



bts

brevet de technicien
supérieur



BTS

Gestionnaire en commerce et marketing

Acquis d'apprentissage visés

BTS Gestionnaire en commerce et marketing

L'enseignement en BTS vise à développer les connaissances et les compétences générales et professionnelles requises pour endosser des responsabilités dans une entreprise du secteur privé ou au sein d'une administration. Il s'adresse à des candidats polyvalents et motivés à compléter leur formation secondaire en vue d'augmenter leurs chances de trouver un emploi.

Le BTS Gestionnaire en commerce et marketing dispense une formation très large qui s'articule autour de quatre pôles centraux:

- Marketing management ;
- Techniques et outils de gestion ;
- Culture générale économique et juridique ;
- Connaissances linguistiques (français et anglais).

Les concepts théoriques enseignés sont placés dans un contexte économique et juridique luxembourgeois. A côté de leurs cours, les étudiants font des travaux de recherche et de synthèse individuels et en groupe, travaux dont les résultats sont régulièrement présentés devant la classe.

Le BTS constituant une formation à finalité professionnelle, l'ECG a mis en place un stage de 17 semaines en vue de promouvoir l'autonomie des candidats. Les étudiants concluent leur formation en réalisant et en présentant un projet individuel axé sur leur spécialité.

Finalement le gestionnaire en commerce et marketing sera donc un employé polyvalent disposant d'une bonne culture générale et de bonnes connaissances dans le domaine de la gestion d'entreprise et du marketing. Il fera preuve de dynamisme, saura travailler de façon autonome et aura le sens de la négociation.

Une multitude d'emplois dans de nombreux secteurs

Le gestionnaire en commerce et marketing pourra prioritairement trouver un emploi dans les petites et moyennes entreprises artisanales ou commerciales voire dans une administration. La panoplie des débouchés étant très large, citons, à titre d'exemple, quelques postes occupés actuellement par d'anciens étudiants : délégué commercial, employé au service marketing d'un grand garage, chargée de clientèle, employé auprès d'une agence de communication, employé de banque ou d'assurance...

BTS Gestionnaire en commerce et marketing (Grille horaire)

	Semestre cours	Crédits ECTS	Leçons de 50'	Leçons hebdo.
Techniques et outils de marketing				
Communication média et hors-média	1	2	34	2
Introduction au marketing	1	3	51	3
Statistiques	1	2	34	2
Techniques de présentation et de communication	1	2	34	2
Communication digitale	2	2	34	2
Études de marché 1	2	2	34	2
Force de vente	2	3	51	3
Marketing stratégique et marketing opérationnel	2	4	68	4
Création d'entreprise et plan d'affaire	3	3	51	3
Études de marché 2	3	2	34	2
Politiques, stratégies et tactiques du marketing	3	2	51	3
Tactiques et stratégies de communication	3	2	34	2
Commerce international, économie et droit				
Économie générale et actualité économique 1	1	2	34	2
Introduction générale au droit	1	2	34	2
Techniques du commerce international 1	1	3	51	3
Droit d'établissement et droit du travail	2	2	34	2
Économie générale et actualité économique 2	2	2	34	2
Techniques du commerce international 2	2	2	34	2
Droit de la concurrence et droit de la consommation	3	2	34	2
Économie générale et actualité économique 3	3	2	34	2
Pratiques du commerce international	3	2	34	2
Techniques du commerce international 3	3	2	51	3
Techniques et outils de gestion				
Cadre fiscal et comptable luxembourgeois	1	3	51	3
Gestion de projet	1	2	34	2
TIC 1 : l'environnement du PC et le traitement du texte	1	3	51	3
Analyse des comptes annuels et calcul de coûts	2	3	51	3
Technologies multimédia	2	2	51	3
TIC 2 : le tableur et les sites web	2	2	51	3
Mathématiques financières	3	2	34	2
Publication assistée par ordinateur	3	2	34	2
TIC 3 : les bases de données	3	3	51	3
Langues				
Anglais 1	1	3	51	3
Français 1	1	3	51	3
Anglais 2	2	3	51	3
Français 2	2	3	51	3
Anglais 3	3	3	51	3
Français 3	3	3	51	3
Stage				
Stage partie 1	4	5	140	40
Stage partie 2	4	5	140	40
Stage partie 3	4	20	400	40

BTS-Gestionnaire en commerce et marketing

Module **Techniques et outils de marketing**

Semestre 1 Cours Communication média et hors-média

Différencier les différentes sortes de publicité (produit/institutionnelle/sans but lucratif/média et hors-média)

Présenter les différents départements d'une agence de publicité et faire comprendre leur interdépendance

Familiariser les étudiants aux différents moyens de communication hors-média

Expliquer la mise en œuvre de la communication intégrée

Présenter les caractéristiques des différents médias de masse

Leur apprendre à établir une planification média et hors-média en fonction des objectifs de l'annonceur

L'étudiant(e) sera capable de :

- Définir la publicité et ses caractéristiques et expliquer les différents acteurs du marché publicitaire
- Comprendre le fonctionnement d'une agence de publicité
- Déterminer en fonction des besoins de la marque quels moyens de communication hors-média seront les plus appropriés
- Elaborer une stratégie de communication (média et hors-média) en fonction des besoins de l'annonceur qui s'insère dans une stratégie marketing et la présenter de manière professionnelle

Semestre 1 Cours Introduction au marketing

Faire comprendre aux étudiants le principe et l'intérêt d'une démarche marketing dans une organisation

Transmettre les connaissances de base relatives au diagnostic marketing

L'étudiant(e) sera capable :

- de situer la place du marketing dans une organisation
- de comprendre les enjeux de la démarche marketing
- de décrire un marché, d'identifier les acteurs en présence et situer la place d'une organisation sur son marché
- d'établir un diagnostic marketing

Semestre 1 Cours Statistiques

Amener l'étudiant à appliquer les statistiques à bon escient de façon qu'il arrive à interpréter les résultats obtenus d'un œil critique

Le familiariser avec le vocabulaire et les méthodes de calcul des séries statistiques

L'étudiant(e) sera capable de :

- mettre en œuvre les techniques statistiques descriptives nécessaires au traitement et à l'analyse des données commerciales
- interpréter les résultats
- savoir rassembler les informations
- utiliser les outils informatiques pour réaliser tableaux et graphiques
- réaliser des prévisions

Semestre 1 Cours Techniques de présentation et de communication

Faire comprendre aux étudiants la complexité et les difficultés de la communication

Les habiliter à faire une présentation devant un public averti et de bien gérer les moyens mis à leur disposition

Les habiliter à communiquer efficacement dans un groupe.

L'étudiant(e) sera capable :

- de faire une présentation correcte du point de vue de la technique et du point de vue personnel
- d'utiliser cette expérience dans sa vie professionnelle
- de prendre conscience de ses forces et de ses faiblesses dans la communication
- de s'organiser à l'intérieur d'un groupe

Semestre 2 Cours Communication digitale

Présenter les éléments importants d'un site web

Leur apprendre à optimiser le référencement d'un site

Leur enseigner les principes pour optimiser une campagne Emailing

Leur présenter les différents réseaux sociaux

L'étudiant(e) sera capable de :

- développer une stratégie de création de site web et d'optimisation de son référencement
- concevoir une campagne d'Emailing
- combiner les différents réseaux sociaux en fonction des objectifs recherchés par un client

Semestre 2 Cours Études de marché 1

Amener les étudiants à décrire un marché (acteurs, environnement concurrentiel, environnement au sens large)

Les familiariser avec la terminologie et la méthodologie des études de marché

Les inciter à faire des recherches et à travailler en groupe

L'étudiant(e) sera capable de :

- Maîtriser la terminologie associée aux marchés
- Analyser un marché et les environnements d'une entreprise
- Décrire un marché sur base d'indicateurs quantitatifs
- Reconnaître les différentes sources d'informations
- Différencier entre les types d'enquêtes
- Maîtriser la terminologie des études de marché
- Rédiger un rapport d'étude structuré
- Présenter les résultats en groupe et devant un public

Semestre 2 Cours Force de vente

Sensibiliser les étudiants à la problématique de la vente

Leur fournir une méthodologie du processus de la vente

Leur faire mettre en pratique les différentes méthodes utilisées

L'étudiant(e) sera capable de :

- Rechercher toutes les informations nécessaires à la vente du produit
- Utiliser les informations au sujet du prospect en vue d'un premier contact prometteur
- D'accueillir le client d'une façon professionnelle
- Utiliser des techniques de base afin d'éveiller l'attention et l'intérêt du prospect et de créer une relation de confiance
- De détecter les besoins et motivations du client
- Appliquer des techniques en vue de convaincre le prospect
- D'écarter les objections
- Reconnaître le bon moment pour conclure et de clôturer un entretien avec succès

Semestre 2 Cours Marketing stratégique et marketing opérationnel

Familiariser les étudiants avec la démarche du marketing stratégique (segmentation, ciblage, positionnement).

Etudier les composantes du marketing-mix

Présenter les différentes formes de commercialisation et les techniques de merchandising

L'étudiant sera capable de :

- segmenter une population, identifier et évaluer les segments
- déterminer les cibles et choisir un positionnement
- définir et développer une politique marketing cohérente

Semestre 3 Cours Création d'entreprise et plan d'affaire

Sensibiliser les étudiants au thème de la création d'entreprise dans le contexte du Grand-Duché de Luxembourg

Fournir une méthodologie leur permettant de concrétiser une idée

Préparer les étudiants aux aspects financiers de la création d'entreprise

Les habiliter à réaliser une planification financière pouvant trouver l'appui du banquier

L'étudiant(e) sera capable de :

- décrire un marché ainsi que les chances et les risques liés à une idée commerciale
- développer une stratégie commerciale
- faire des choix judicieux en vue de mettre en place une bonne organisation interne
- traduire les choix commerciaux et organisationnels en chiffres
- faire une estimation du chiffre d'affaires
- présenter un compte de résultat prévisionnel et un tableau de financement sur 2 ans
- rédiger un plan d'affaires et le présenter devant un jury

Semestre 3 Cours Études de marché 2

Familiariser les étudiants avec les techniques des études de marché

Les amener à réaliser une étude de marché

L'étudiant(e) sera capable de :

- choisir la méthode d'enquête la mieux adaptée au problème à résoudre
- apprécier l'opportunité d'une étude quantitative
- déterminer la taille d'un échantillon
- travailler avec un logiciel d'études de marchés
- élaborer un questionnaire
- exploiter et d'interpréter les résultats
- rédiger un rapport d'étude structuré
- présenter les résultats en groupe et devant un public

Semestre 3 Cours Politiques, stratégies et tactiques du marketing

Présenter aux étudiants une méthodologie et des outils en vue d'une analyse systématique d'une entreprise.

Fournir aux étudiants les outils leur permettant de prendre des décisions fondées.

Illustrer les stratégies par une présentation à orientation professionnelle

L'étudiant sera capable de :

- recueillir, analyser et traiter des informations dans un secteur précis
- faire une analyse d'une entreprise menant à une réflexion conceptuelle
- appliquer les concepts liés à la planification et à la mise en œuvre à une entreprise ou à un produit/service
- s'exprimer de manière professionnelle et convaincante

Semestre 3 Cours Tactiques et stratégies de communication

Présenter le marketing de contenu et le marketing social

Préparer les étudiants à développer une stratégie publicitaire incluant tous les médias online et offline selon l'objectif du client

L'étudiant(e) sera capable de :

- déterminer les outils de communication adaptés aux objectifs d'un client
- créer, développer et mettre en place une campagne de communication grâce aux différents outils

Module Commerce international, économie et droit

Semestre 1 Cours Économie générale et actualité économique 1

Mise à niveau des étudiants venant d'horizons et d'études différents

Faire comprendre à l'étudiant le contexte économique dans lequel il évolue et l'amener à s'intéresser aux grandes questions économiques et sociales actuelles

Sensibiliser les étudiants au vocabulaire économique afin de pouvoir s'exprimer dans un langage économique approprié et cohérent, aussi bien à l'écrit qu'à l'oral

L'étudiant(e) sera capable de :

- s'exprimer dans un langage économique approprié et cohérent, aussi bien à l'écrit qu'à l'oral
- rechercher et exploiter une documentation économique (textes, graphiques, tableaux)
- repérer les idées principales d'un texte, retrouver les enchaînements d'idées et les argumentations, savoir utiliser ces informations afin de rédiger une synthèse
- se familiariser avec une situation particulière de l'économie luxembourgeoise (économie de petite taille, marché atypique du travail, place financière, etc.)

Semestre 1 Cours Introduction générale au droit

Mise à niveau des étudiants venant d'horizons et d'études différents

Apporter les connaissances juridiques nécessaires à l'étude des disciplines professionnelles

Participer à la formation civique de l'étudiant en lui faisant connaître ses obligations et ses droits

Contribuer à la formation générale de l'étudiant en développant des méthodes d'analyse rigoureuses

L'étudiant(e) sera capable de :

- s'exprimer dans un langage juridique approprié et cohérent, aussi bien à l'écrit qu'à l'oral
- rechercher et examiner une documentation juridique
- analyser une situation professionnelle courante, en apprécier les implications juridiques, formuler les problèmes posés, déterminer l'attitude à adopter, les démarches à effectuer, les arguments à relever, etc.
- préparer la rédaction d'actes juridiques simples

Semestre 1 Cours Techniques du commerce international 1

Sensibiliser l'étudiant à la situation et aux problèmes particuliers d'entreprises luxembourgeoises exportatrices et importatrices

Lui faire comprendre les différentes étapes d'une stratégie d'internationalisation

L'amener à maîtriser le vocabulaire technique propre au commerce international

L'étudiant(e) sera capable de :

- utiliser la terminologie propre au commerce international dans un contexte micro- et macroéconomique général
- se prononcer les particularités et les problèmes des entreprises exportatrices dans le contexte d'une économie de très petite taille
- évaluer la position et/ou le poids du marché luxembourgeois à l'international dans le contexte par exemple de la grande région, de l'Union Européenne ou des pays BRIC

Semestre 2 Cours Droit d'établissement et droit du travail

Amener les étudiants à comprendre la législation en matière de la création d'entreprise
 Montrer aux étudiants comment apprécier l'opportunité du choix d'une forme juridique
 Sensibiliser les étudiants à identifier les différents contrats de travail, leurs modifications, leurs ruptures et leurs effets

Montrer aux étudiants comment utiliser le Code du travail

Guider les étudiants à rechercher des informations juridiques via internet

L'étudiant(e) sera capable de :

- justifier le choix d'une forme juridique
- effectuer les démarches relevant de l'établissement d'une activité au Luxembourg
- distinguer les différents types de contrats de travail
- rédiger et analyser un contrat de travail
- distinguer les différentes fins de contrat et dégager leurs conséquences

Semestre 2 Cours Économie générale et actualité économique 2

Permettre aux étudiants d'acquérir les connaissances de base de la comptabilité nationale

Faire comprendre aux étudiants les mécanismes de la régulation économique. Un accent particulier sera mis sur l'analyse de l'économie luxembourgeoise

Amener les étudiants à analyser les conséquences des mesures de politique économique sur la situation économique

L'étudiant(e) sera capable de :

- s'exprimer dans un langage économique approprié et cohérent, aussi bien à l'écrit qu'à l'oral
- rechercher et exploiter une documentation économique (textes, graphiques, tableaux)
- se familiariser avec la situation particulière de l'économie luxembourgeoise (économie de petite taille, marché atypique du travail, place financière, etc.)

Semestre 2 Cours Techniques du commerce international 2

Familiariser les étudiants avec les différentes étapes d'un projet d'internationalisation d'une entreprise

Leur faire connaître le rôle et l'importance des différents acteurs institutionnels au Luxembourg en matière de projets d'internationalisation.

L'élève sera capable de :

- Retracer les différentes étapes d'une stratégie commerciale à l'international
- évaluer les forces et faiblesses de l'entreprise exportatrice
- identifier les différentes étapes de la prospection des marchés potentiels à l'export
- comprendre le choix des incoterms dans la chaîne logistique de l'internationalisation et leur influence sur l'offre des prix

Semestre 3 Cours Droit de la consommation et de la concurrence

Amener les étudiants à comprendre la législation concernant les pratiques commerciales et la protection juridique du consommateur

Sensibiliser les étudiants quant aux risques et aux dangers encourus par les consommateurs dans leurs relations avec les professionnels

Montrer aux étudiants comment repérer les clauses abusives dans un contrat

Guider les étudiants à caractériser et à qualifier les pratiques anticoncurrentielles et à repérer les éléments constitutifs de l'action en concurrence déloyale

L'étudiant(e) sera capable de :

- mettre en évidence le contenu de l'obligation d'information qui pèse sur le vendeur professionnel
- pouvoir mettre en œuvre le droit à la garantie
- repérer les clauses abusives dans un contrat
- identifier le régime juridique de la publicité et d'autres pratiques commerciales réglementées ou interdites
- différencier concentration, entente et abus de position dominante (au niveau national et communautaire)

Semestre 3 Cours Économie générale et actualité économique 3

Faire comprendre aux étudiants le contexte économique et financier international et les amener à s'intéresser aux grandes questions économiques et sociales actuelles.

Amener les étudiants à maîtriser le vocabulaire économique afin de pouvoir s'exprimer dans un langage économique approprié et cohérent, aussi bien à l'écrit qu'à l'oral

L'étudiant(e) sera capable de :

- s'exprimer dans un langage économique approprié et cohérent, aussi bien à l'écrit qu'à l'oral
- rechercher et exploiter une documentation économique (textes, graphiques, tableaux)
- repérer les idées principales d'un texte, retrouver les enchaînements d'idées et les argumentations, savoir utiliser ces informations afin de rédiger une synthèse
- se familiariser avec le contexte économique et financier international

Semestre 3 Cours Pratiques du commerce international

Habiller les élèves à appliquer les connaissances acquises aux cours de Techniques du commerce international 3 à des cas pratiques et des situations concrètes.

Les familiariser avec les mécanismes de la tarification de transport à l'international.

L'étudiant(e) sera capable de :

- Appliquer les principes de la tarification à l'international
- Intégrer les incoterms dans la chaîne de tarification à l'international
- Résoudre des applications originales et des situations concrètes de transport à l'international.

Semestre 3 Cours Techniques du commerce international 3

Faire un rappel sur les Incoterms

Présenter le contexte légal, institutionnel et économique des différentes formes de transport à l'international (luxembourgeoises et internationales).

L'étudiant(e) sera capable de :

- apprécier l'utilité du choix des incoterms dans la chaîne de tarification à l'international
- distinguer les différentes formes de transport à l'international
- décrire le contexte luxembourgeois du transport à l'international
- comprendre la chaîne logistique du transport à l'international et connaître les auxiliaires du transport international.

Module **Techniques et outils de gestion**Semestre 1 Cours **Cadre fiscal et comptable luxembourgeois**

Familiariser les étudiants avec le cadre fiscal et comptable luxembourgeois

L'étudiant(e) sera capable de :

- Maîtriser la terminologie de base relative à la fiscalité
- Déceler les différentes recettes de l'Etat, calculer leur part relative et faire des comparaisons internationales
- Faire une déclaration d'impôt simple
- Faire une déclaration de TVA simple
- Situer l'impact des différentes opérations commerciales sur le bilan, le résultat et la trésorerie

Semestre 1 Cours **Gestion de projet**

Familiariser les étudiants avec les notions essentielles de la gestion de projets.

Habiliter les étudiants à planifier et à piloter de façon autonome un projet.

Préparer les étudiants à la planification de leur stage en entreprise.

L'étudiant(e) sera capable de :

- planifier le projet, d'établir le cahier des charges
- piloter les travaux

Semestre 1 Cours **TIC 1 : l'environnement du PC et le traitement du texte**

Préparer les étudiants à l'utilisation d'un ordinateur en milieu de travail

Guider les étudiants à créer une présentation professionnelle sur ordinateur

Permettre aux étudiants de se servir de façon efficace et efficiente de l'outil traitement de textes

Préparer les étudiants à utiliser des logiciels similaires à ceux traités en classe

L'étudiant(e) sera capable de :

- travailler de manière efficace avec les outils informatiques
- créer des illustrations de type dessin et image, organigramme, qui serviront à renforcer la communication
- savoir utiliser rationnellement des techniques Internet
- réaliser des présentations multimédias combinant des textes, des éléments graphiques, audio et vidéo, pour une réunion, une conférence, un stand d'information, etc.
- mettre en valeur l'information en utilisant une mise en page adaptée
- recourir de façon optimale aux fonctions avancées d'un traitement de texte
- mettre en page un long document ainsi que des brochures
- insérer les données tirées d'une base de données dans un document-texte

Semestre 2 Cours **Analyse des comptes annuels et calcul de coûts**

Habiliter les étudiants à utiliser la comptabilité comme source d'informations

Sensibiliser les étudiants aux problèmes de coûts et de gestion budgétaire

L'étudiant(e) sera capable de :

- Faire une interprétation synthétique des comptes annuels et se prononcer sur la situation financière d'une entreprise
- Calculer un coût de revient
- Calculer un seuil de rentabilité
- Etablir un budget simple

Semestre 2 Cours Technologies multimédia

Apprendre à corriger et améliorer des images digitales

Réaliser des photocompositions

Apprendre à acquérir et à manipuler des images vidéographiques ainsi que l'utilisation du matériel technique

L'étudiant(e) sera capable de :

- Effectuer des corrections sur des photos
- Réaliser des photomontages
- Comprendre la problématique de la réalisation d'une photo publicitaire afin d'être à même de dialoguer avec des spécialistes dans ce domaine
- comprendre la problématique du tournage et du montage vidéo ainsi que de l'édition sous différentes formes
- dialoguer avec des spécialistes dans ce domaine

Semestre 2 Cours TIC2 : le tableur et les sites web

Permettre aux étudiants de se servir de façon efficace et efficiente de l'outil tableur

Guider les étudiants à créer (sans programmation) un site Internet

Préparer les étudiants à utiliser des logiciels similaires à ceux traités en classe

L'étudiant(e) sera capable de :

- utiliser le tableur pour réaliser selon les règles de l'art, des tableaux structurés et formatés ainsi que des graphiques
- savoir manipuler des données sous forme de listes
- réaliser un site Internet, comprendre les difficultés liées à la réalisation et la maintenance d'un site web

Semestre 2 Cours Publication assistée par ordinateur

Mettre à niveau des étudiants ayant des connaissances très hétérogènes

Amener les étudiants à une utilisation performante de l'outil informatique dans le cadre de la réalisation de leurs travaux

Préparer les étudiants à utiliser des logiciels similaires à ceux traités en classe

L'étudiant(e) sera capable d'utiliser un outil de publication assistée par ordinateur pour réaliser, selon les règles de l'art, un document évolué et des livres.

Semestre 3 Cours Mathématiques financières

Amener les étudiants à maîtriser les principes essentiels de mathématiques financières.

L'étudiant(e) sera capable de :

- calculer les différents types d'intérêts
- établir des tableaux d'amortissement
- établir des tableaux d'emprunts indivis
- calculer les annuités
- faire des choix d'investissements

Semestre 3 Cours TIC 3 : les bases de données

Faire comprendre aux étudiants le principe de fonctionnement d'une base de données

Permettre aux étudiants de créer des tables et de les manipuler (saisie formatée de données, requêtes, formulaires simples, rapports)

Guider les étudiants à créer (sans programmation) une application complète multi-tables dans un SGBD

Préparer les étudiants à utiliser des logiciels similaires à ceux traités en classe

L'étudiant(e) sera capable d'utiliser un outil de gestion de base de données pour mettre en place, selon les règles de l'art, un système de gestion de base de données complexe.

Module Langues

Semestre 1 Cours Anglais 1

Informing and educating the students on business matters through the use of authentic and semi-authentic language resources

Introducing key business vocabulary

Revising important grammatical structures and functional areas

Developing students' speaking, listening, writing and reading skills, with particular reference to a number business-related topics

Understanding, analysing and discussing topic-based reading texts

Communicating effectively by speaking fluently in a variety of contexts such as interviews, meetings, presentations, telephoning...etc.

Using language accurately in relation to organization, register, vocabulary and expressions appropriate to writing; with particular reference to business-related topics

Using intermediate-level grammatical structures in both spoken and written productions

Understanding and analysing of key points in listening passages

Semestre 1 Cours Français 1

- Deux leçons hebdomadaires

Développer la capacité critique de l'étudiant, asseoir les connaissances théoriques acquises dans les autres matières sur des bases élargies en proposant des textes à portée générale

Développer la capacité de détecter la démarche argumentative et la finalité des textes à travers l'analyse de la structure logique

- Une leçon hebdomadaire

Développer la maîtrise et la justesse de la langue

L'étudiant(e) sera capable de :

- développer une réponse critique argumentée à un ensemble d'interrogations qui portent sur l'actualité sociale, politique et économique

- développer la capacité de porter un jugement en fonction d'arguments préexistants

- citer et d'intégrer des opinions tirées de documents, manuels, etc.

Semestre 2 Cours Anglais 2

Informing and educating the students on business matters through the use of authentic and semi-authentic language resources

Introducing key business vocabulary

Revising important grammatical structures and functional areas

Developing students' speaking, listening, writing and reading skills, with particular reference to a number business-related topics

Understanding, analysing and discussing topic-based reading texts

Communicating effectively by speaking fluently in a variety of contexts such as interviews, meetings, presentations, telephoning...etc.

Using language accurately in relation to organization, register, vocabulary and expressions appropriate to writing; with particular reference to business-related topics

Using intermediate-level grammatical structures in both spoken and written productions

Understanding and analysing of key points in listening passages

Semestre 2 Cours Français 2

Situer un document (écrit ou audiovisuel) dans son contexte culturel, politique ou socio-économique
 Dégager les idées essentielles d'un texte d'actualité ainsi que leur enchaînement logique
 Analyser des documents divers, dessins de presse, caricatures et faire une interprétation appropriée
 Savoir reformuler des idées avec ses propres mots
 Faire une recherche sur un sujet précis, élaborer un plan et présenter le sujet devant la classe sous forme d'exposé
 Faire prendre conscience des enjeux de la communication orale devant un public ou un supérieur hiérarchique
 Développer la capacité de structurer un exposé et de s'exprimer de façon pertinente et claire
 Comprendre et se servir des outils de présentation assistée par ordinateur dans la mise en place d'un exposé structuré ; comprendre la relation entre la présentation orale et l'illustration ;
 Développer la capacité de convaincre
 Fournir une information complémentaire d'un projet personnel à partir d'une documentation existante au public ;
 Savoir écouter et rédiger un rapport ou condensé à partir d'une prise de note.

L'étudiant(e) sera capable de :

- déceler quel est le message, l'idée directrice, la finalité du texte
- comprendre comment est structuré et comment structurer un texte
- reformuler les idées d'un texte avec ses propres mots en soignant l'orthographe et la grammaire
- analyser un document de manière structurée et réfléchie, en tenant compte de son contexte
- appliquer les règles grammaticales d'usage

Semestre 3 Cours Anglais 3

Informing and educating the students on business matters through the use of authentic and semi-authentic language resources
 Introducing key business vocabulary
 Revising important grammatical structures and functional areas
 Developing students' speaking, listening, writing and reading skills, with particular reference to a number business-related topics
 Understanding, analysing and discussing topic-based reading texts
 Communicating effectively by speaking fluently in a variety of contexts such as interviews, meetings, presentations, telephoning...etc.
 Using language accurately in relation to organization, register, vocabulary and expressions appropriate to writing; with particular reference to business-related topics
 Using intermediate-level grammatical structures in both spoken and written productions
 Understanding and analysing of key points in listening passages

Semestre 3 Cours Français 3

Permettre à l'étudiant d'organiser de façon autonome un ensemble de textes, de confronter leur contenu et les informations utiles dans le but d'en tirer les idées substantielles et de les présenter sous forme condensée et structurée

L'étudiant(e) sera capable :

- d'analyser, et donc
- de mettre en évidence les divers aspects d'un problème en se fondant uniquement sur le dossier à étudier
- de reformuler les informations contenues dans les documents, sans trahir la pensée des auteurs
- de faire preuve d'objectivité
- de mettre en évidence une argumentation et les structures du raisonnement
- de synthétiser, et donc
- de confronter les idées de chacun des documents
- d'ordonner les idées maîtresses et les argumentations tirées de cette confrontation
- de rédiger en reformulant, et donc
- d'être en mesure de s'exprimer dans un style personnel sans reprendre les mots et expressions du texte d'origine
- de faire preuve de concision et d'esprit de méthode

Module **Stage**

Semestre 4 Cours Stage partie 1

Au début de son stage, l'étudiant est surtout en situation d'observation, mais il est souhaitable qu'une mission précise soit confiée au stagiaire et menée sous le contrôle du tuteur et d'une personne responsable du stagiaire dans l'entreprise.

Faire découvrir aux étudiants le monde du travail et les familiariser avec la vie en entreprise.

Développer l'autonomie de l'étudiant en lui permettant d'acquérir une expérience pratique.

Permettre à l'étudiant d'affiner son projet professionnel.

L'étudiant(e) sera capable :

- de travailler en équipe ;
- d'assumer ses responsabilités en autonomie ;
- d'appliquer des méthodes de travail professionnelles.

Semestre 4 Cours Stage partie 2

Le stage doit permettre de rechercher un projet en entreprise.

S'intégrer dans une entreprise et participer au travail dans un service de l'entreprise

Parfaire ses compétences pratiques par la définition d'un projet en entreprise.

L'étudiant(e) sera capable :

- d'élaborer un projet et d'en faire la planification dans l'esprit de la gestion de projet ;
- de communiquer l'enjeu du projet et d'argumenter logiquement ;
- d'établir une convention réciproque.

Semestre 4 Cours Stage partie 3

Le stage doit permettre de mener à bien un projet en entreprise.

S'intégrer dans une entreprise.

Prendre confiance dans ses capacités professionnelles.

Parfaire ses compétences pratiques par la gestion autonome d'un projet de fin d'études.

Chercher et synthétiser l'information.

Acquérir une expérience professionnelle.

Savoir présenter un projet et expliquer l'approche personnelle d'un problème.

L'étudiant sera capable :

- d'appliquer des méthodes de conduite de projet ;
- de communiquer et de rendre des comptes ;
- de prendre des initiatives et des décisions ;
- de rechercher des sources d'information, de trier et de sélectionner l'information ;
- d'organiser et de synthétiser ;
- de respecter un planning et de gérer l'incertitude ;
- de faire le lien entre différentes disciplines de la formation ;
- de gérer le stress.