et T3). Les étudiants peuvent articuler leur scolarité sans interruption (T2 et T3 de l'année n, puis T1 de l'année n+1) ou avec interruption du fait d'un stage, d'un séjour à l'étranger, etc. (année n+2).

La sélection a lieu mi-octobre à une date précisée chaque année (quittelier@essec.edu) à partir d'un dossier de candidature dont le dépôt intervient en septembre (CV + relevé de notes de droit de Pre-Master + nom de l'intervenant+ moyenne des cours de gestion + lettre de motivation manuscrite).

Le nombre de places est limité et les étudiants sont prévenus par e-mail de leur admissibilité (pas de recours en cas de réponse négative) ; ils s'inscrivent alors au 1^{er} cours du cursus dispensé au T2 avec une mise d'un point.

- **Suivant leurs résultats au cours DEVD31232 Cursus Droit – Droit civil 1, les étudiants seront déclarés définitivement admis dans la filière Droit et s'inscriront alors aux cours suivants :**

DEVD31234 Cursus droit – Droit civil 2 : obligations-responsabilités
DEVD31114 Droit pénal et droit pénal des affaires
DEVD31116 Droit des contrats et ingénierie contractuelle

- **Ensuite une spécialisation (ou 2) est choisie, validée par la réussite de 3 cours parmi ceux proposés ci-dessous :**

- Spécialisation : Droit des affaires

DEVD31132 Droit fiscal interne et international
DEVD31224 Droit européen des affaires

Et choix entre :

DEVD31220 Droit bancaire et boursier
DEVD31250 Droit de l'ingénierie financière
DEVD31216 Droit de la concurrence

- Spécialisation : Droit public

DEVD 31130 Droit public de l'entreprise
ou DEVC31134 Etat et Gouvernance
DEVD31244 Institutions de l'UE et lobbying
DEVD31122 Droit et politiques de l'Europe
ou DEVD31125 *European Law*

- Spécialisation : Droit européen

DEVD31244 Institutions de l'UE et lobbying
DEVD31122 Droit et politiques de l'Europe
ou DEVD31125 *European Law*
DEVD31224 Droit européen des affaires

Cette liste est modifiée régulièrement en fonction du contenu de la licence de l'université de Cergy et des prérequis M2.

Partenariats

- **Entrée en Licence** : Un partenariat existe avec l'**UCP université de Cergy** permettant l'entrée en **L3 (licence)** dès le début de la seconde année de la filière. Pour une entrée dans une autre université à un niveau inférieur, se reporter aux conditions d'équivalence propres à chaque université.

- **Entrée en M2 directement après la L3** et Double Diplôme :

Des partenariats avec les universités UCP, Paris II-Assas, Paris X-Nanterre, Paris XI-Sceaux, Paris-Dauphine, Aix-en-Provence ont été conclus afin de faciliter l'accès aux meilleurs M2 sans obligation formelle de validation d'un M1, un accord avec l'EFB permet de valider une période ESSEC comme PPI à certaines conditions.

Partenariats avec l'EFB (Ecole Française du Barreau)

Un accord avec l'EFB permet aux étudiants de l'ESSEC de valider une période ESSEC comme Projet Personnel Individuel (PPI), sur 6 mois (soit 2 trimestres académiques T2 et T3 à la suite avec validation de 5 UV de Droit et de Négociation et une UV de recherche à mener sous la direction de Viviane de BEAUFORT dans le cadre du CEDE).

Voir les conditions au pôle Droit du département DEV : quittelier@essec.edu

Des réunions d'information ont lieu à la fin de la 1^{ère} année (cycle Pre-master) en juin, puis dans le cadre de la filière en janvier et en avril au moment des orientations.

Le pôle Droit met à la disposition des étudiants un document plus détaillé sur la filière et les accords de partenariat.

Filière Prep'ENA (avec Paris IX-Dauphine)

Responsable à l'ESSEC : Viviane de BEAUFORT, professeure ESSEC

Responsable à Dauphine : Noël DIRICQ, responsable de la Préparation aux Concours des Administrations (dont l'ENA). Secrétariat : 01 44 05 43 17

La plaquette du programme est disponible sur le site de l'université : www.pca.dauphine.fr

▼ Informations clés sur la filière :

Nombre de cours obligatoire(s)	5 pendant scolarité + 1 option
Rapportant au total	5 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour être diplômé de la filière	5 UV

Faire l'ESSEC et poursuivre sa formation par la voie des concours administratifs.

Avoir fait une école de commerce vous ouvre de bonnes perspectives de réussite dans la fonction publique tant à l'échelle européenne, nationale que locale et dans le conseil aux collectivités locales ou nationales. L'appareil d'Etat est désormais, à tous les niveaux, confronté à des problématiques d'entreprise (ouverture des services publics à la concurrence, responsabilité de gestion des autorités locales) ce qui confère de la valeur aux doubles formations. Pour ceux qui souhaitent préparer les concours des administrations nationales ou territoriales (ENA, Administrateur de l'Assemblée Nationale, Administrateur du Sénat, ENSP, Administrateur territorial...) ou encore se destinent à des métiers de conseil des collectivités territoriales, la Prep'ENA de Dauphine et l'ESSEC ont conclu un partenariat. A l'ESSEC vous suivez la filière interne « Prep'ENA », puis fort de cette formation ciblée et de votre profil généraliste ESSEC, une fois diplômable* vous intégrez la « Prep'ENA » de Dauphine pour tenter les concours ou vous doter d'une solide formation en affaires publiques.

Les étudiants de l'ESSEC candidatent auprès du responsable entre juin et fin août. La démarche à l'ESSEC doit être largement anticipée par l'étudiant. Les dossiers de candidature sont à retirer à Dauphine en juin (voir le site) pour un programme qui débute fin septembre. Attention la préparation d'un tel concours exige de ne pas avoir d'autres activités et donc d'avoir terminé l'ESSEC.

***Diplômable :** Les UV académiques doivent être validées, un stage à faire en été pour l'obtention de la dernière UVPE ne remet pas en cause votre candidature. Vous devez en revanche vous assurer de votre entière disponibilité l'année de formation.

Les étudiants sont tenus de suivre :

- **2 cours parmi les 5 du département Economie :**
 - ECO31123 *Macroeconomic Theory and development*
 - ECO31157 *Monnaie et banque*
 - ECO31201 *Labor Economics and Policy*
- ou
 - ECO31203 *Economie du travail*
 - ECO31226 *Analyse de conjoncture*
 - ECO31253 *International Economics*
- **Les 4 cours au choix de la spécialisation « droit public » (Filière Droit) :**
 - DEV31122 *Droit communautaire et politiques de l'Union Européenne*
 - DEV31130 *Droit public de l'entreprise*
 - DEV31134 *Etat et gouvernance*
 - DEV31244 *Droit institutionnel européen et lobbying*
- **Et en option 1 cours parmi :**
 - DEV31110 *Acteurs publics*
 - DEV31114 *Economie urbaine et régionale*
 - DEV31202 *Les modes de gestion des collectivités et services urbains*

Filière Economie

Responsable : Karine LAMIRAUD et Estefania SANTACREU-VASUT, professeurs ESSEC
Assistante : Léa SITBON - sitbon@essec.edu - 01 34 43 96 84 - département Economie

Cette filière a pour objectif de développer la capacité d'analyse économique des étudiants, que ce soit au niveau des choix d'un consommateur, des choix d'un manager vis-à-vis de son équipe, d'une firme, d'un marché ou de l'économie nationale et internationale. Les cours de la filière enseignent des méthodes afin que les étudiants puissent ensuite, de façon autonome, comprendre leur environnement et son évolution et y agir dans le meilleur de leurs intérêts. Ces cours sont plutôt théoriques et nécessitent une certaine capacité d'abstraction.

La filière Economie permet à ses étudiants :

- d'apprendre les outils essentiels d'analyse de situations économiques
- de donner à cette compétence une visibilité sur le marché du travail
- d'être conseillés dans leur cursus en fonction de leur projet professionnel.

Deux options sont proposées : **Economie Appliquée** et **Recherche**.

L'option **Economie Appliquée** offre un cadre de réflexion rigoureux pour toute fonction analytique, que ce soit pour des postes de « business analyst » dans les sociétés industrielles, commerciales ou de services, dans les banques d'affaires ou commerciales, dans les cabinets de conseil ou dans les organisations internationales. Elle est aussi *un premier pas* vers des carrières dans l'administration publique à profil économique (vers les concours de type ENA, Banque de France, Commission Européenne...), les instituts de recherche en économie ou encore l'enseignement supérieur. Cette option combine des cours d'économie appliquée

fondamentaux (économie du travail, commerce international, monnaie, gouvernance d'entreprise...) et des cours de base d'analyse de l'information.

L'option **Recherche** est conseillée aux étudiants souhaitant s'orienter vers une carrière d'économiste, que ce soit dans la recherche pure et l'enseignement supérieur, ou dans des départements d'étude et analyse des grandes sociétés industrielles, des banques, des sociétés de conseil économique ou ONG (Banque Mondiale, FMI, OCDE, Banque Centrale Européenne...). La filière Economie propose à ses étudiants de rejoindre son groupe sur LinkedIn « ESSEC ECONOMICS GROUP ».

1. Option Economie Appliquée

Informations clés sur la filière :

Nombre de cours obligatoires	3
Rapportant au total	3 UV
Nombre de cours optionnels	3
Rapportant au total	3 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour valider la filière	6 UV

Les étudiants sont tenus de suivre :

- **Le cours fondamental obligatoire :**
 ECOI31142 Economie managériale
 ou ECOI31143 Business Economics
- **2 cours obligatoires :**
 ECOA31123 Macroeconomic theory and development*
 ou ECOA31157 Monnaie et banque
 IDSD31113 Decision analysis*
 IDSS31161 Introduction to Econometrics
- **3 cours à choisir parmi les suivants :**
 ECOA31201 Labor Economics and Policy*
 ou ECOA31203 Economie du travail
 ECOA31205 Sustainable energy economics*
 ECOA31226 Analyse de conjoncture
 ECOA31303 Nobel Ideas in Economics*
 ECOI31231 Corporate finance & governance*
 ECOI31233 Microeconomics of Banking*
 ECOI31253 International Economics
 ECOI31260 Economie de la santé
 ou ECOI31261 Health Economics
 ECOI31271 Game Theory*
 ECOI31302 L'Economie de marché au service de l'homme ?
 ECOI31305 Business history

- FINM31162 International Finance
- ou FINM31163 Finance internationale
- IDSS31267 Financial Econometrics*

+ les 2 cours non pris parmi la liste des cours obligatoires.

*Cours enseignés uniquement en anglais

Il est possible, après accord avec le responsable de la filière et le professeur du cours concerné, de prendre un ou deux cours du PhD ESSEC en « Economics », selon les modalités prévues par « l'inscription en mode auditeur » dans la section PhD in Business Administration. Les étudiants intéressés par l'option Economie Appliquée doivent préparer une lettre de motivation précisant le cursus envisagé, un CV détaillé et un relevé de notes. Ce dossier doit être déposé auprès du secrétariat du département d'économie au cours du premier mois d'un trimestre en vue d'une intégration à partir du trimestre suivant. Il faut avoir validé, avec un minimum de 10/20, les cours ECOI31080/081 et IDSS31080/081 pour les étudiants AST, ou ECOI21020/021 et ECOA21030/031 et IDSS21020/030 pour les étudiant ASC. Après un entretien avec le responsable de la filière, un tuteur du département économie conseillera l'étudiant dans la construction de son cursus et l'aidera dans son orientation professionnelle. La validation du cursus est acquise dès lors que l'étudiant a validé les deux cours obligatoires et les trois cours optionnels avec une moyenne générale de 12/20.

2. Option Recherche

Informations clés sur la filière :

Nombre de cours obligatoires	12
Rapportant au total	12 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour valider la filière	12 UV

Cette orientation est conseillée aux étudiants envisageant sérieusement de poursuivre des études doctorales après l'ESSEC en vue d'une carrière de professeur-chercheur ou de conseiller au plan international, souhaitant travailler dans des organismes internationaux, des centres de recherche, etc. Cette option permet aux étudiants sélectionnés de suivre tous les cours du curriculum de la 1^{re} année du PhD ESSEC en « Economics ». Dans cette option, tous les cours, enseignés en anglais, sont orientés vers la recherche. L'accent est mis tant sur les théories que sur les méthodes de recherche empiriques. L'ensemble de ces cours permet de valider l'équivalent de 12 UV pour l'obtention du MSc (voir les conditions précises présentées dans myessec). Les étudiants admis dans cette option pourraient ainsi obtenir un Master recherche économie et finance de l'université Cergy-Pontoise-ESSEC simultanément au cycle Master. Ils auraient ensuite la possibilité de continuer en 2^{ème} année du PhD. Les cours sont à choisir dans le cursus 1^{re} année du PhD Economics (cf. : brochure du PhD). L'admission dans l'option Recherche est soumise au règlement du PhD ESSEC (pour plus de détails voir la section PhD in Business Administration, caractéristiques du mode « double cursus »). La sélection a lieu *avant la fin avril* pour l'année académique qui suit. Prévoir un délai

de quelques semaines pour la préparation du dossier d'admission (GRE ou GMAT, lettres de recommandation, relevés de notes...).

Après admission, un tuteur (academic advisor) du département économie conseillera l'étudiant dans la construction de son cursus et l'aidera dans son orientation professionnelle. La validation du cursus se fera selon les modalités mises en place par la direction pour l'ensemble des filières.

Filière Finance

Responsable Jocelyn MARTEL, professeur ESSEC
 Co-responsables – option 3 : Francis DECLERCK, Andrea RONCORONI, professeurs ESSEC
 Co-responsable – option 5 : Peng XU
 Co-responsable – options 6 et 7 : Vijay YADAV
 Assistante : Corinne DEHER – deher@essec.edu – 01 34 43 39 15, département Finance

La filière Finance propose aux étudiants d'approfondir leurs connaissances dans le domaine en choisissant des cours selon la liste établie ci-après. La filière Finance offre 7 options (non exclusives).

La filière est partenaire du CFA Institute (Chartered Financial Analyst).

Option 1 : Finance d'Entreprise (8 UV)

Option 2 : Finance de Marché (8 UV)

Option 3 : Energy and Commodity Finance (8 UV)

Option 4 : Finance Générale (10 UV)

Option 5 : Finance de Marché – Singapour (8 UV) « Hiver »

Option 6 : Finance d'Entreprise – Singapour (8 UV) « Été »

Option 7 : Finance d'Entreprise – Singapour (8 UV) « Hiver »

Options 1 - Finance d'Entreprise

Nombre UV de cours obligatoire(s)	5 UV
Nombre UV de cours électifs	3 UV
Nombre d'UV au total	8 UV
Nombre de séminaire(s) obligatoires	7

5 cours obligatoires

- CPTC31246 Analyse des états financiers
- ou CPTC31247 *Financial Statement Analysis*
- FINE31123 *Principles of Finance*
- ou FINE31124 Fondements de la finance
- FINE31126 Finance d'entreprise

- ou FINE31128 *Corporate Financial Management*
- FINE31252 Fusions et acquisitions
- ou FINE31253 *Mergers and Acquisitions*
- ou FINE32218 *Mergers and Acquisitions*
- FINS31351 *Financial Policy*
- ou FINS31353 Politique financière
- ou CPTC31355 *Strategic Business Analysis and Value Creation*

3 UV électifs parmi les cours suivants :

- ECOI31231 *Corporate Finance & Governance*
- FINE31130 Gestion financière court terme
- FINE31235 *Equity and Debt Capital Markets*
- FINE31254 Evaluation stratégique et financière
- FINE32219 Financial Analysis
- ou FING31259 Management bancaire
- FING31421 Finance Department Seminar Firm Valuation (1)
- ou FINE32217 *Firm Valuation (1)*
- FINM31162 *International Finance*
- ou FINM31163 Finance internationale
- FINM31164 Marchés financiers
- ou FINM31165 *Financial Markets*
- FINM31208 Finance immobilière
- FINM31261 *Portfolio Theory and Investments Analysis*
- ou FINM31160 *Théorie du Portefeuille et investissements*
- ou FINM32225 *Portfolio Theory and Investments Analysis*

Ainsi que les cours suivants :

Hors département Finance :

- DEVD31120 Droit des sociétés
- DEVD31132 Introduction au droit fiscal interne et international
- DEVD31224 Droit européen des affaires
- ECO31226 Analyse de conjoncture
- ECOI31271 *Game Theory*
- MGTE31364 Capital investissement
- ou MGTE31365 *Introduction to Private Equity*
- **Séminaires obligatoires :**
- FING31402 Séminaire éthique en finance (2)
- Chaire ESSEC Finance ou ECOMFIN : participation à 6 séminaires / webinaires au cours de la scolarité (3)

Notes :

- (1) FINE31128 Corporate Financial Management / FINE 31126 Finance d'entreprise est un prérequis recommandé pour ce cours.
- (2) Ce séminaire est obligatoire pour la filière Finance et ne donne lieu à aucun UV. L'inscription se fait sur bannière (sans mise de point)
- (3) Ces séminaires ou webinaires sont obligatoires et ne donnent lieu à aucun UV. Concerne uniquement les étudiants qui ont intégré l'ESSEC à compter de septembre 2015.

Options 2 - Finance de Marché

Nombre UV de cours obligatoire(s)	5 UV
Nombre UV de cours électifs	3 UV
Nombre d'UV au total	8 UV
Nombre de séminaire(s) obligatoires	7

5 cours obligatoires

- FINE31123* *Principles of Finance*
- ou *FINE31124* Fondements de la finance
- FINM31164* Marchés financiers
- ou *FINM31165* *Financial Markets*
- FINM31260* Théorie du portefeuille et investissements
- ou *FINM31261* *Portfolio Theory and Investment Analysis*
- ou *FINM 32225* *Portfolio Theory and Investment Analysis*
- FINM31270* *Options*
- ou *FINM31271* Options
- FINM31273* *Fixed Income*

3 UV électifs parmi les cours suivants :

- ECOI31231* *Corporate Finance & Governance*
- FINE32219* Financial Analysis
- FING31113* Commodity Risk Management for Corporates
- FING31115* Energy and Commodity Markets
- ou *FING31259* Management bancaire
- FING31421* Finance Department Seminar Firm Valuation (1)
- ou *FINE32217* *Firm Valuation (1)*
- FINM31208* Finance Immobilière
- FINM31162* *International Finance*
- ou *FINM31163* Finance internationale
- FINM31213* Agri-food Commodity Markets
- FINM32217* Advanced Options
- FINM31266* Trading et organisation des marchés financiers
- FINM31277* Options ans Applications
- FINM32407* Financial Risk Management
- IDSM31183* Financial Mathematics
- IDSS31263* Méthodes statistiques
- ou *IDSS31267* Financial Econometrics

Hors département Finance :

- DEV31132* Introduction au droit fiscal interne et international
- DEV31220* Droit de la banque et des marchés financiers
- ECO31157* Monnaie et banque
- ECO31226* Analyse de conjoncture

Séminaires obligatoires :

- FING31402* Séminaire éthique en finance (2)
- Chaire ESSEC Finance ou ECOMFIN : participation à 6 séminaires / webinaires au cours de la scolarité (3)

Notes :

- (1) *FINE31128* Corporate Financial Management / *FINE 31126* Finance d'entreprise est un prérequis recommandé pour ce cours.
- (2) Ce séminaire est obligatoire pour la filière Finance et ne donne lieu à aucun UV. L'inscription se fait sur banner (sans mise de point)
- (3) Ces séminaires ou webinaires sont obligatoires et ne donnent lieu à aucun UV. Concerne uniquement les étudiants qui ont intégré l'ESSEC à compte de septembre 2015.

Option 3 – Energy and Commodity Finance

Filière ouverte depuis l'année 2014-2015, elle répond aux besoins des professionnels du secteur et peut aussi compléter une autre option finance.

Opened in 2014-2015 to meet the professional needs of the sector, the track is complementary to other Finance tracks.

Informations clés sur l'option 6 :

Nombre UV de cours obligatoire(s)	5 UV
Nombre UV de cours électifs	3 UV
Nombre d'UV au total	8 UV
Nombre de séminaire(s)	7

5 cours obligatoires

- FINE31123* *Principles of Finance*
- ou *FINE31124* Fondements de la finance
- FING31113* *Commodity Risk Management for Corporates*
- FING31115* *Energy and Commodity Markets*
- FINM31213* *Agri-food Commodity Markets*
- FINM31164* Marchés financiers
- ou *FINM31165* *Financial Markets*

3 UV électifs parmi les cours suivants :

- ECO31123* *Macroeconomic Theory and development*
- FINE31126* Finance d'entreprise
- ou *FINE31128* *Corporate Financial Management*
- ou *FING31251* Management bancaire
- FING31421* Finance Department Seminar Firm Valuation (1)
- ou *FINE32217* *Firm Valuation (1)*
- FINM31162* *International Finance*

- ou FINM31163 Finance internationale
 FINM31266 Trading et organisation des marchés
 FINM31270 Options
- ou FINM31271 Options
 FINM31261 Portfolio Theory and Investments Analysis
- ou FINM31160 Théorie du Portefeuille et investissements
- ou FINM32225 Portfolio Theory and Investments Analysis
 FINM32217 Advanced Options
 FINM32407 Financial Risk Management
 IDSM31183 Financial Mathematics
 IDSS31263 Méthodes statistiques
 IDSS31267 Financial Econometrics
- **Séminaires obligatoires :**
 FING31402 Séminaire éthique en finance (2)
 ECOMFIN : participation à 6 webinaires organisés par le Centre de recherche en Economy and Commodity Finance au cours de la scolarité (3)

Notes :

- (1) FINE31128 Corporate Financial Management / FINE31126 Finance d'entreprise est un prérequis recommandé pour ce cours.
 (2) Ce séminaire est obligatoire pour la filière Finance et ne donne lieu à aucun UV. L'inscription se fait sur bannière (sans mise de point)
 (3) Ces webinaires sont obligatoires et ne donnent lieu à aucun UV. Concerne uniquement les étudiants qui ont intégré l'ESSEC à compter de septembre 2015.

Option 4 - Finance Générale

Nombre UV de cours obligatoire(s)	7
Nombre UV de cours électifs	3
Nombre d'UV au total	10 UV
Nombre de séminaire(s) obligatoires	7

- **7 cours obligatoires**
 CPTC31246 Analyse des états financiers
 ou CPTC31247 Financial Statement Analysis
 FINE31123 Principles of Finance
 ou FINE31124 Fondements de la finance
 FINE31126 Finance d'entreprise
 ou FINE31128 Corporate Financial Management
 FINE31252 Fusions et acquisitions
 ou FINE31253 Mergers and Acquisitions
 ou FINE32218 Mergers and Acquisitions

386

- FINM31164 Marchés financiers
 ou FINM31165 Financial Markets
 FINM31260 Théorie du portefeuille et investissements
 ou FINM31261 Portfolio Theory and Investment Analysis
 ou FINM32225 Portfolio Theory and Investment Analysis
 FINM31270 Options
 ou FINM31271 Options
- **3 UV parmi les cours électifs disponibles :**
 Option 1 : Finance d'Entreprise
 Option 2 : Finance de Marché
 - **Séminaires obligatoires :**
 FING31402 Séminaire éthique en finance (1)
 ECOMFIN : participation à 6 webinaires organisés par le Centre de recherche en Economy and Commodity Finance au cours de la scolarité (2)

Notes :

- (1) Ce séminaire est obligatoire pour la filière Finance et ne donne lieu à aucun UV. L'inscription se fait sur bannière (sans mise de point)
 (2) Ces webinaires sont obligatoires et ne donnent lieu à aucun UV. Concerne uniquement les étudiants qui ont intégré l'ESSEC à compter de septembre 2015.

Option 5- Finance de Marché – Singapour « hiver »

Nombre UV de cours obligatoire(s)	6,5 UV
Nombre UV de cours électifs	1,5 UV
Nombre d'UV au total	8 UV
Nombre de séminaire(s) obligatoires	7

- **3 UV-obligatoires à Cergy (avant de partir à Singapour)**
 FINE31123 Principles of Finance
 ou FINE31124 Fondements de la finance
 FINM31164 Marchés financiers
 ou FINM31165 Financial Markets
 FINM31270 Options
 ou FINM31271 Options
- **3,5 UV obligatoires à Singapour**
 FINM32217 Advanced Options (1 UV)
 FINM32219 Commodity Markets and Energy Product (1 UV)
 FINM32407 Financial Risk Management (1 UV)
 FINM32500 MathLab (0.5 UV)
- **1,5 UV électifs à Singapour parmi les cours suivants**
 FINE32217 Firm Valuation (1)
 FINM31261 Portfolio Theory and Investment Analysis
 FINM32115 Derivative Pricing and Trading (0.5 UV)

387

- FINM32221 Fixed Income (2)
 FINM32233 Structuring Treasury Products Seminar (0.5 UV)
 FINM32409 Real Estate Finance (0.5 UV)
 FINM32411 Alternative Assets (0.5 UV)
 FINM32412 VBA Programming for Finance (Market)
 FINM32415 Extreme Financial Risk (0.5 UV)
 FINM32501 Current Issues in Investment Banking (0.5 UV)

▪ **Séminaires obligatoires (Cergy) :**

- FIG31402 Séminaire éthique en finance (3)
 Chaire ESSEC Finance ou ECOMFIN : participation à 6 séminaires / webinaires au cours de la scolarité (4)

Notes :

- (1) FINE31128 Corporate Financial Management / FINE31126 Finance d'entreprise est un prérequis recommandé pour ce cours.
 (2) FINM 31164 « Marchés financiers » or 31165 « Financial Markets » (Cergy) est prérequis pour FINM 32221 « Fixed Income » et doit être validé avant de partir à Singapour.
 (3) Ce séminaire est obligatoire pour la filière Finance et ne donne lieu à aucun UV. L'inscription se fait sur bannière (sans mise de point)
 (4) Ces séminaires ou webinaires sont obligatoires et ne donnent lieu à aucun UV. Concerne uniquement les étudiants qui ont intégré l'ESSEC à compter de septembre 2015.

Remarques importantes

- Cette option se déroule au T2 à Singapour de Janvier à Mars.
- Les 3 UV de cours obligatoires à Cergy doivent impérativement être validés avant de rejoindre le campus de Singapour.
- Tout étudiant doit impérativement valider 3,5 UV de cours obligatoires et au moins 1,5 UV de cours électifs à Singapour. Ces UV ne peuvent en aucun cas être validés à Cergy. Le règlement ne prévoit aucune exception à cette règle.
- Tous les cours offerts à Singapour sont enseignés en anglais.

Option 6 – Finance d'Entreprise – Singapour « été »

Nombre UV de cours obligatoire(s)	7 UV
Nombre UV de cours électifs	1 UV
Nombre d'UV au total	8 UV
Nombre de séminaires obligatoires	7

!!! le cours CPTC31124 Info comptables et financières ou CPTC31125 Financial Accounting and reporting est prérequis pour candidater à cette option de la filière finance

▪ **1 UV obligatoire à Cergy (avant de candidater à l'option de Singapour)**

- FINE31123 Principles of Finance
 ou FINE31124 Fondements de la finance

▪ **1 UV obligatoire à Cergy (avant ou après de partir à Singapour)**

- CPTC31355 Strategic Business Analysis and Value Creation

▪ **5 UV obligatoires à Singapour**

- CPTC31247 Financial Statement Analysis
 FINE31128 Corporate Financial Management
 FINM31253 Mergers and Acquisitions
 FINM31162 International Finance
 FINM31165 Financial Markets

▪ **1 cours électif à Cergy (avant ou après Singapour) parmi :**

- ECOI31231 Corporate Finance & Governance
 FINE31130 Gestion financière court terme
 FINE31254 Evaluation stratégique et financière
 FINM31208 Finance immobilière
 FINE32219 Financial Analysis
 FIG31259 Management bancaire
 FINE31235 Equity and Debt Capital Markets
 FINM31261 Portfolio Theory and Investments Analysis
 ou FINM31160 Théorie du Portefeuille et investissements
 ou FINM32225 Portfolio Theory and Investments Analysis
 FINS31351 Financial Policy
 ou FINS31353 Politique Financière
 FIG31421 Finance Department Seminar Firm Valuation (1)
 ou FINE32217 Firm Valuation (1)

▪ **Séminaires obligatoires à Cergy**

- FIG31402 Séminaire éthique en finance (2)
 Chaire ESSEC Finance ou ECOMFIN : participation à 6 séminaires / webinaires au cours de la scolarité (3)

Notes :

- (1) FINE31128 Corporate Financial Management / FINE31126 Finance d'entreprise est un prérequis recommandé pour ce cours.
 (2) Ce séminaire est obligatoire pour la filière Finance et ne donne lieu à aucun UV. L'inscription se fait sur bannière (sans mise de point)
 (3) Ces séminaires ou webinaires sont obligatoires et ne donnent lieu à aucun UV. Concerne uniquement les étudiants qui ont intégré l'ESSEC à compter de septembre 2015.

Remarques importantes

- Cette option se déroule au T4 à Singapour de Juillet à Septembre.
- Tout étudiant doit impérativement valider les 5 UV de cours obligatoires à Singapour. Ces UV ne peuvent en aucun cas être validés à Cergy. Le règlement ne prévoit aucune exception à cette règle.
- Tous les cours offerts à Singapour sont enseignés en anglais.

Option 7 – Finance d'Entreprise – Singapour « hiver »

Nombre UV de cours obligatoires	6 UV
Nombre UV de cours électifs	2 UV
Nombre d'UV au total	8 UV
Nombre de séminaires obligatoires	7

!!! le cours CPTC31124 Info comptables et financières ou CPTC31125 Financial Accounting and reporting est pré-requis pour candidater à cette option de la filière finance

- **1 UV obligatoire à Cergy (avant de candidater à l'option de Singapour)**

FINE31123 Principles of Finance

ou FINE31124 Fondements de la finance

- **2 UV obligatoires à Cergy (avant ou après Singapour)**

FINE31128 Corporate Financial Management

ou FINM31126 Finance d'entreprise

FINS31351 Financial Policy

ou FINS31353 Politique Financière

ou CPTC31355 *Strategic Business Analysis & Value Creation*

- **3 UV obligatoires à Singapour**

CPTC31247 Financial Statement Analysis

FINM31253 Mergers and Acquisitions

FINE32217 Firm Valuation (1)

- **2 UV électif à Singapour**

FINM31261 Portfolio Theory and Investments Analysis

FINM32412 VBA Programming for Finance (Corporate)

FINM32407 Financial Risk Management

FINM32221 Fixed Income (2)

FINM32219 Commodity Markets and Energy Products (2)

FINM32501 Current Issues in Investment Banking (0.5 UV)

FINM32409 Real Estate Finance (0.5 UV)

FINM32411 Alternative Assets (0.5 UV)

FING31113 Commodity Risk Management for Corporates (0.5 UV)

- **Séminaires obligatoires à (Cergy)**

FING31402 Séminaire éthique en finance (3)

Chaire ESSEC Finance ou ECOMFIN : participation à 6 séminaires au cours de la scolarité (4)

Notes :

(1) *FINE31128 Corporate Financial Management / FINE31126 Finance d'entreprise est un pré-requis recommandé pour ce cours.

(2) Le cours FINM31164/165 « Marchés financiers / Financial Markets » est un pré-requis obligatoire pour ces cours. Tout étudiant qui souhaite suivre un de ces deux cours doit valider le cours FINM31164/165 avant de partir à Singapour.

(3) Ce séminaire est obligatoire pour la filière Finance et ne donne lieu à aucun UV. L'inscription se fait sur banner (sans mise de point)

(4) Ces séminaires ou webinaires sont obligatoires et ne donnent lieu à aucun UV.

Concerne uniquement les étudiants qui ont intégré l'ESSEC à compte de septembre 2015.

Remarques importantes

- Cette option se déroule au T2 à Singapour de Janvier à Mars.
- Tout étudiant doit impérativement valider les 3 UV de cours obligatoires et 2 UV de cours électifs à Singapour. Ces UV ne peuvent en aucun cas être validés à Cergy. Le règlement ne prévoit aucune exception à cette règle.
- Tous les cours offerts à Singapour sont enseignés en anglais.

■ Structure et fonctionnement
L'admission

Pour s'inscrire à la filière Finance et pour postuler à la filière à Singapour, les étudiants doivent avoir validé le cours fondamental *FINE31123/FINE31124 (Principles of Finance/Fondements de la finance)* avec une note de 12/20 au minimum et ce pour toutes les options.

Un étudiant n'ayant pas validé le cours *FINE31123/FINE31124 (Principles of Finance/Fondements de la finance)* lors de sa première inscription n'est pas éligible à la filière finance et cela indépendamment de sa note lors d'inscriptions ultérieures.

Un étudiant peut s'inscrire et suivre plusieurs options et en valider plusieurs également.

Pour de plus amples renseignements sur la filière à Singapour et sur le processus de sélection, voir le chapitre Singapour. L'inscription à la filière Finance se fait en ligne directement via MSc Program Center, onglet « Chairs and Tracks », sous-partie filière Finance.

La validation

Une fois tous les cours requis validés dans l'une ou l'autre option, l'étudiant est certifié par le département Finance dans l'option choisie. La validation de la filière Finance est mentionnée dans le supplément au diplôme de l'étudiant.

Excepté le cours fondamental de finance, **deux cours au maximum** peuvent être validés dans le cadre des échanges universitaires. Les étudiants doivent contacter le département Finance afin de faire valider ces deux cours.

Le partenariat avec le CFA Institute

La filière est partenaire du CFA Institute, ce qui signifie que 70 % du corpus des connaissances demandées pour préparer les examens du programme CFA Institute sont couverts.

Dans le cadre de ce partenariat, les meilleurs étudiants de la filière bénéficient également de bourses (au nombre de 5) permettant la prise en charge de près de 80 % du coût de la formation (offre des livres préparant aux examens, couverture partielle des coûts de présentation aux examens du CFA, possibilité de participation aux conférences et formations organisées par le CFA Institute).

Contact

Pour plus d'informations, contacter le secrétariat : Bureau A410
Corinne DEHER – deher@essec.edu – 01 34 43 39 15

Le CFA Institute



Le CFA Institute est une association professionnelle globale créée il y a soixante ans. Le CFA Institute administre la certification CFA (CFA = Chartered Financial Analyst), reconnue comme un standard d'excellence mondiale. Le CFA Institute développe un programme et organise un examen en 3 niveaux à l'échelle mondiale et qui délivre une certification professionnelle partagée aujourd'hui par 95 000 membres dans 135 pays. Plus d'informations sont disponibles sur le site du CFA Institute : www.cfainstitute.org

Risk Actuarial Track – ESSEC-ISUP

Director: Marie KRATZ, Professeure ESSEC (office N311; kratz@essec.edu), Actuaire Agrégée de l'Institut des Actuaire / Fellow of the French Institute of Actuaries
Assistant: Frédérique JEAN-LOUIS (office N323 ; jeanlouis@essec.edu)
Research Lab: CREAR (<http://crear.essec.edu/>)
ESSEC Association of Actuaries and Analysts on Risk: E3AR (<http://crear.essec.edu/actuary-track/association-actuaire-essec>)

▼ Informations clés sur la filière :

Number of mandatory courses	9 (T1 et/ou T2 et/ou T3)
Awarding	9 UV
Number of optionnal courses	3
Awarding	3 UV
Total number of credits (UV) required to validate the track	9 UV

What is an Actuary? Quoting the definition by the 'Institut des Actuaire' (IA): "*l'actuaire est un professionnel de l'évaluation, la modélisation et de la gestion des risques dans leurs dimensions comptable, économique, assurantielle, financière et sociale.*" and by the British Institute and Faculty of Actuaries (IFoA): "*Actuaries are respected professionals whose innovative approach to making business successful is matched by a responsibility to the public interest. Actuaries identify solutions to financial problems. They manage assets and liabilities by analyzing past events, assessing the present risk involved and modeling what could happen in the future.*"

An actuary is an **expert in risk management and quantitative finance**. With a strong scientific (mathematics) background, the actuary has to master not only methods and tools from economical and financial theories to develop mathematical models for measuring the uncertain evolution of the environment, in view of risk management, but also be comfortable with the legal, accounting and business aspects, part of the domain in which she/he has to operate.

An actuary, due to her/his multiple skills, can occupy **many functions** (analyst, researcher, consultant, data scientist, product manager, risk manager, ...) in **various fields of activity** such as administration, (re)insurance, audit, consulting, bank and finance, teaching and research, industry and services, ...

Students from the QRM (Quantitative Risk Management) & Actuarial Track get a **double skill: technical and managerial**. The technical training helps the actuary to understand the stochastic nature of the problems they have to solve, as well as the strategic issues behind the financial products. This training covers the following fields: probability & statistics, data science, economics & econometrics, corporate & market finance, accounting & audit, risk analysis & management. The training in management is part of the normal business school curriculum. This business school environment makes the actuarial track particularly suited to cope with the changes the actuarial profession is currently undergoing, with the advent of risk based solvency and the emphasis made on risk management within financial institutions. Combining quantitative courses in Finance and Risk Management with their management training, the ESSEC actuary is well rounded to address the strategic issues of a bank, insurance or financial institution, tasks that are more and more in demand within the industry. The **international dimension** developed at ESSEC is also quite an asset in a globalized world. That is why ESSEC actuaries are sought after and have fast and interesting career opportunities, worldwide.

Among actuarial studies in France, only 10 are accredited by the French Institute of Actuaries ('Institut des Actuaire' – IA) and the actuarial track at ESSEC is the only one hosted by a business school in France, since 1991, through an agreement between ESSEC and l'ISUP-Paris VI (Institut de Statistique de l'Université Pierre et Marie Curie – Paris VI). Candidates completing this track need to perform a 6 months internship in a company and to write an actuarial thesis, that will be defended in front of a IA-committee. If successful, they obtain the title of Actuary (member of IA), in addition to their ESSEC degree. Note that the actuarial track will be open to non-French speaking students from the academic year 2017-18.

How can you become 'ESSEC actuary'?

- You are part of the 'Grande Ecole' program
- You love mathematics and sciences
- You are curious and open minded
- You are ready to do one extra year, after having validated ESSEC courses (in part. the courses required for the actuarial track), to complete her /his training at ISUP in actuarial sciences and to perform 6 months internship in a company (in France or abroad; this internship can be considered as part of the professional experiment required at ESSEC), writing an actuarial thesis of the topics developed during this internship.

Is the actuarial track compatible with other tracks (L3 or Master in Mathematics (probability, Statistics) at UPMC, double diploma ESSEC-ENSAE or Centrale, Master Data Science & Business Analytics, Financial track - option Financial, core track in Singapore, ...)?

Yes, if all courses required for the actuarial track are validated and if you are ready to do an extra year after your schooling to complete your training at ISUP and to do the required 6 month actuarial internship.

Application Process

This track is restricted to students from Grande Ecole, namely students selected to the Bachelor from the entrance exam-scientific option, and AST students coming from scientific training.

At most **10 ESSEC candidates** are selected for the actuarial track (this number should increase in the coming years), the last step selection being done from the average of the grades obtained in the 3 courses: Financial Mathematics, Méthodes Statistiques/Advanced Statistics, and Financial Econometrics (note that for each course, a grade above 12/20 is required). We would advise you to validate those three courses during the 1st year of MSc.

The application is done online on the website of the track. The student is required to submit,

- A detailed CV (providing also the grades obtained in any quantitative course)
- A motivation letter

Applying can be done at any time the year before the training at ISUP (within the limit of available places).

A document on the actuarial track is also available at the assistants office of the IDS department (N323) and on the website: crear.essec.edu/actuary-track.

Further information can be asked to members of the ESSEC Association of Actuaries and Analysts on Risk (E3AR).

Program

At ESSEC, students have to validate **9 mandatory courses**:

- 6 courses of the IDS department:

- IDSD31375* Quantitative Risk Management
- IDSM31183* Financial Mathematics
- IDSS31161* Introduction to Econometrics
- IDSS31165* Big Data Analytics
- IDSS31263* Méthodes statistiques
- IDSS31267* Financial Econometrics

- 3 cours du département FIN :

- FINM31164* Marchés financiers
- or *FINM31165* Financial Markets

- FINM31260* Théorie du portefeuille et investissements
- or *FINM31261* Portfolio Theory and Investment Analysis
- FINM31270* Options
- or *FINM31271* Options

The list of **elective** and advised **courses** can be looked at on the website dedicated of the track: [http:// essec.edu/crear-essec/actuary-track/description](http://essec.edu/crear-essec/actuary-track/description)
or <http://ids-department.essec.edu/teaching/actuary-track>

Some courses are common to the financial track (option: financial markets); these 2 tracks can then be chosen jointly, the actuarial track requiring to master financial markets, among other skills.

After the validation of ESSEC courses, the training goes on at ISUP-UPMC, with **8 mandatory courses** during 2 semesters² :

Econometrics of Non-Life Insurance	Reinsurance
Econometrics of Life Insurance	Collective Insurance and Employee Benefit
Duration Models in Actuarial Science	Accounting in Insurance
Big data and Insurance	Insurance Regulation

NB: In the framework of the international accreditation of IA for the Actuary certification, the syllabi of ESSEC and ISUP courses might be modified, as well as the program of ISUP courses. It is advised to check the updated program on the website.

- **After** having validated the courses with an average grade higher than 12, you must do a **6 months internship** in actuarial science / analysis and risk management (in France or abroad), under the ESSEC academic responsibility. This internship will lead to the writing of an actuarial thesis, which must be validated by the academic tutor, then defended in front of an IA committee.

Working Group on Risk (WG Risk) - Center of Research Econo-financière and Actuarial science on Risk (CREAR)

It is strongly recommended to the students of the actuarial track to participate in the WG Risk. Regular meetings including fortnightly seminar by an expert of the field, take place at La Défense. It is organized by M. Kratz, with the support of the IDS department, Labex MME-DII, the group BFA (Banque Finance Assurance) of the SFdS (Société Française de Statistique), and Institute of Actuaries (IA). Since March 2012, IA considers it as part of its program PPC

¹ Courses and number of courses may be modified; please check the update on the website

² There are only a few courses taking place during the 2nd semester, hence it has been authorized by ISUP to take and validate those courses during the last ESSEC year

(Programme de Perfectionnement Professionnel Continu). For more information, visit:
<http://crear.essec.edu/working-group-on-risk>

- On the actuarial track:
<http://essec.edu/crear-essec/actuary-track/description>
or <http://ids-department.essec.edu/teaching/actuary-track>
- On the Working Group on Risk:
<http://crear.essec.edu/working-group-on-risk/>
- On the Center of Research in Econo-finance and Actuarial science on Risk (CREAR) :
<http://crear.essec.edu>
- On 'Institut des Actuaire's' : <http://www.institutdesactuaire.fr>

NB: the yearly document of IA is available at the IDS assistant office.

Business Analytics Methods Track

Referent: Laurent ALFANDARI, ESSEC Professor
Assistant: Frédérique JEAN-LOUIS – jeanlouis@essec.edu – 01 34 43 32 49, IDS Department

IMPORTANT: The track can be followed entirely in English

▼ Key information on the track:

Number of mandatory courses	4
Awarding	4 UV
Number of optionnal courses	2
Awarding	2 UV
Total number of credits (UV) required for the Track graduation	6 UV

Objectives

The Business Analytics Methods (B.A.M) track is **methodology-oriented**. It provides models and methods for descriptive, predictive and prescriptive analytics, hence covering all stages of decision-making. It is designed for ESSEC students who have a strong mathematical background and who wish to apply their analytic skills to business decisions during their professional career. As the economic environment is more and more complex with increasing number of dimensions, parameters, products, customer segments, business units or rules involved in decision-making, companies search for high-potential business school graduates who combine managerial skills and rigorous quantitative techniques to face complexity, properly analyze data and optimize decision-making (planning, sizing, pricing...). Moreover, statistical models and risk-management techniques give the manager a valuable asset to face increasing uncertainty of markets and environment. The B.A.M track will be **useful to general managers and consultants**, as well as to ESSEC students who wish to start their career by a position of **business analyst or data scientist**. The Business Analytics Methods track **focuses on**

quantitative models and methods, contrary to the Accenture Strategic Chair Business Analytics which is more application-oriented.

Courses

- **4 mandatory courses:**
 - IDSD31113* *Decision Analysis*
 - IDSS31161* *Introduction to Econometrics*
 - IDSS31165* *Big Data Analytics*
 - IDSD31375* *Quantitative Risk Management*
- **2 elective courses among:**
 - CPTG31212 *Gestion stratégique des coûts*
 - or CPTG31213 *Strategic Cost Management*
 - FINM31260 *Théorie du portefeuille et investissements*
 - or FINM31261 *Portfolio Theory and Investment Analysis*
 - IDSM31183 *Financial Mathematics*
 - IDSS31267 *Financial Econometrics*
 - IDSI31400 *Analyse prédictive avec SAS*
 - or IDSI31401 *SAS Tools with Predictive Analytics*
 - IDSS31201 *Forecasting & Predictive Analytics*
 - IDSS31263 *Méthodes Statistiques*
 - IDSI31224 *Langage C*
 - IDSI31406 *Programmation VBA*
 - IDSI31407 *VBA Programming*
 - MOP031212 *Pilotage Supply chain*
 - or MOP031213 *Supply Chain Analytics & Tools*
 - MKGF31221 *Marketing Analytics*

Information Systems Track

Coordinator: Nicolas PRAT, ESSEC Professor
Assistant: Patricia FERNANDEZ – fernandez@essec.edu – 01 34 43 32 45, IDS department

▼ Key information on the track:

Number of compulsory courses	4
Awarding	4 UV
Number of course to choose from list	2
Awarding	2 UV
Total number of credits (UV) required to validate the track	6 UV

Objectives

Information Systems (IS) and Information Technology (IT) are of strategic importance in organizations today. IT is impacting every aspect of business, and the world is digitalizing at an exponential rate.

The information systems track is open to students wishing to specialise in IS and IT during the MSc period, and capitalize on this expertise during their internship, apprenticeship, and/or their profession. The track can be taken entirely in English. It is of special interest to students wishing to work in the IT sector, consulting or in an IS function after graduating from ESSEC.

The track complements and builds upon the core course (IDSI31134 Management de l'IT à l'ère numérique or *IDSI31135 Managing IT in the Digital Age*). This course is not a prerequisite, but is required to validate the track.

Prerequisites

To qualify for the track, students should have validated (or been exempted from), the following two courses:

- IDS121020 Introduction à l'informatique
- or IDS131088 Mise à niveau Informatique
- or *IDS131089 Refresher Course Computing Skills*

Track curriculum

The track is composed of **6 courses**. These courses (with the IS/IT core course) are the minimum required from students to validate the track.

- **A concentration («major»), with 4 compulsory courses:**

- IDSI31129 Database Management*
- or IDS131130 Base de données
- IDS131132 Excel avancé pour managers
- or *IDSI31133 Advanced Excel for Managers*
- IDSI31341 e-Business Strategy & Operations*
- IDSI31377 Business Intelligence*

As a substitute for **one** of these four courses, students may conduct a research credit (supervised by an Information Systems Professor from the Department), on a topic directly related to the course).

- **1 course about Internet/e-business, chosen among the following:**

- IDSE31301 e-Business Entrepreneurship*
- IDSI31235 e-Business in Asia*
- IDS131338 Création de sites Web
- or *IDSI31339 Website Creation*

- **1 course about Programming, chosen among the following:**

- IDS131224 Langage C
- IDS131406 Programmation VBA
- or *IDS131407 VBA Programming*

Jobs and positions

The track is of special interest to students planning to work in the IT sector, in consulting, or in the IS/IT division of a large company. Typical positions are presented below (the list is not exhaustive):

- **In the IT sector:**
 - Any function within a hardware or software company (including marketing, sales, human resources, finance...)

- Any function within an Internet-based company (e.g. IT entrepreneurs starting an on-line business).

- **In consulting:**
 - IT consultant
 - E-Business consultant
 - Business process consultant
 - Strategy and transformation consultant.
- **In an IS/IT (or related) division:**
 - Project manager
 - Programme/portfolio manager
 - Head of IT and IT strategy
 - Director of Business Development and Emerging Technologies.

Filière Entrepreneuriat

Responsable : Hamid BOUCHIKHI, professeur et Directeur du Centre d'Excellence en Entrepreneuriat

Assistante : Jessica ROUSSEL – roussej@essec.edu – 01 34 43 37 54 – Département Management

▼ Informations clés sur la filière :

Nombre de cours obligatoires	6
Rapportant au total	6 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour valider la filière	6 UV

Cultiver le goût d'entreprendre et donner aux étudiants entrepreneurs les moyens de réussir.

Animée par le Centre d'Excellence en Entrepreneuriat, la filière propose aux étudiants un ensemble d'enseignements destinés à développer leur goût pour l'entrepreneuriat et à leur fournir des méthodes et outils dont ils peuvent se servir dans de nombreux contextes professionnels.

Les étudiants engagés dans la création d'une entreprise, à but lucratif ou social, peuvent y trouver un environnement propice pour concrétiser à la réalisation de leur projet.

Par leur nature multidisciplinaire et leur orientation pragmatique, les enseignements de la filière Entrepreneuriat permettent également aux étudiants de progresser vers la synthèse et la mise en pratique des connaissances acquises dans les cours de gestion.

La participation aux enseignements de la filière Entrepreneuriat est très fortement recommandée aux étudiants entrepreneurs désireux de bénéficier de l'accompagnement opérationnel du Centre d'Excellence en Entrepreneuriat : incubation, coaching, mise en relation avec des acteurs de l'écosystème entrepreneurial, financement via le fonds ESSEC Ventures. Ce parcours fait partie de la scolarité et contribue à l'obtention du diplôme.

Les étudiants désireux de valider la filière doivent choisir 6 UV dans la liste suivante :

- DEVE31200 Droit et entrepreneuriat
- IDSE31301 e-Business Entrepreneurship*

- MGTE31281 *Internet-based Investing (Non programmé en 2017/2018)*
 MGTE31282 De la start-up à la PME
 MGTE31360 Entrepreneuriat
 ou MGTE31361 *Entrepreneurship*
 MGTE31362 Concevoir, valider et planifier un projet d'entreprise
 ou MGTE31363 *New venture design and planning*
 MGTE31364 Capital investissement
 ou MGTE31365 *Introduction to Private Equity*
 MGTE31369 *Cleantech Entrepreneurship*

L'Incubateur

Directeur Exécutif : Julien MOREL
 Responsable Accompagnement Entreprises : Delphine BEAU
 Responsable Communication et Relation Médias : Luisa MASCHIO
 Contact : Naima JEBBOURI ESSKALI – esskali@essec.edu – 01 34 43 30 71
<http://www.essec.fr/lessec/essec-ventures>
 Twitter : @essecventures
 Facebook : [facebook.com/essecventures](https://www.facebook.com/essecventures)

Descriptif

Les étudiants qui élaborent un projet dans les cours d'entrepreneuriat et souhaitent le mettre en œuvre pendant leur scolarité peuvent candidater à l'Incubateur où ils bénéficieront d'une palette de services destinés à faciliter la création de leur entreprise.

L'incubateur met à la disposition des créateurs les moyens suivants :

- Un suivi régulier d'avancement des projets permettant aux porteurs de projets de bénéficier des conseils, contacts et expériences d'une équipe d'entrepreneurs pour aider les jeunes étudiants à mettre le pied à l'étrier ;
- Une plate-forme logistique composée de locaux et d'équipements bureautiques,
- Des ressources documentaires comprenant des outils d'aide à la création : fiches pratiques sur les aspects juridiques, comptables, fiscaux ;
- Le soutien d'une trentaine de partenaires publics et privés. Grâce à ses partenaires, l'Incubateur vous propose un accompagnement sur mesure pour chacune des start-ups : conseils sur le business plan, la levée de fonds, les aspects juridiques et comptables, les montages financiers, le marketing, les ressources humaines, la R&D, et mentorat par des entrepreneurs expérimentés.

Validation des acquis professionnels

Le temps passé dans l'Incubateur est considéré comme une période d'acquisition d'expérience professionnelle, validée, selon les règles définies par le Centre de Validation de l'Expérience Professionnelle (CVEP) de l'ESSEC. L'Incubateur permet aux porteurs de projets d'obtenir une ou deux unités de valeur d'expérience professionnelle (UVEP).

B2B Relationship Management Track

Coordinator: Hubert FAUCHER, ESSEC permanent professor
 Assistant: Sylvie GALLET – gallet@essec.edu – 01 34 43 32 48

Key facts on the track:

Number of mandatory courses	4
Awarding	4 UV
Number of optional courses	2
Awarding	2 UV
Total number of credits required for validation	6 UV

Introduction

Although little known by many, the B2B sector offers myriads of outstanding professional careers and experiences to those who dare to leave the well-paved avenues of retail sales and marketing. Little known indeed, yet countless, are the organizations acting at these levels of the economy, be they service or industrial companies, B2B distributors or wholesalers, capitalistic or non-profit organizations... The B2B activities represent the dominant part of a nation's economy, from cash-and-carry or suppliers to retail product manufacturers, up to the exploitation of natural resources. It is characterized by the preeminence of demanding relationships between suppliers and customers whose individuals personally know each other and generally have to manage both diverging and converging stakes, most often in a mid-to-long term perspective, which calls for loyalty.

Objectives

The "B2B Relationship Management" track aims at training students to become seasoned B2B specialists, mastering the global complexity of business networks. They may be eventually interested by downstream/purchasing positions as Customers or upstream/commercial positions as Suppliers. After going through the track's curriculum, the participants will benefit from unique takeaways such as the ability to deeply understand the positions and stakes of the organizations and individuals situated across the B2B bond. After exploring numerous positions in turn, such as those of the sales representative, key account manager, marketing or product manager, procurement manager, supply-chain manager or lawyer, including the possible position of the consultant, they will be prepared to choose the B2B perspective that best suits them, and evolve from there on.

Track Curriculum

The track offers both compulsory and optional courses, which are listed below. These courses deal with five different aspects of this complex domain of expertise: the Supply side (Marketing, Sales, Key Account Management), the Procurement side (Purchasing & Procurement), the

Supply Chain Management approach (Supply Chain Tools & Applications), Negotiation (Negotiation workshop) and Law (International Business Law).

A validated training period in the domain is also required for validation (see below).

Note: the applicants are encouraged to validate the Marketing Management course (MKGM31128) or its French equivalent (MKGM31129) before applying to the track, although this course is not strictly compulsory at the time of application.

- Mandatory courses :

All the following course choices must be validated:

- DEVN31140 Atelier de négociation
 Or DEVN31141 Negotiation Workshop
 MKGF31237 Key Account Management
 MKGS31124 Marketing BtoB
 Or MKGS31125 B2B Marketing
 Or MKGS31228 B2B Agri-food Marketing Policy

- Optional courses :

At least two of the following course choices must be validated:

- DEV31126 Droit des affaires
 Or DEV31127 Doing Business
 MKGF31215 Gestion de la force de vente
 MKGS31223 B2B Digital Marketing Management
 MOP31212 Pilotage de la Supply Chain: outils appliqués
 Or MOP31213 Supply Chain Analytics & Tools

Validation

Prior to entering the track, students must have validated the course "Marketing Management" (MKGM31128 or MKGM31129). Validating the track is conditional upon:

- The validation of the four compulsory course series
- The validation of two optional courses within those listed
- The validation of at least a three-month internship in one of the track's fields of expertise (pre-validation by the track's coordinator is recommended to avoid disillusion).

All students eligible to the ESSEC MSc diploma having validated the B2B Relationship Management track will be given a certificate both in French and English by the track coordinator.

Filière Business Design et Innovation

Responsable : Emmanuelle LE NAGARD, professeur ESSEC

▼ Informations clés sur la filière :

Nombre de cours obligatoires	2
Rapportant au total	3 UV et 2/3 d'UVEP
Nombre de cours optionnels	3
Rapportant au total	3 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour valider la filière	6 UV et 2/3 d'UVEP

La filière Business Design et Innovation a pour objectif de former les étudiants à la conception de produits et/ou de services innovants, avec une approche pluridisciplinaire très prisée des entreprises. Elle associe donc des cours de marketing avec des cours orientés conception ou design, dans une perspective globale de développement durable.

La filière Business Design et Innovation initiera ses étudiants aux derniers modes d'innovation tel que le Design Thinking, la génération de Business Models innovants ou encore le prototypage rapide. Les cours de la filière permettent d'étudier en profondeur les différents concepts qui seront mobilisés lors du travail sur les projets d'innovation confiés par les entreprises dans le programme CPI. Il est donc souhaitable que l'ensemble des cours de la filière soient suivis la même année.

Programme d'enseignement

■ 2 cours obligatoires

Le socle de son enseignement est le programme CPI, associant l'ESSEC, l'École Centrale Paris et Strate Design (école de design) que les étudiants sont tenus de suivre sur deux trimestres :

MKGF31230 Création de produit innovant 1 (T1)

MKGF31232 Création de produit innovant 2 (T2)

Le programme CPI permet aux étudiants de travailler en équipes pluridisciplinaires sur des projets concrets de conception de produits et services innovants, confiés par des entreprises, et qui ont pour ambition d'être mis sur le marché.

Pour de plus amples informations sur le programme CPI, merci de consulter le descriptif ci-avant.

■ 3 cours optionnels à choisir

L'étudiant inscrit dans la filière doit également suivre et valider trois cours optionnels à prendre parmi la liste suivante :

IDSE31301 e-Business Entrepreneurship

MGMT31256 Management d'Innovation

ou MGMT31257 Innovation Management

MKGF31304 Design de produits et services

MOPI31201 Responsible Innovation

ou MOPI31202 Innovation responsable

Sport Business Sport Business Track

Coordinator: Thierry LARDINOIT, ESSEC Professor – lardinoit@essec.edu
Contact: sport-business-track@essec.edu

Important: The Track may be followed entirely in English

▼ Key Information on the Track:

Number of mandatory courses	3
Awarding	3 UV
Number of optional courses (inc. optional Research UV)	3
Awarding	3 UV
Total number of credits required to validate the Track	6 UV

Introduction

The Track, previously International Sports Marketing Chair, was created as a response to growing demands from companies who play an active role in Sports Marketing who wish to recruit talented managers capable of defending the company's strategies when challenged by a committee of stakeholders and their expectations. Be it at an International or national level, sports is an important vector to be used as a strategic tool for companies, organisations or territories.

Objectives

The Track's objective is to train leaders capable of providing solutions to the ever growing expectations of a sector in constant need of professionalization and who are able to propose profitable strategic investments in Sports Marketing.

Curriculum

3 mandatory courses

MKGS31481 *Sport Marketing: the Organizer's point of view*

MKGS31485 *Economy, Governance and Organization of international sport*

MKGS31487 *Marketing Through Sports: Analysis of Company perspective*

3 elective courses to be chosen among the following:

CPTG31222 *Piloter plans et projets*

or CPTG31223 *Managing Plans and Projects*

DEVN31140 *Atelier de négociation*

or DEVN31141 *Negotiation Workshop*

FING31421 *Finance department Seminar (Firm Valuation)*

FINE32217 *Firm Valuation*

MGTM31226 *Management des organisations*

or MGTM31227 *Management of Organisations*

MGTP31204 *Ethique et décision*

or MGTP31205 *Business Ethics*

- MGTS31261 *International Strategy & Management*
- MKGC31112 *Etudes en marketing*
- or MKGC31113 *Marketing Research*
- MKGC31125 *Comportement du consommateur*
- or MKGC31126 *Consumer Behavior*
- MKGS31124 *Marketing BtoB*
- or MKGS31125 *B2B Marketing*
- MKGS31203 *Digital Marketing Strategy*
- MOPI31203 *Services Management*
- or MOPI31204 *Management de Services*

+ 1 Research UV

▪ Research UV field work

It is highly encouraged to participate in a research UV. You have the opportunity to realize a consulting-type project with one of the best actors of the sport business (UEFA, IOC, Heineken...), getting in touch with Alumni experts in their profession. The project helps to identify the necessary skills required in order to work on a specific mission pertaining to the company's strategic development and to learn the methods used in the best consulting companies.

Inscription & validation

Inscription must be done by email to sport-business-track@essec.edu

The inscription to the 3 mandatory courses AND the Research UV allows the participant to take part in the Alumni Cercle ESSEC Sport Business events (ESSEC graduated involved in the sport business).

Filière Management des Opérations

Co-responsables : Professeur Philippe-Pierre DORNIER (Cergy) et Professeur Xavier PAVIE (Singapour)

Assistante : Jennifer RODRIGUES DA SILVA - rodriguesdasilva@essec.edu – 01 34 43 32 08

▼ Informations clés sur la filière :

Nombre de cours obligatoire(s)	4
Rapportant au total	4 UV
Nombre de cours optionnel(s)	2
Rapportant au total	2 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour valider la filière	6 UV
Stage obligatoire dans un des domaines de la filière	3 mois min.
Rapportant au minimum	1 UVEP

Tant dans le domaine des services que dans celui de la distribution ou de l'industrie, que ce soit dans les domaines BtoC ou BtoB, les entreprises donnent une place privilégiée aujourd'hui à la gestion des opérations (conception, innovation, achat, production, distribution, soutien, relation et service client ...). Elle devient de plus en plus un moyen indispensable pour créer des avantages compétitifs.

La filière Management des Opérations est ouverte aux étudiants qui souhaitent acquérir une compétence approfondie dans les domaines du management des opérations. Elle doit notamment leur permettre de participer, tant sur le plan stratégique qu'opérationnel, à l'essor d'activités de conception de produits ou de processus, de production, de distribution physique, de gestion de la qualité, de gestion des risques, d'achat et d'approvisionnement, gestion des services, de gestion des processus d'innovation, de gestion des supply chains et des opérations durables, etc.

La filière Management des Opérations contribue ainsi au développement de compétences transversales pour un management intégré et efficient des ressources physiques et intangibles de l'entreprise.

La filière s'adresse aux étudiants qui souhaitent :

- suivre une carrière de management dans une fonction opérationnelle dans une grande entreprise, comme par exemple le supply chain management, la gestion de qualité, les achats, la gestion de technologie, la logistique, la relation et le service client...
- acquérir des compétences profondes dans la gestion des opérations afin de créer leurs propres entreprises dans ce domaine.

Les étudiants ont la possibilité de suivre les cours de la filière MOP à Cergy ou de les suivre en partie à Singapour lors d'un trimestre (T1).

Programme d'enseignement à Cergy

Les étudiants sont tenus de suivre :

- **4 cours obligatoires, à choisir parmi les cours MOP suivants :**
 - MOPI31201 *Responsible Innovation*
 - Ou MOPI31202 *Innovation responsable*
 - MOPI31203 *Management de Services*
 - Ou MOPI31204 *Services Management*
 - MOP031211 *Revenue Management*
 - MOP031212 *Pilotage de la Supply Chain: outils appliqués*
 - Ou MOP031213 *Supply Chain Analytics & Tools*
 - MGTM31356 *Management d'innovation*
 - Ou MGTM31357 *Innovation Management*
 - MOPP31100 *Management Supply Chain*
 - Ou MOPP31101 *Supply Chain Management*
 - MOPP31105 *Operations Management*
 - MOPP31107 *Sustainable Operations Management*
 - MOPP31230 *Management des achats et approvisionnement*
 - Ou MOPP31231 *Purchasing and Procurement Management*
 - MOPP31232 *Gestion de projet*

- **2 cours optionnels parmi :**
 - (a) Les autres cours du département Management des Opérations mentionnés ci-dessus ou
 - (b) Les cours ci-dessous :
 - CPTG31222 *Piloter plans et projets*
 - ou CPTG31223 *Managing Plans and Projects*
 - IDSD31375 *Quantitative Risk Management*
 - MKGS31124 *Marketing BtoB*
 - ou MKGS31125 *B2B Marketing*

Programme d'enseignement à Singapour

Les étudiants sont tenus de suivre et valider l'équivalent de 6 UV ci-dessous :

- **6 cours obligatoires (rapportant 6 UV):**
 - Operations Management (1 UV)*
 - Industrial Strategy & Purchasing (1 UV)*
 - MGTM31356 *Innovation Management (1 UV)*
 - FMCG Product Management in Asia (1 UV)*
 - Culture and company visit (1 UV)*
 - Supply chain management in Digital Age (1 UV)*

Le stage en entreprise

Les étudiants souhaitant suivre la filière devront effectuer un stage en entreprise de 3 mois minimum. Ce stage permet aux étudiants d'appliquer leurs connaissances acquises et de découvrir le monde professionnel du management des opérations. Le stage doit être effectué dans l'un des domaines du management des opérations (ex : management de la supply chain ou logistique, gestion de la qualité, gestion de projet, gestion de la production, développement de nouveaux produits, revenue management...).

Avant d'entreprendre ce stage, veuillez impérativement à contacter Jennifer RODRIGUES DA SILVA, assistante du département Management des Opérations, (par e-mail à : rodriguesdasilva@essec.edu) afin de confirmer son adéquation avec la filière.

Inscription et validation de la filière Management des Opérations

Les étudiants souhaitant suivre la filière MOP devront obligatoirement s'inscrire auprès de Jennifer RODRIGUES DA SILVA (par e-mail à rodriguesdasilva@essec.edu), assistante du département Management des Opérations.

Les étudiants souhaitant participer aux cours offerts à Singapour devront postuler auprès du service des relations internationales (cf. : chap. Singapour).

Une fois les cours et le stage validés, l'étudiant reçoit un certificat du responsable de la filière. Ce certificat est délivré en français et en anglais.

Vous trouverez plus d'informations sur le site web du département Management des Opérations. Pour toutes informations complémentaires, veuillez contacter Jennifer RODRIGUES DA SILVA.

Agri-food Track

Coordinators: Francis DECLERCK, Hubert FAUCHER, Olivier FOURCADET, Frédéric OBLE, ESSEC professors

IMPORTANT: Most of the courses are taught in English

▼ Main Information on the track:

Number of available courses	4 (T1 and T2)
Number of mandatory courses	3 (T1 and T2)
Awarding	3 UV
Number of seminar(s) offered	1
Awarding	0 UV
Total number of credits (UV) required for the Track graduation	3 UV

Preliminary note:

Any Master student may register to one or several courses of the Agri-food track as any other course of the MSc program.

A certificate, granted by ESSEC International Agri-food Management Institute (ESSEC-IMIA) may be requested by students who have met all the academic requirements of the track, that is, who have validated 3 courses of the track with a grade equal or superior to 10 out of 20.

Objective

The Agri-food track aims at offering an intensive program on the specificities of the international agri-food management to students interested in this sector.

Why?

The agri-food sector plays a major role in today's economy: it is the first manufacturing sector in terms of turnover and job offer.

The internationalization of these corporations since the 1990's leads to consider the challenges of an international management of the following markets - agricultural commodities, food ingredients, fast moving consumer goods (FMCG) - from consumer demand and from corporation supply, taking into account health, nutrition, agricultural and commercial policies. For students, it is a personal step which enables them to check their motivation for a career in the agri-food sector by acquiring knowledge on its specificities and by meeting the companies of the sector interested by their profile.

Track Curriculum

In order to complete the Agri-food track, the student has to follow:

- 3 courses among 4 offered
- 1 seminar
- Conferences

These activities are linked with companies in the agri-food sector: international traders, manufacturers, catering, wholesalers and retailers.

Courses

The courses, taught in English, aim at studying management challenges:

- In the agri-food commodity market (raw material and futures markets)
FINM31213 Agri-food Commodity Markets
- In the ingredient and intermediate food product market
MKGS31228 B2B Agri-food Marketing Policy
- In the sustainable development in agri-business, catering and food retail.
MGTS31401 Agri-food Sustainable Development
- With the opportunity of new business development due to changes in consumer life and new technologies:
MGTS31403 New Business Development in the Agri-food Sector

Seminar in agri-food management : Crisis management – Olivier Fourcadet

This residential seminar about crisis management in the food industries offers a unique opportunity to share experience and insights on this topic with professionals. The seminar is organized around a simulation and discussions with crisis management specialists. During its 2015 Spring edition, Stephane Dufort (Crisis Manager from Groupe Carrefour) guided the participants into the learning process from the simulation; Christophe Dufour (Silliker-Mérieux Nutrisciences) discussed with participants crisis management policies. Finally, Serge Michels (Proteines'agency) provided a vision about the politico-media circus.

This seminar is given in French.

Conferences and Network

Students are invited to conferences organized by the ESSEC Advanced Master in Agri-food International Management (MS. MIA) on Thursday morning from October to March.

Professionals introduce different jobs related to agri-food management. These conferences are often given in French.

Filière Immobilier-RICS

Directeur pédagogique : Ingrid NAPPI-CHOULET, professeur ESSEC

Assistante : Jennifer PAIN – painssec.edu – 01 34 43 97 03

www.essec-immobilier.com

▼ Informations clés sur la filière :

Nombre de cours obligatoires	7
Rapportant au total	7 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour valider la filière	10 UV (voir le détails dans la brochure)

Présentation générale

La filière Immobilier est ouverte uniquement aux étudiants de la chaire Immobilier et Développement Durable qui souhaitent accéder au titre international de *Chartered Surveyor*. L'institution britannique RICS (Royal Institution of Chartered Surveyors) a accrédité en 2008 puis réaccrédité en 2012, l'ESSEC filière Immobilier. Il s'agit de l'un des 6 programmes accrédités en France.

Cette accréditation permet aux étudiants diplômés de s'inscrire comme stagiaires à la RICS lorsqu'ils sont en activité. Cette filière de spécialisation au sein de l'ESSEC va permettre à des candidats en formation initiale de rejoindre l'institution des Chartered Surveyors (alors que la RICS requiert 10 ans d'expérience professionnelle pour les candidats souhaitant devenir membres et empruntant la voie d'accès normale).

Présentation de la RICS

La « Royal Institution of Chartered Surveyors », RICS, est un organisme international d'origine britannique qui a pour objet de valoriser, promouvoir et développer, notamment par la communication, les professions liées à l'immobilier et à la construction.

La RICS compte plus de 100 000 membres dans le monde entier, dans près de 121 pays. RICS France, créée en 1993, comprend plus de 700 membres. Les Chartered Surveyors français viennent de la plupart des métiers de l'immobilier : l'expertise immobilière, la transaction, le conseil, la gestion d'actifs immobiliers, la promotion immobilière, l'urbanisme, l'immobilier agricole et rural... Ils exercent dans des sociétés de services du secteur privé, dans des organismes à caractère public ou à titre libéral.

Cours de la filière

Seront diplômés de la filière Immobilier-RICS, les étudiants ayant :

- **validé la chaire Immobilier et Développement Durable**
- **validé l'ensemble des fondamentaux de l'ESSEC**
- **et suivi et validé l'ensemble des cours ci-dessous :**
 - DEVC31208 Urbanisme et aménagement
 - DEVC31252 Droit de l'urbanisme, de l'immobilier et de l'environnement
 - DEVI31233 *International Property Market Analysis*
 - DEVI31250 Financement et montage d'opérations immobilières à court et moyen t
 - DEVI31254 Investissements immobiliers

Deux des cours listés peuvent-être validés par une UV de recherche (dans la limite des 2 UV de recherche personnelle maximum dans la scolarité).

Cours optionnels ouverts aux étudiants de la filière Immobilier-RICS qui souhaitent les suivre :

- MUI (Mastère Spécialisé Management Urbain et Immobilier)
- DEVI32210 L'immeuble, sa gestion et son occupation (0,5 UV)

Autres programmes / Other programs

Programme CPI

Fondateur du programme : Jean-Claude CHARLET

Responsable pédagogique ESSEC : Emmanuelle LE NAGARD, professeur ESSEC

Directeur du programme : Julien FAYET

Assistante : Anne-Laure WALTER – annelaure@theschoolab.com – 06 47 97 39 99

Site web : <http://www.creationdunproduitinnovant.com>

Blog : <http://www.creationdunproduitinnovant.com/blog>

Un programme d'excellence, commun avec Centrale Supélec et Strate (école de design industriel), pour tous ceux qui se passionnent pour l'innovation, l'intrapreneuriat et la conduite de projets concrets.

▼ Informations clés sur le programme :

Durée du programme CPI	6 mois
Nombre de cours obligatoires	2 (1 au T1, 1 au T2)
Rapportant au total	3 UV et 2 mois d'expérience professionnelle.

Objectifs

Inspiré d'un cours de Stanford, le programme CPI (Création d'un Produit Innovant) vise à promouvoir les valeurs et méthodologies liées au Design Thinking, à l'Open Innovation, et à l'intrapreneuriat, via la réalisation de projets d'innovation concrets (création de nouveaux produits ou services) destinés à être déployés, pour le compte d'entreprises partenaires.

Le programme CPI crée ainsi des passerelles concrètes entre les étudiants des grandes écoles et les professionnels en faisant travailler des équipes mixtes d'étudiants des trois écoles autour de projets concrets proposés par des entreprises.

Deux cursus ont été développés en parallèle :

- **CPI Concept**, programme très professionnalisant qui fait vivre à ses étudiants un véritable accélérateur d'expérience en leur offrant la possibilité d'imaginer et de concevoir une innovation de A à Z pour le compte d'un vrai client entreprise qui souhaitera le plus souvent la commercialiser sur le marché.

- **CPI Imagine**, axé sur la prospective, autour de méthodologies issues des sciences humaines et du design, qui va proposer aux étudiants de se projeter dans des univers prospectifs autour des problématiques des entreprises et proposer un panel d'idées innovantes dans un horizon temporel plus lointain.

Les étudiants devront au début du programme se positionner sur l'un de ces deux cursus.

Les concepts issus du programme **Concept** ont une véritable vocation à être commercialisés : les élèves doivent ainsi réaliser un prototype et présenter le business plan associé lors du « Trade-Show CPI », évènement ouvert au public et à la presse. Les idées issues du programme **Imagine**

ont pour ambition d'être un vrai levier pour influencer les options stratégiques des entreprises clientes.

CPI répond au manque chronique de liens et d'intégration entre ingénierie, business et design au niveau des études et dans la vie en entreprise, qui engendre des incompréhensions et un manque d'efficacité important dans la vie professionnelle des futurs diplômés, et pénalisent ainsi le développement de l'innovation. CPI est une opportunité unique pour les étudiants de travailler sur de véritables projets d'entreprise autour de problématiques d'innovation. Ils pourront ainsi développer leurs capacités entrepreneuriales, leur sens des réalités économiques, financières, marketing et humaines de la gestion de projet.

Programme d'enseignement

Les étudiants, admis au programme CPI, sont tenus de suivre les 2 cours obligatoires suivants :

MKGF31230	Création de produit innovant 1 (T1)
MKGF31232	Création de produit innovant 2 (T2)

Les cours ont lieu le mardi et comportent :

- Partie académique : des séances organisées autour de thématiques relatives à l'innovation (créativité, observation terrain, marketing, ingénierie, business plan etc.) et animées par des professeurs des trois écoles ou des intervenants extérieurs partenaires du programme.
- Partie gestion de projets : chaque équipe travaille encadrée par un tuteur (professionnel, enseignant, ou entrepreneur lui-même) le reste du temps (fin de séance à 18h) sur son projet concret d'innovation à développer pour le compte d'une entreprise (l'entreprise-projet).

Au-delà des mardis et de certains temps forts du programme qui sont organisés sur une journée entière et dans des lieux différents, sources d'inspiration, les équipes définissent entre elles et avec leur client des modalités de travail « à la carte » (séance de travail entre étudiants, rencontre avec l'entreprise, enquêtes terrain...).

Organisation du programme

Les cours ont lieu principalement dans les locaux de Schoolab au cœur du Sentier (21 rue de Cléry, 75002 Paris), le lieu de référence sur l'entrepreneuriat et le digital (qui héberge aussi l'accélérateur de start ups « Starter », des entrepreneurs du monde entier ainsi que des grands groupes.

Le choix de projets s'effectue chaque année parmi la liste proposée par les partenaires entreprises du programme. Les élèves émettent leurs choix en début de session selon une fiche-projet discutée en amont avec l'entreprise par l'équipe académique CPI, puis validée avec les étudiants au démarrage du projet.

Un « study trip » est organisé par les étudiants chaque année (avec l'aide de l'équipe CPI). Les précédentes destinations ont été Stanford (Californie), et Singapour, Cape Town et Bogota.

Encadrement

Chaque groupe d'étudiants bénéficie d'un fort encadrement pédagogique de professionnels chaque mardi. Des professeurs des trois écoles interviennent également sur les différentes facettes des projets suivant leurs expertises.

Plusieurs cabinets de conseil (en stratégie, innovation, tendances, design produits, développement durable), entreprises et Startups sont associées au programme CPI.

Procédure de recrutement

Les étudiants doivent s'inscrire pour les 2 trimestres. Le suivi des deux programmes (Concept et Imagine) sur les 2 trimestres est validé par 3 UV et 2 mois d'expérience professionnelle.

Les candidatures sont à effectuer dès le mois de juin sur www.creationdunproduitinnovant.com.

Les candidats postuleront à cette adresse en choisissant le programme Concept ou le programme Imagine.

Les inscriptions sur myessec.com se font sans mise de point dès le 1^{er} tour des inscriptions. Les étudiants non-admis sont désinscrits par le service des études début octobre.

Le programme CPI n'est pas compatible avec d'autres Chaires dont les cours ou séminaires auraient lieu le mardi au T1 ou T2. Il est recommandé de ne pas s'engager dans un cours le mardi matin.

Le programme CPI peut être compatible avec les stages et apprentissage, à condition néanmoins que les élèves se rendent **disponibles tous les mardis**, ainsi que sur quelques journées entières (dont les dates sont fixées au démarrage du programme), et puissent se rendre disponibles pour travailler avec l'entreprise et leur groupe étudiant quand de besoin, selon des modalités à définir entre eux.

Des témoignages d'étudiants ayant suivi le programme sont disponibles sur le site CPI :

http://www.creationdunproduitinnovant.com/participer_etudiant.html

Compte tenu des engagements forts et de l'implication des entreprises, ne seront retenues que des candidatures d'étudiants extrêmement motivés par le travail en équipe multidisciplinaire, ouverts, autonomes, curieux, enthousiastes, et prêts à s'investir pleinement dans un projet très demandeur en temps mais dont tous les participants s'accordent pour dire qu'il représente une expérience réellement unique dans le cursus de la scolarité !

Aucun abandon du programme CPI n'est possible en cours d'année.

PhD in Business Administration

Dean of the PhD: Anca METIU, ESSEC professor

Director of Administrative Affairs: Lina PREVOST – prevost@essec.edu – 01 34 43 30 85

Program Assistant: Christine GIL – gil@essec.edu – 01 34 43 32 50

The PhD is meant for students who wish to embrace an academic career as a researcher and professor in Management or Economics in international institutions at top international level. The program, entirely in English, meets the highest international standards and leads to a PhD in Business Administration (with the possibility of a French doctorate in the joint doctoral school with the University of Cergy-Pontoise).

The goal of the PhD Program is to prepare students not only to master methodologies, but also to advance knowledge and play an active role in the international academic community. Before starting their dissertation work, students must follow a two-year program of courses and seminars that ends with Preliminary Examinations and a Dissertation Proposal. The curriculum

starts with an intensive period of interdisciplinary training common to all students. This is followed by rigorous research training for the chosen field of specialization. Former students of the PhD Program are now professors at prestigious French and overseas universities or work in international research institutions.

Concentration of the PhD Program

Six concentrations are offered entirely in English:

- **Management** (Strategy, Organizational Behavior, Human Resource Management, Management Control, Information Systems)
- **Operations Management and Decision Sciences** (Operations Management, Operations Research, Risk and Data Analysis)
- **Marketing** (Behavioral and Modeling)
- **Economics** (Industrial Organization, International Economics -macro or micro-, Public Economics)
- **Accounting and Auditing** (Empirical Financial Accounting, International Financial Reporting, Auditing, Financial Statement Analysis, Organizational and Social Aspects of Accounting).
- **Finance** (Asset Pricing and Investments, Corporate Finance, Financial Econometrics, Market Microstructure, Risk Management)

Application

There are two ways to apply for the PhD Program:

- A. Mode "double curriculum":** You will substitute your last year of MSc studies to the first year of PhD. You will be credited with 12 management courses for the validated PhD courses. Then you will follow the PhD Program normally, according to the PhD Program's rules.
- B. Mode "auditor":** You will choose some courses of the PhD first year curriculum and validate them as credits for your MSc degree.
Of course, you may also apply to the PhD program after graduating from the MSc program.

1. "Double curriculum" mode

- a. You should have already validated 12 credits, including the 8/9 core courses, before you start the PhD courses/seminars. You will have to send your application file before the end of April of your 2nd year in the MSc to the PhD office. We recommend you to validate more than 12 elective courses (13 or 14).
- b. It should include the application form, a motivation letter, MSc grades, GMAT and TOEFL scores, and 3 recommendation letters from professors.
- c. Based on the Head office of Academic Affairs recommendation, students are selected by the PhD admission Committee.
- d. Your 1st year in the PhD Program will be validated as your last year of MSc studies.
- e. You will get 12 management elective credits in your MSc curriculum if you validate all the courses/seminars taken during the first year of the PhD program in your concentration.

- f. You are admitted in the second year of the PhD Program upon the decision of the Dean of the PhD program. If you do not validate the 1st year of the PhD program, you'll receive credits only for the courses/seminars you have passed.
- g. No additional tuition fees are required.
- h. If you are admitted to pursue in the PhD program after this 1st year, you will be bound by the PhD program's general rules (with the opportunity of a scholarship which will cover tuition fees and a research scholarship for the next three years).

2. "Auditor" mode

- a. You have to send a letter explaining your motivations for applying to the courses you'll have selected with a transcript of your MSc grades, and a curriculum vitae, to the PhD office before March, 31st.
- b. The Dean of the PhD will select applicants.
- c. 2 to 3 courses may be chosen among the courses offered in year 1 of the PhD program. Each course validates one MSc credit (UV) unless exception.
- d. No additional tuition fees are required.

Contacts

Lina PREVOST – Director of Administrative Affairs, Office N309 – prevost@essec.edu

Christine GIL – Assistant PhD Program, Office N309 – gil@essec.edu

For more information, you may refer to the website www.essec.edu/phd or ask for the brochure at the PhD office.

ESSEC Summer Programs

Contact: Axelle MAUDUIT – International Programs Coordinator

Tel. 01 34 43 39 56 – mauduita@essec.edu

Summer Module: "The Global Manager in Europe"

This program is offered to MBA students from ESSEC partner schools (between 35 and 40) who are interested in learning about some aspects of the European business environment. The module offers interactive sessions on specific management skills and their application in different cultural environments. It also focuses on Europe's geopolitical and economic dimensions as well as on one of the main fields of expertise of ESSEC: Luxury Brand Management. Some cultural visits and activities are also scheduled.

The program is taught in over three weeks at the end of June/beginning of July on the ESSEC campus in Cergy. Over the past years, it has welcomed students from ESSEC top partner institutions such as Chicago Booth, Kellogg, Duke, Kenan Flagler, Melbourne Business School, Nanyang, NUS, PUC-Peru, etc. A few spots are also open to ESSEC students.

At the end of the module, participants are granted 2 credits (UV) and receive a "Global Manager in Europe" certificate.

The European Negotiation Program: The European Union at the Crossroads?

This Summer School is open to Master's and Ph.D. students from all over the world, with a few spots open to ESSEC students. It aims at providing participants with a real understanding of the European Union (its institutions, its policies, etc.) but also helping them develop two strategic soft skills for any future manager: Mediation and Negotiation. Students will follow courses taught by members of ESSEC's Institute for Research and Education on Negotiation and practitioners coming from different backgrounds. In addition to formal classes, participants will be taught through innovative and interactive sessions such as "Negotiators' and Practitioners' Workshops" and an exclusive 2-day simulation of the European Council to experience the challenges of multilateral negotiations. They will also participate in various visits, including a study trip to Brussels, home to the main EU institutions.

The program is taught over 2 weeks at the start of July on the ESSEC campus in La Défense and grants 1 credit (UV). A certificate in "European Negotiation Skills" is also delivered to participants.

The ESSEC-Paris 2-Yale Summer School in Law and Economics

This Summer School is a joint program between Yale University, université Paris II-Panthéon Assas and ESSEC Business School.

It is a 5-week program designed for selected students interested in Law and Economics, in the field of Contract, Arbitration and Dispute Resolution which will take place in July on the Paris II-Panthéon Assas campus.

30 students from these three prestigious institutions (10 from each school) will attend together classes, seminars, team-building sessions and will participate in events and cultural visits.

While courses will be taught by professors from the three leading institutions of the program, seminars will be taught by professors coming from high-ranked universities.

The program grants 2 credits (UV) and participants receive a certificate in Private Law and Contract Enforcement (in the USA and in France).

More infos on these programs can be found on MyEssec (MSc Program Center > International Partnerships > Summer Programs). The selection process takes place each year in February; students receive all the details in January.

Annexe Appendix

and providers: $\beta_H = 0.2, \mu_H = 0.15 = w_1 \beta_1 + (1-w_1)$

you can invest in index funds that represent M

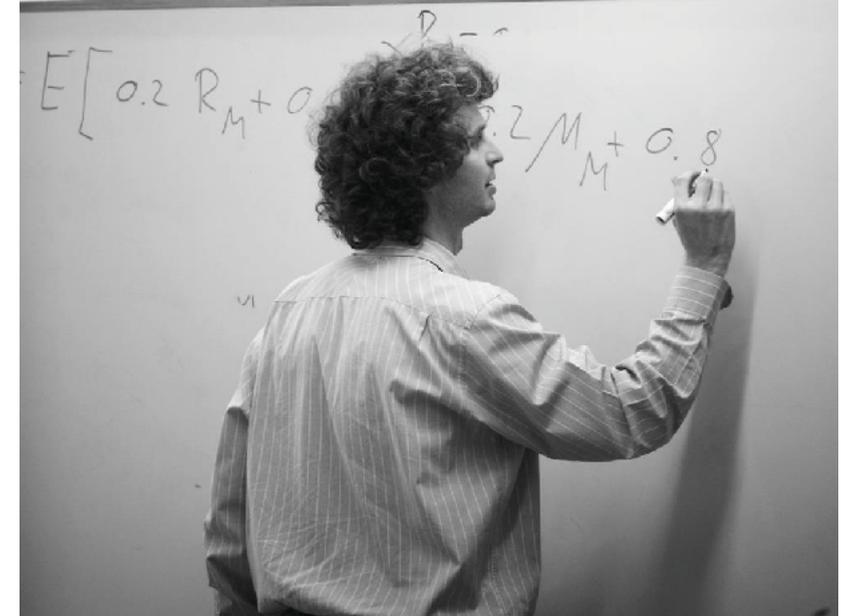
Use $R_F; M;$

want to achieve the same risk as S1:

- 0.2 in M
- 0.8 in R_F

want $\beta_\pi = 0.2$

w in M; 1-w in R_F : $\beta_\pi = w \beta_M + (1-w) \beta_{RF} = w = 0.2$



Professeurs permanents (ordre alphabétique)

Faculty Members (alphabetical order)

NOM/NAME	PRÉNOM/FIRST NAME	DÉPARTEMENT/DEPARTMENT
AFTALION	Florin	Finance/Finance
ALFANDARI	Laurent	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>
ALTHUIZEN	Niek	Marketing/Marketing
ANCELIN-BOURGUIGNON	Annick	Hors département/ <i>Faculty at large</i>
ANDRE	Kevin	Droit & Environnement de l'Entreprise/ <i>Public and Private Policy</i>
ARCOT	Sridhar	Finance/Finance
AVISON	David	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>
BARONI	Michel	Finance/Finance
BARTHELEMY	Jérôme	Management/Management
BEMMAOR	Albert	Marketing/Marketing
BERLINGIERI	Giuseppe	Economie/Economics
BERNARD	Alain	Management/Management
BIBARD	Laurent	Management/Management
BITO	Christian	Finance/Finance
BOUCHIKHI	Hamid	Management/Management
BOULLAND	Romain	Finance/Finance
BOURGEON	Laurent	Management/Management
BOUTHINON-DUMAS	Hugues	Droit & Environnement de l'Entreprise/ <i>Public and Private Policy</i>

BRIOLAT	Dominique	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>
BRONNER	Martine	Marketing/Marketing
BUISSON-BENMELOUKA	Véronique	Finance/Finance
BUTORI	Raphaëlle	Marketing/Marketing
CAVARRETTA	Fabrice	Management/Management
CAVELIUS	Florence	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
CELIK	Gorkem	Economie/Economics
CERDIN	Jean-Luc	Management/Management
CHAI	Sen	Management/Management
CHAN	Frank	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>
CHARLETY	Patricia	Economie/Economics, Finance/Finance
CHATTERJEE	Arijit	Management/Management
CHEVILLON	Guillaume	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>
CHRISTENSEN	Mark	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
COLSON	Aurélien	Droit & Environnement de l'Entreprise/ <i>Public and Private Policy</i>
CONTENSOU	François	Economie/Economics
COMYN-WATTIAU	Isabelle	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>
DARMON	René	Marketing/Marketing

DE BEAUFORT	Viviane	Droit & Environnement de l'Entreprise/ <i>Public and Private Policy</i>
DE BRUYN	Arnaud	Marketing/ <i>Marketing</i>
DE CARLO	Laurence	Droit & Environnement de l'Entreprise/ <i>Public and Private Policy</i>
DE GIOVANNI	Pietro	Management des opérations/ <i>Operations Management</i>
DE POUVOURVILLE	Gérard	Economie/ <i>Economics</i>
DE TISSOT	Olivier	Droit & Environnement de l'Entreprise/ <i>Public and Private Policy</i>
DECLERCK	Francis	Finance/ <i>Finance</i>
DELGA	Jacques	Droit & Environnement de l'Entreprise/ <i>Public and Private Policy</i>
DEMEESTERE	René	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
DESMET	Pierre	Marketing/ <i>Marketing</i>
DICK	Wolfgang	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
DINASQUET	Roger	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
DION	Delphine	Marketing/ <i>Marketing</i>
DONADA	Carole	Management/ <i>Management</i>
DORNIER	Philippe-Pierre	Management des opérations/ <i>Operations Management</i>
DOSIS	Anastasios	Economie/ <i>Economics</i>
DUBOULOY	Maryse	Management/ <i>Management</i>
DUSSAIX	Anne-Marie	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>
EL OUARDIGHI	Fouad	Management des opérations/ <i>Operations Management</i>

ELEMES	Tassos	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
ENDENICH	Christoph	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
ESPOSITO VINZI	Vincenzo	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>
FAUCHER	Hubert	Marketing/ <i>Marketing</i>
FILIP	Andrei	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
FOURCADET	Olivier	Management/ <i>Management</i>
FOURÇANS	André	Economie/ <i>Economics</i>
FULOP	Andras	Finance/ <i>Finance</i>
GASPAR	José Miguel	Finance/ <i>Finance</i>
GLADY	Nicolas	Marketing/ <i>Marketing</i>
GOMEZ	Marie-Léandre	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
GORDIN	Michel	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
GRÖSCHL	Stefan	Management/ <i>Management</i>
GUPTA	Reetika	Marketing/ <i>Marketing</i>
GUYOT	Marc	Economie/ <i>Economics</i>
HELLERINGER	Geneviève	Droit & Environnement de l'Entreprise/ <i>Public and Private Policy</i>
HOANG	Ha	Management/ <i>Management</i>
HONG	Jieying	Finance/ <i>Finance</i>
INDJEHAGOPIAN	Jean-Pierre	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>
JANDHYALA	Srividya	Management/ <i>Management</i>

JEANJEAN	Thomas	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
JENKINS	Alan	Management/ <i>Management</i>
JENNY	Frédéric	Economie/ <i>Economics</i>
JENY	Anne	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
KLOPP	Olga	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>
KOENIG	Christian	Management/ <i>Management</i>
KOH	Ping – Sheng	Comptabilité – Contrôle de gestion
KRATZ	Marie	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>
KUDE	Thomas	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>
LAMIRAUD	Karine	Economie/ <i>Economics</i>
LANGOHR	Patricia	Economie/ <i>Economics</i>
LARDINOIT	Thierry	Marketing/ <i>Marketing</i>
LE NAGARD	Emmanuelle	Marketing/ <i>Marketing</i>
LECA	Bernard	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
LEPOUTRE	Jan	Management/ <i>Management</i>
LESCOURRET	Laurence	Finance/ <i>Finance</i>
LI	Junye	Finance/ <i>Finance</i>
LI	Yan	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>

LINDER	Stefan	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
LJUBIC	Ivana	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>
LONGIN	François	Finance/ <i>Finance</i>
LORINO	Philippe	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
LUI	Daphne	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
LUPU	Iona	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
MALAURENT	Julien	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>
MARTEL	Jocelyn	Finance/ <i>Finance</i>
Mc FARLAND	Richard	Marketing/ <i>Marketing</i>
MELL	Julija	Management/ <i>Management</i>
METIU	Anca	Management/ <i>Management</i>
MORARU-ARFIRE	Andreea	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
NANDAKUMAR	Anand	Management/ <i>Management</i>
NAPPI-CHOLET	Ingrid	Droit & Environnement de l'Entreprise/ <i>Public and Private Policy</i>
NESTOROVIC	Cedomir	Management/ <i>Management</i>
NOISETTE	Patrice	Droit & Environnement de l'Entreprise/ <i>Public and Private Policy</i>
NYECK	Simon	Marketing/ <i>Marketing</i>
OBLE	Frédéric	Marketing/ <i>Marketing</i>

O'CONNOR	Peter	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>
ÖNÇÜLER	Ayse	Marketing/ <i>Marketing</i>
ONDRUS	Jan	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>
OPERTI	Elisa	Management/ <i>Management</i>
PACHE	Anne-Claire	Droit & Environnement de l'Entreprise/ <i>Public and Private Policy</i>
PAPIER	Félix	Management des opérations/ <i>Operations Management</i>
PAVIE	Xavier	Management des opérations/ <i>Operations Management</i>
PEPITO	Nona	Economie/ <i>Economics</i>
PERETTI	Jean-Marie	Management/ <i>Management</i>
PONCET	Patrice	Finance/ <i>Finance</i>
PORTAIT	Roland	Finance/ <i>Finance</i>
PRAS	Bernard	Marketing/ <i>Marketing</i>
PRAT	Nicolas	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>
PROKOPEC	Sonja	Marketing/ <i>Marketing</i>
RAJAN	Ramkishen	Economie/ <i>Economics</i>
RAMASWAMI	Aarti	Management/ <i>Management</i>
RAMIREZ	Carlos	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
RAMOS	Sofia	Finance/ <i>Finance</i>
REZAE VESSAL	Sara	Management des opérations/ <i>Operations Management</i>

RICHARD	Chrystelle	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
ROMBOUTS	Jeroen	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>
RONCORONI	Andrea	Finance/ <i>Finance</i>
SALLEZ	Alain	Droit & Environnement de l'Entreprise/ <i>Public and Private Policy</i>
SANTACREU-VASUT	Estefania	Economie/ <i>Economics</i>
SGOUREV	Stoyan	Management/ <i>Management</i>
SIBIEUDE	Thierry	Droit & Environnement de l'Entreprise/ <i>Public and Private Policy</i>
SINACEUR	Marwan	Droit & Environnement de l'Entreprise/ <i>Public and Private Policy</i>
SOM	Ashok	Management/ <i>Management</i>
STRAUSS	Karoline	Management/ <i>Management</i>
TAKAGI	Junko	Management/ <i>Management</i>
TARONDEAU	Jean-Claude	Management/ <i>Management</i>
TEDONGAP	Roméo	Finance/ <i>Finance</i>
TERRA	Cristina	Economie/ <i>Economics</i>
THEVENET	Maurice	Management/ <i>Management</i>
THIETART	Raymond-Alain	Management/ <i>Management</i>
TIXIER	Maud	Chaire Communication et Management/ <i>Communication and Management Chair</i>
VALLUREGO	Franck	Droit & Environnement de l'Entreprise/ <i>Public and Private policy</i>
VAN WIJK	Gilles	Management/ <i>Management</i>
VIENS	Gérard	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>

VON GOLDBECK	Andreas	Droit & Environnement de l'Entreprise/ <i>Public and Private Policy</i>
VRANCEANU	Radu	Economie/ <i>Economics</i>
WALTON	Peter	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
WEBER	André-Paul	Economie/ <i>Economics</i>
WORKIEWICZ	Maciej	Management/ <i>Management</i>
XU	Peng	Finance/ <i>Finance</i>
XUEREBO	Jean-Marc	Marketing/ <i>Marketing</i>
YADAV	Vijay	Finance/ <i>Finance</i>
YAKUBOVICH	Valery	Management/ <i>Management</i>
YONG	Kevyn	Management/ <i>Management</i>
ZICARI	Adrian	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and management Control</i>

Au moment d'imprimer ce volume, toutes les précautions ont été prises pour que les informations données soient les plus précises possibles.

L'ESSEC se réserve cependant le droit d'apporter sans préavis tous changements jugés nécessaires concernant notamment, et sans que ce soit limitatif, les divers règlements, les conditions de la scolarité, les cours ou tout autre élément concernant la vie de l'école.

© GROUPE ESSEC / SERVICE ETUDES ESSEC - Juillet 2017

PARIS RABAT SINGAPOUR

ESSEC Business School

3 avenue Bernard-Hirsch
CS 50105 Cergy
95021 Cergy-Pontoise Cedex
France
Tél. +33 (0)1 34 43 30 00
www.essec.edu

ESSEC Executive Education

CNIT BP 230
92053 Paris-La Défense
France
Tél. +33 (0)1 46 92 49 00
www.executive-education.essec.edu

ESSEC Asia-Pacific

5 Nepal Park
Singapore 139408
Tél. +65 6884 9780
www.essec.edu/asia

ESSEC | CPE Registration number 200511927D
Period of registration: 30 June 2017 - 29 June 2023
Committee of Private Education (CPE) is part of SkillsFuture Singapore (SSG)

ESSEC Africa-Atlantic

Plage des Nations - Sidi Bouknadel
Rabat-Salé
Maroc
Tél. +212 (0)5 30 10 40 19
www.essec.edu

Le contenu présenté dans cette brochure est indicatif et peut être sujet à modifications, il n'est pas contractuel.

