

Catalogue des cours électifs

Elective Course Catalogue

2025 – 2026



Academic Calendar 2025 –2026

Fall semester

From **September 1st** to **December 20th**

Divided into

CYCLE 1

September 1st

October 25th

CYCLE 2

October 27th

December 20th

Spring semester

From **January 6th** to **April 25th**

Divided into

CYCLE 3

January 6th

February 28th

CYCLE 4

March 4th

April 28th

Time slots for courses

		Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday
H1	8h00-9h30	A1	A2	A1	A2	A1	A2
H2	9h30-11h	A1	A2	A1	A2	A1	A2
H3	11h15-12h45	PAUSE	PAUSE	PAUSE	C1	PAUSE	PAUSE
H4	12h45-14h15	B1	B2	B1	Sport & Asso	B2	
H5	14h30-16h00	B1	B2	B1		B2	
H6	16h00-17h30	B1	LANGUAGE	C1		B2	
H7	17h45-19h15	B1	LANGUES	C1		B2	
H8	19h15-20h45						

⚠ Attention: if you're interested in taking **French as a Foreign Language (FLE) course**, please note they might slightly **overlap with the B2 slot**, therefore we would advise students to choose courses given during **alternative slots** instead.

English elective courses list 25/26

👉 Please note that **the offer displayed in this document is projected and may change during the year** (unavailability of professors, addition of sessions, course creations, etc.). The definitive and official list of available courses will be sent to you at the opening of each Course Choice campaign.

👉 If a course has **less than 10 students registered**, it may be **switched to an hybrid or online delivery mode, or even cancelled**.

📄 This document provides descriptions for each elective course, if a description is missing this means that **the syllabus of this course is still being updated** and will be available soon.

🔍 The syllabi of these courses are available on the Simple Syllabus application, from your Makersboard home page if you are an officially accepted and registered emlyon student.

CODE	ECTS CREDITS	COURSE TITLE	DEPARTMENT	CYCLE	LANGUAGE	PEDAGOGICAL SUPERVISOR	DELIVERY MODE	TIME SLOT
5AXA01	5	CSR reporting	Accounting and Corporate Finance	1C	EN	LOISON Marie-Claire	Hybrid	A2
5AXA02	5	Governance and ethics	Accounting and Corporate Finance	1C	EN	PUYOU François-Régis	Hybrid	A1
5AXA16	5	Management & cost accounting	Accounting and Corporate Finance	1C	EN	LOISON Marie-Claire	Face-to-face - synchronous	A1
5AXA50	5	Financial Diagnosis	Accounting and Corporate Finance	1C	EN	BRIVADY Jean-Pascal	Hybrid	A2
5AXA52	5	Advanced corporate finance I	Accounting and Corporate Finance	1C	EN	BELZE Loïc	Face-to-face - synchronous	B2
5AXB04	5	Leading Strategic Change	Strategy and Organization	1C	EN	RADOYNOVSKA Nevena	Face-to-face - synchronous	A2
5AXB06	5	Systems Thinking and Sustainability	Strategy and Organization	1C	EN	STRUBEN Jeroen	Face-to-face - synchronous	B2
5AXB11	5	Governance and non-market	Strategy and Organization	1C	EN	BIRHANU Addis Gedefaw	Face-to-face - synchronous	B1
5AXB13	5	Global Strategy	Strategy and Organization	1C	EN	HAN Tao	Face-to-face - synchronous	B2
5AXB14	5	Nonmarket Strategy: Firm, State & Society	Strategy and Organization	1C	EN	BIRHANU Addis Gedefaw	Face-to-face - synchronous	A1
5AXB15	5	Economic Strategy and Competitiveness	Strategy and Organization	1C	EN	XIONG LISA	Hybrid	B1
5AXD16	5	Machine Learning for business	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	1C	EN	JAOTOMBO Franck	Hybrid	A2

5AXD25	5	Business analytics	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	1C	EN	BEN MOHAMED Imen	Hybrid	A1
5AXD28	5	Design of Supply Chain	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	1C	EN	BEN MOHAMED Imen	Face-to-face - synchronous	A2
5AXD29	5	Business Statistics & Data Analysis	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	1C	EN	JAOTOMBO Franck	Face-to-face - synchronous	B1
5AXD30	5	Introduction to Data Analytics & Bus Int	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	1C	EN	LOEILLET Benoit	Hybrid	B2
5AXD42	5	Introduction to Python for Data Analysis	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	1C	EN	KUMAR Ajay	Hybrid	A1
5AXD43	5	AI & Business	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	1C	EN	LOEILLET Benoit	Hybrid	A2
5AXD50	5	Logistics Management	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	1C	EN	GONG Yeming	Face-to-face - synchronous	A2
5AXD51	5	Operations Strategy	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	1C	EN	GONG Yeming	Face-to-face - synchronous	A1
5AXD56	5	Risk Management in Disrupted Times	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	1C	EN	TIMONINA-FARKAS Anna	Hybrid	B1
5AXD57	5	Big Data and Cloud Computing	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	1C	EN	NAZARI Sajad	Face-to-face - synchronous	B2
5AXF02	5	Risk management of banks & insurance co	Quantitative finance & economics	1C	EN	TAVIN Bertrand	Online - synchronous	B2
5AXF11	5	Introduction to Financial Markets	Quantitative finance & economics	1C	EN	CHEVALIER-ROIGNANT Benoît	Face-to-face - synchronous	A1
5AXF15	5	Introduction to financial markets	Quantitative finance & economics	1C	EN	CHEVALIER-ROIGNANT Benoît	Online - synchronous	B1
5AXF22	5	Insurance markets	Quantitative finance & economics	1C	EN	LE COURTOIS Olivier	Online - synchronous	B2
5AXF27	5	Portfolio management	Quantitative finance & economics	1C	EN	ANDRE Eric	Face-to-face - synchronous	B2
5AXF36	5	Probabilities for Finance	Quantitative finance & economics	1C	EN	SCHNEIDER Lorenz	Face-to-face - synchronous	A1
5AXF55	5	Financial Macroeconomics	Quantitative finance & economics	1C	EN	MOKHTARI Abdelhassiss	Face-to-face - synchronous	A2
5AXF59	5	Global capital markets	Quantitative finance & economics	1C	EN	LE COURTOIS Olivier	Online - synchronous	B1
5AXH01	5	Strategic Human Ressource Managt ONLINE	Law, Management and Social Sciences	1C	EN	JACOB Marie-Rachel	Online - asynchronous	ONL
5AXH01	5	Strategic Human Ressource Managt ONLINE	Law, Management and Social Sciences	1C	EN	JACOB Marie-Rachel	Online - asynchronous	ONL
5AXH05	5	Digital Business Law	Law, Management and Social Sciences	1C	EN	ROMANO ANNIKA	Online - synchronous	A1

5AXH20	5	Leadership : Ground Zero for new perspes	Law, Management and Social Sciences	1C	EN	NASR Mohamed Ikram	Face-to-face - synchronous	B1
5AXI05	5	Build Success Futures Minority & Wom Ent	Innovation & Entrepreneurship	1C	EN	SIRAZ Sonia	Face-to-face - synchronous	A2
5AXI06	5	Doing business in India	Strategy and Organization	1C	EN	BELHOSTE Nathalie	Face-to-face - synchronous	B1
5AXI08	5	Innovation&Entrepreneurship Perspectives	Innovation & Entrepreneurship	1C	EN	FRIEDEMANN Christian	Face-to-face - synchronous	B2
5AXI11	5	Climate Strategies for Organisation	Innovation & Entrepreneurship	1C	EN	BLOT XAVIER	Hybrid	A1
5AXI27	5	Organizing Social Innovation	Innovation & Entrepreneurship	1C	EN	BRANDTNER Christof	Face-to-face - synchronous	B1
5AXM02	5	Personal Selling in the age of AI	Marketing	1C	EN	LATINOVIC Zoran	Face-to-face - synchronous	B2
5AXM07	5	Consumer experience and service quality.	Marketing	1C	EN	BEAL Mathieu	Online - synchronous	A1
5AXM27	5	Social Media Management	Marketing	1C	EN	HERVET Guillaume	Face-to-face - synchronous	A2
5AXM29	5	Media management	Marketing	1C	EN	RAIES Karine	Face-to-face - synchronous	B2
5AXM31	5	Branding	Marketing	1C	EN	ROKKA Joonas	Face-to-face - synchronous	A1
5AXM43	5	E-commerce	Marketing	1C	EN	JOERLING Moritz	Hybrid	A2
5AXM48	5	Digital Marketing	Marketing	1C	EN	WEN Yingting	Face-to-face - synchronous	A1
5AXM52	5	Consumer behavior	Marketing	1C	EN	VICDAN Handan	Hybrid	B1
5AXM56	5	Global Purchasing Strategy & Operations	Marketing	1C	EN	O MAHONY NATHALIE	Online - synchronous	B2
5AXM57	5	Lifestyles and Markets	Marketing	1C	EN	ISISAG Anil	Hybrid	A2
5AXM57	5	Lifestyles and Markets	Marketing	1C	EN	ISISAG Anil	Hybrid	A1
5AXS06	5	Sciences and Technology in the Anthro.	Law, Management and Social Sciences	1C	EN	ARNHOLD Valérie	Face-to-face - synchronous	B2
5AXS07	5	Managing diversity inclu & belong in org	Law, Management and Social Sciences	1C	EN	MIELLY Michelle	Face-to-face - synchronous	A1
5AXS12	5	Power and Politics	Law, Management and Social Sciences	1C	EN	SOUIAH Farida	Face-to-face - synchronous	A2
5AXA06	5	BI and data for performance management	Accounting and Corporate Finance	2C	EN	CIAMPI Claire	Face-to-face - synchronous	A1
5AXA09	5	Advanced Financial Modeling	Accounting and Corporate Finance	2C	EN	BRIVADY Jean-Pascal	Hybrid	B2
5AXA13	5	Corporate Governance	Accounting and Corporate Finance	2C	EN	MUKHERJEE Shibashish	Hybrid	A2
5AXA26	5	Practicing Corporate Valuation	Accounting and Corporate Finance	2C	EN	ALPEROVYCH Yan	Face-to-face - synchronous	B1
5AXA27	5	Entrepreneurial Finance, VC & PE	Accounting and Corporate Finance	2C	EN	ALPEROVYCH Yan	Face-to-face - synchronous	B2
5AXB04	5	Leading Strategic Change	Strategy and Organization	2C	EN	RADOYNOVSKA Nevena	Face-to-face - synchronous	A2
5AXB06	5	Systems Thinking and Sustainability	Strategy and Organization	2C	EN	STRUBEN Jeroen	Face-to-face - synchronous	B2

5AXB08	5	Sustainable Corporate Governance	Strategy and Organization	2C	EN	WIRTZ Peter	Face-to-face - synchronous	A1
5AXB13	5	Global Strategy	Strategy and Organization	2C	EN	HAN Tao	Face-to-face - synchronous	B1
5AXB14	5	Nonmarket Strategy: Firm, State & Society	Strategy and Organization	2C	EN	BIRHANU Addis Gedefaw	Face-to-face - synchronous	A1
5AXB20	5	Strategic Networks	Strategy and Organization	2C	EN	NOVOSELOVA Olga	Face-to-face - synchronous	A2
5AXB21	5	Strategic Intrapreneurship	Strategy and Organization	2C	EN	NOVOSELOVA Olga	Face-to-face - synchronous	B2
5AXD16	5	Machine Learning for business	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	2C	EN	JAOTOMBO Franck	Hybrid	A2
5AXD29	5	Business Statistics & Data Analysis	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	2C	EN	JAOTOMBO Franck	Face-to-face - synchronous	B2
5AXD30	5	Introduction to Data Analytics & Bus Int	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	2C	EN	LOEILLET Benoit	Hybrid	A1
5AXD33	5	Data mining	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	2C	EN	LOEILLET Benoit	Face-to-face - synchronous	A1
5AXD42	5	Introduction to Python for Data Analysis	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	2C	EN	KUMAR Ajay	Hybrid	A2
5AXD43	5	AI & Business	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	2C	EN	LOEILLET Benoit	Hybrid	B1
5AXD44	5	Dashboarding	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	2C	EN	LOEILLET Benoit	Face-to-face - synchronous	A2
5AXD51	5	Operations Strategy	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	2C	EN	GONG Yeming	Face-to-face - synchronous	B1
5AXD53	5	IS & databases	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	2C	EN	DAVID Rodreck	Face-to-face - synchronous	B1
5AXD54	5	Advanced statistics for data science	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	2C	EN	JAOTOMBO Franck	Face-to-face - synchronous	B2
5AXF02	5	Risk management of banks & insurance co	Quantitative finance & economics	2C	EN	TAVIN Bertrand	Online - synchronous	A2
5AXF03	5	Quantum Technologies & its business app	Quantitative finance & economics	2C	EN	BAKALLI Gaetan	Face-to-face - synchronous	B2
5AXF10	5	Green Finance - Concepts & Quantitatives	Quantitative finance & economics	2C	EN	COQUERET Guillaume	Face-to-face - synchronous	A2
5AXF27	5	Portfolio management	Quantitative finance & economics	2C	EN	ANDRE Eric	Face-to-face - synchronous	A1
5AXF31	5	Derivatives	Quantitative finance & economics	2C	EN	CHEVALIER-ROIGNANT Benoît	Face-to-face - synchronous	A2
5AXF33	5	Commodities and Credit Derivatives	Quantitative finance & economics	2C	EN	SCHNEIDER Lorenz	Face-to-face - synchronous	B1
5AXF36	5	Probabilities for Finance	Quantitative finance & economics	2C	EN	SCHNEIDER Lorenz	Face-to-face - synchronous	B2

5AXF37	5	Fixed Income: cash flow valuation & hedg	Quantitative finance & economics	2C	EN	SCHNEIDER Lorenz	Face-to-face - synchronous	B2
5AXH01	5	Strategic Human Ressource Managt ONLINE	Law, Management and Social Sciences	2C	EN	JACOB Marie-Rachel	Online - asynchronous	ONL
5AXH01	5	Strategic Human Ressource Managt ONLINE	Law, Management and Social Sciences	2C	EN	JACOB Marie-Rachel	Online - asynchronous	ONL
5AXH03	5	Managing international teams	Law, Management and Social Sciences	2C	EN	FAUST Catou	Face-to-face - synchronous	B1
5AXH05	5	Digital Business Law	Law, Management and Social Sciences	2C	EN	ROMANO ANNIKA	Online - synchronous	A2
5AXH09	5	Management of Intellect. Property Rights	Law, Management and Social Sciences	2C	EN	SCICLUNA Julien	Face-to-face - synchronous	B1
5AXI02	5	Entrepreneurial Principles of World Makg	Innovation & Entrepreneurship	2C	EN	SILBERZAHN Philippe	Online - synchronous	A1
5AXI04	5	Forecasting for Entrepreneurial Growth	Innovation & Entrepreneurship	2C	EN	NOFAL Ahmed	Face-to-face - synchronous	A1
5AXI08	5	Innovation&Entrepreneurship Perspectives	Innovation & Entrepreneurship	2C	EN	FRIEDEMANN Christian	Face-to-face - synchronous	A2
5AXI18	5	Innovation Ecosystem in Emerging Econom.	Innovation & Entrepreneurship	2C	EN	KHVATOVA Tatiana	Online - synchronous	B2
5AXI18	5	Innovation Ecosystem in Emerging Econom.	Innovation & Entrepreneurship	2C	EN	KHVATOVA Tatiana	Online - synchronous	A1
5AXI27	5	Organizing Social Innovation	Innovation & Entrepreneurship	2C	EN	BRANDTNER Christof	Face-to-face - synchronous	A1
5AXI27	5	Organizing Social Innovation	Innovation & Entrepreneurship	2C	EN	BRANDTNER Christof	Face-to-face - synchronous	A2
5AXI31	5	Innovation within planetary boundaries	Innovation & Entrepreneurship	2C	EN	VERRAX Fanny	Face-to-face - synchronous	B1
5AXI41	5	Fundamentals of energy transitions	Innovation & Entrepreneurship	2C	EN	BLOT XAVIER	Face-to-face - synchronous	B2
5AXM12	5	Rethinking marketing	Marketing	2C	EN	VICDAN Handan	Face-to-face - synchronous	B1
5AXM23	5	Marketing Strategy	Marketing	2C	EN	MININA JEUNEMAITRE ALISA	Hybrid	B1
5AXM23	5	Marketing Strategy	Marketing	2C	EN	MININA JEUNEMAITRE ALISA	Hybrid	A2
5AXM24	5	Negotiating complex trade situations	Marketing	2C	EN	BORBELY ADRIAN	Face-to-face - synchronous	A1
5AXM26	5	Marketing analytics	Marketing	2C	EN	GUITART Ivan	Face-to-face - synchronous	A1
5AXM29	5	Media management	Marketing	2C	EN	RAIES Karine	Face-to-face - synchronous	B1
5AXM48	5	Digital Marketing	Marketing	2C	EN	WEN Yingting	Face-to-face - synchronous	A2
5AXM57	5	Lifestyles and Markets	Marketing	2C	EN	ISISAG Anil	Hybrid	B2

5AXM59	5	International retail management	Marketing	2C	EN	GROSSO Monica	Face-to-face - synchronous	B2
5AXS12	5	Power and Politics	Law, Management and Social Sciences	2C	EN	SOUIAH Farida	Face-to-face - synchronous	B2
5AXA09	5	Advanced Financial Modeling	Accounting and Corporate Finance	3C	EN	BRIVADY Jean-Pascal	Hybrid	A2
5AXA16	5	Management & cost accounting	Accounting and Corporate Finance	3C	EN	LOISON Marie-Claire	Face-to-face - synchronous	A2
5AXA26	5	Practicing Corporate Valuation	Accounting and Corporate Finance	3C	EN	ALPEROVYCH Yan	Face-to-face - synchronous	A1
5AXA27	5	Entrepreneurial Finance, VC & PE	Accounting and Corporate Finance	3C	EN	ALPEROVYCH Yan	Face-to-face - synchronous	A1
5AXA50	5	Financial Diagnosis	Accounting and Corporate Finance	3C	EN	BRIVADY Jean-Pascal	Hybrid	A2
5AXA52	5	Advanced corporate finance I	Accounting and Corporate Finance	3C	EN	BELZE Loïc	Face-to-face - synchronous	B2
5AXA53	5	Capital markets	Accounting and Corporate Finance	3C	EN	BELZE Loïc	Face-to-face - synchronous	B1
5AXB04	5	Leading Strategic Change	Strategy and Organization	3C	EN	RADOYNOVSKA Nevena	Face-to-face - synchronous	B2
5AXB06	5	Systems Thinking and Sustainability	Strategy and Organization	3C	EN	STRUBEN Jeroen	Face-to-face - synchronous	A2
5AXB08	5	Sustainable Corporate Governance	Strategy and Organization	3C	EN	WIRTZ Peter	Face-to-face - synchronous	B1
5AXB11	5	Governance and non-market	Strategy and Organization	3C	EN	BIRHANU Addis Gedefaw	Face-to-face - synchronous	B2
5AXB13	5	Global Strategy	Strategy and Organization	3C	EN	HAN Tao	Face-to-face - synchronous	A1
5AXB13	5	Global Strategy	Strategy and Organization	3C	EN	HAN Tao	Face-to-face - synchronous	A2
5AXB15	5	Economic Strategy and Competitiveness	Strategy and Organization	3C	EN	XIONG LISA	Hybrid	B1
5AXD16	5	Machine Learning for business	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	3C	EN	JAOTOMBO Franck	Hybrid	B1
5AXD21	5	Digital business models	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	3C	EN	MOISAN FREDERIC	Face-to-face - synchronous	A2
5AXD29	5	Business Statistics & Data Analysis	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	3C	EN	JAOTOMBO Franck	Face-to-face - synchronous	B1
5AXD30	5	Introduction to Data Analytics & Bus Int	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	3C	EN	LOEILLET Benoit	Hybrid	A2
5AXD31	5	Deep Learning	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	3C	EN	VARASTEH YAZDI Saeed	Face-to-face - synchronous	A2
5AXD32	5	Digital Humanities	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	3C	EN	LOEILLET Benoit	Hybrid	A1
5AXD40	5	Advanced Machine Learning Technique	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	3C	EN	NAZARI Sajad	Face-to-face - synchronous	B1
5AXD42	5	Introduction to Python for Data Analysis	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	3C	EN	KUMAR Ajay	Hybrid	B2
5AXD43	5	AI & Business	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	3C	EN	LOEILLET Benoit	Hybrid	A2

5AXD45	5	Applied Text Mining & Text AI (NLP)	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	3C	EN	JAOTOMBO Franck	Face-to-face - synchronous	B2
5AXD51	5	Operations Strategy	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	3C	EN	GONG Yeming	Face-to-face - synchronous	A2
5AXD55	5	Digital Strategy	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	3C	EN	DAVID Rodreck	Hybrid	A1
5AXD58	5	Decarbonisation: from theory to practice	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	3C	EN	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Face-to-face - synchronous	B1
5AXD59	5	International Project Finance & Managemt	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	3C	EN	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Face-to-face - synchronous	B2
5AXF05	5	Economics of digital ecosystems	Quantitative finance & economics	3C	EN	RUBLE Richard	Online - synchronous	A1
5AXF10	5	Green Finance - Concepts & Quantitatives	Quantitative finance & economics	3C	EN	COQUERET Guillaume	Face-to-face - synchronous	A2
5AXF15	5	Introduction to financial markets	Quantitative finance & economics	3C	EN	CHEVALIER-ROIGNANT Benoît	Online - synchronous	B2
5AXF20	5	Economic Foundations For Strategy	Quantitative finance & economics	3C	EN	VERSAEVEL Bruno	Online - synchronous	B1
5AXF23	5	Economic modelling for Strategy	Quantitative finance & economics	3C	EN	CHEVALIER-ROIGNANT Benoît	Online - synchronous	B2
5AXF37	5	Fixed Income: cash flow valuation & hedg	Quantitative finance & economics	3C	EN	SCHNEIDER Lorenz	Face-to-face - synchronous	B1
5AXH01	5	Strategic Human Ressource Managt ONLINE	Law, Management and Social Sciences	3C	EN	JACOB Marie-Rachel	Online - asynchronous	ONL
5AXH01	5	Strategic Human Ressource Managt ONLINE	Law, Management and Social Sciences	3C	EN	JACOB Marie-Rachel	Online - asynchronous	ONL
5AXI01	5	The Entre. Pitch:The Power storytell	Innovation & Entrepreneurship	3C	EN	CLARKE Jean	Hybrid	A2
5AXI07	5	Techno strategies in emerging industries	Innovation & Entrepreneurship	3C	EN	PALUBINSKAS Almantas	Face-to-face - synchronous	B2
5AXI08	5	Innovation&Entrepreneurship Perspectives	Innovation & Entrepreneurship	3C	EN	FRIEDEMANN Christian	Face-to-face - synchronous	A1
5AXI27	5	Organizing Social Innovation	Innovation & Entrepreneurship	3C	EN	BRANDTNER Christof	Face-to-face - synchronous	B2
5AXI34	5	New venture, growth and development	Innovation & Entrepreneurship	3C	EN	SMITH Celina	Hybrid	B1
5AXI38	5	Legal aspects of starting a venture	Innovation & Entrepreneurship	3C	EN	MOORE Rickie	Hybrid	B2
5AXM01	5	Personal Selling in the Age of AI	Marketing	3C	EN	LATINOVIC Zoran	Online - synchronous	A1
5AXM03	5	Sales operation strategy and management	Marketing	3C	EN	LAI Christine	Online - synchronous	A2
5AXM18	5	BtoB Marketing	Marketing	3C	EN	WEI Ruiqi	Face-to-face - synchronous	A2

5AXM24	5	Negotiating complex trade situations	Marketing	3C	EN	BORBELY ADRIAN	Face-to-face - synchronous	A1
5AXM27	5	Social Media Management	Marketing	3C	EN	HERVET Guillaume	Face-to-face - synchronous	B2
5AXM31	5	Branding	Marketing	3C	EN	ROKKA Joonas	Face-to-face - synchronous	A2
5AXM41	5	Managing Strategic B2B Relationship	Marketing	3C	EN	PARDO Catherine	Online - synchronous	B1
5AXM43	5	E-commerce	Marketing	3C	EN	JOERLING Moritz	Hybrid	A1
5AXM45	5	Trade Marketing & Category management	Marketing	3C	EN	GROSSO Monica	Face-to-face - synchronous	A1
5AXM48	5	Digital Marketing	Marketing	3C	EN	WEN Yingting	Face-to-face - synchronous	B1
5AXM53	5	Advertising and communication	Marketing	3C	EN	MICHAUD PAULINE	Face-to-face - synchronous	B2
5AXM56	5	Global Purchasing Strategy & Operations	Marketing	3C	EN	O MAHONY NATHALIE	Online - synchronous	B2
5AXM59	5	International retail management	Marketing	3C	EN	GROSSO Monica	Face-to-face - synchronous	B1
5AXD16	5	Machine Learning for business	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	3C	EN	JAOTOMBO Franck	Hybrid	B1
5AXD21	5	Digital business models	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	3C	EN	MOISAN FREDERIC	Face-to-face - synchronous	A2
5AXD29	5	Business Statistics & Data Analysis	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	3C	EN	JAOTOMBO Franck	Face-to-face - synchronous	B1
5AXD30	5	Introduction to Data Analytics & Bus Int	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	3C	EN	LOEILLET Benoit	Hybrid	A2
5AXD31	5	Deep Learning	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	3C	EN	VARASTEH YAZDI Saeed	Face-to-face - synchronous	A2
5AXD32	5	Digital Humanities	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	3C	EN	LOEILLET Benoit	Hybrid	A1
5AXD40	5	Advanced Machine Learning Technique	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	3C	EN	NAZARI Sajad	Face-to-face - synchronous	B1
5AXD42	5	Introduction to Python for Data Analysis	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	3C	EN	KUMAR Ajay	Hybrid	B2
5AXD43	5	AI & Business	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	3C	EN	LOEILLET Benoit	Hybrid	A2
5AXD45	5	Applied Text Mining & Text AI (NLP)	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	3C	EN	JAOTOMBO Franck	Face-to-face - synchronous	B2
5AXD51	5	Operations Strategy	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	3C	EN	GONG Yeming	Face-to-face - synchronous	A2
5AXD55	5	Digital Strategy	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	3C	EN	DAVID Rodreck	Hybrid	A1
5AXD58	5	Decarbonisation: from theory to practice	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	3C	EN	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Face-to-face - synchronous	B1

5AXD59	5	International Project Finance & Managemt	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	3C	EN	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Face-to-face - synchronous	B2
5AXF05	5	Economics of digital ecosystems	Quantitative finance & economics	3C	EN	RUBLE Richard	Online - synchronous	A1
5AXF10	5	Green Finance - Concepts & Quantitatives	Quantitative finance & economics	3C	EN	COQUERET Guillaume	Face-to-face - synchronous	A2
5AXF15	5	Introduction to financial markets	Quantitative finance & economics	3C	EN	CHEVALIER-ROIGNANT Benoît	Online - synchronous	B2
5AXF20	5	Economic Foundations For Strategy	Quantitative finance & economics	3C	EN	VERSAEVEL Bruno	Online - synchronous	B1
5AXF23	5	Economic modelling for Strategy	Quantitative finance & economics	3C	EN	CHEVALIER-ROIGNANT Benoît	Online - synchronous	B2
5AXF37	5	Fixed Income: cash flow valuation & hedg	Quantitative finance & economics	3C	EN	SCHNEIDER Lorenz	Face-to-face - synchronous	B1
5AXB04	5	Leading Strategic Change	Strategy and Organization	3C	EN	RADOYNOVSKA Nevena	Face-to-face - synchronous	B2
5AXB06	5	Systems Thinking and Sustainability	Strategy and Organization	3C	EN	STRUBEN Jeroen	Face-to-face - synchronous	A2
5AXB08	5	Sustainable Corporate Governance	Strategy and Organization	3C	EN	WIRTZ Peter	Face-to-face - synchronous	B1
5AXB11	5	Governance and non-market	Strategy and Organization	3C	EN	BIRHANU Addis Gedefaw	Face-to-face - synchronous	B2
5AXB13	5	Global Strategy	Strategy and Organization	3C	EN	HAN Tao	Face-to-face - synchronous	A1
5AXB13	5	Global Strategy	Strategy and Organization	3C	EN	HAN Tao	Face-to-face - synchronous	A2
5AXB15	5	Economic Strategy and Competitiveness	Strategy and Organization	3C	EN	XIONG LISA	Hybrid	B1
5AXA13	5	Corporate Governance	Accounting and Corporate Finance	4C	EN	MUKHERJEE Shibashish	Hybrid	B1
5AXA47	5	Global perspective of Financial Account	Accounting and Corporate Finance	4C	EN	HOTTEGINDRE Géraldine	Face-to-face - synchronous	A1
5AXA47	5	Global perspective of Financial Account	Accounting and Corporate Finance	4C	EN	HOTTEGINDRE Géraldine	Face-to-face - synchronous	B1
5AXA08	5	Introd.to financial modeling	Accounting and Corporate Finance	4C	EN	BRIVADY Jean-Pascal	Hybrid	B2
5AXA16	5	Management & cost accounting	Accounting and Corporate Finance	4C	EN	LOISON Marie-Claire	Face-to-face - synchronous	A2
5AXI30	5	Experiencing entrepreneurship	Innovation & Entrepreneurship	4C	EN	ARENIUS PIA	Face-to-face - synchronous	A1
5AXI29	5	Exploring entrepreneurship	Innovation & Entrepreneurship	4C	EN	ARENIUS PIA	Face-to-face - synchronous	A2
5AXI08	5	Innovation&Entrepreneurship Perspectives	Innovation & Entrepreneurship	4C	EN	FRIEDEMANN Christian	Face-to-face - synchronous	B1
5AXI09	5	Leveraging Social Networks for Entrepres	Innovation & Entrepreneurship	4C	EN	SMITH Celina	Hybrid	A1
5AXI44	5	Social Entrepreneurship Application	Innovation & Entrepreneurship	4C	EN	DUBARD BARBOSA Saulo	Face-to-face - synchronous	A2

5AXI32	5	Social Entrepreneurship in Action	Innovation & Entrepreneurship	4C	EN	DUBARD BARBOSA Saulo	Face-to-face - synchronous	A1
5AXI26	5	Strategic mgnt of techno & innovation	Innovation & Entrepreneurship	4C	EN	PALUBINSKAS Almantas	Face-to-face - synchronous	A1
5AXI45	5	Technology Strategies in Emerging Indus	Innovation & Entrepreneurship	4C	EN	PALUBINSKAS Almantas	Face-to-face - synchronous	A2
5AXI01	5	The Entre. Pitch:The Power storytell	Innovation & Entrepreneurship	4C	EN	CLARKE Jean	Hybrid	B1
5AXH13	5	European Competition Law	Law, Management and Social Sciences	4C	EN	TERCINET Anne	Face-to-face - synchronous	B2
5AXH20	5	Leadership : Ground Zero for new perspes	Law, Management and Social Sciences	4C	EN	NASR Mohamed Ikram	Face-to-face - synchronous	A1
5AXH03	5	Managing international teams	Law, Management and Social Sciences	4C	EN	FAUST Catou	Face-to-face - synchronous	B2
5AXS12	5	Power and Politics	Law, Management and Social Sciences	4C	EN	SOUIAH Farida	Face-to-face - synchronous	B1
5AXS06	5	Sciences and Technology in the Anthropo.	Law, Management and Social Sciences	4C	EN	ARNHOLD Valérie	Face-to-face - synchronous	A1
5AXM52	5	Consumer behavior	Marketing	4C	EN	VICDAN Handan	Hybrid	A2
5AXM20	5	Market Studies and Marketing decisions	Marketing	4C	EN	RAIES Karine	Hybrid	A1
5AXM26	5	Marketing analytics	Marketing	4C	EN	GUITART Ivan	Face-to-face - synchronous	A1
5AXM23	5	Marketing Strategy	Marketing	4C	EN	MININA JEUNEMAITRE ALISA	Hybrid	B1
5AXM02	5	Personal Selling in the age of AI	Marketing	4C	EN	LATINOVIC Zoran	Face-to-face - synchronous	A2
5AXM58	5	Relationship Marketing	Marketing	4C	EN	RAIES Karine	Online - synchronous	A2
5AXM12	5	Rethinking marketing	Marketing	4C	EN	VICDAN Handan	Face-to-face - synchronous	B2
5AXM04	5	Sales operation strategy and management	Marketing	4C	EN	LAI Christine	Face-to-face - synchronous	B2
5AXD43	5	AI & Business	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	4C	EN	LOEILLET Benoit	Hybrid	B2
5AXD29	5	Business Statistics & Data Analysis	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	4C	EN	JAOTOMBO Franck	Face-to-face - synchronous	B1
5AXD28	5	Design of Supply Chain	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	4C	EN	BEN MOHAMED Imen	Face-to-face - synchronous	B2
5AXD30	5	Introduction to Data Analytics & Bus Int	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	4C	EN	LOEILLET Benoit	Hybrid	A1
5AXD42	5	Introduction to Python for Data Analysis	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	4C	EN	KUMAR Ajay	Hybrid	A2
5AXD16	5	Machine Learning for business	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	4C	EN	JAOTOMBO Franck	Hybrid	A1

5AXF55	5	Financial Macroeconomics	Quantitative finance & economics	4C	EN	MOKHTARI Abdelhassis	Face-to-face - synchronous	B2
5AXF11	5	Introduction to Financial Markets	Quantitative finance & economics	4C	EN	CHEVALIER-ROIGNANT Benoît	Face-to-face - synchronous	B1
5AXB14	5	Nonmarket Strategy: Firm, State & Society	Strategy and Organization	4C	EN	BIRHANU Addis Gedefaw	Face-to-face - synchronous	B1

Accounting and Corporate Finance

5AXA52 – Advanced corporate finance I

- 5 ECTS
- English course
- Level : advanced
- Instructor : Loïc BELZE

If you aim at becoming active in the world of Corporate Finance, you need to master the advanced tools and concepts that support any career as a financial analyst in the banking industry or in a corporate finance department. This course offers a precise analysis and implementation of main corporate valuation models. You will use them for both corporate or financial instrument valuations. Developments on financial options are also provided associated to implementation in corporate valuation.

5AXA06 – BI and data for performance management

- 5 ECTS
- English course
- Level : advanced
- Instructor : Claire CIAMPI

Targeted skills can be mobilized in various functions and more notably management control, accounting, finance, and consulting. This course is intended for students with an interest in performance management. Performance management and management control in general! at strategic, tactic or operational level lay upon a well designed and thought about information systems. Selecting the appropriate analytical tools (Business Intelligence tools) is key to leverage information and data including Big data. In this course, we will present the main tools that are available to set up a well-designed performance management system . What is at stake with these tools and related tools like ERP will be discussed (choices, design of data-models, implementation).

5AXA53 – Capital markets

- 5 ECTS
- English course
- Level : advanced
- Instructor : Loïc BELZE

This advanced course builds upon the foundational knowledge acquired in corporate finance and focuses on the practical application of valuation models using Excel. Students will gain hands-on experience in implementing financial models, reinforcing their understanding through empirical analysis. Additionally, general concepts related to each topic will be explored through lectures or online study, ensuring a well-rounded comprehension of the subject matter. This course provides practical insights into financial modeling and its real-world applications. By bridging the gap between theory and practice, students will develop a deeper understanding of key corporate finance issues and their impact on capital markets, equipping them with valuable analytical skills for future professional challenges.

5AXA13 – Corporate governance

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Shibashish MUKHERJEE

The Corporate Governance course will discuss the relevant theories, such as agency theory and associated differences in financial incentives, corporate governance mechanisms, the implication of large and concentrated ownership structures, board configuration, and corporate regulations across countries. This course will discuss related issues such as social norms, corporate social responsibility, and top-management incentives. The course will also provide some background on the differences and similarities in the corporate governance mechanisms across important jurisdictions, such as the United States, United Kingdom, Japan, China, and Scandinavia.

5AXA01 – CSR reporting

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Marie-Claire LOISON

This course explores current practices and challenges in CSR (Corporate Social Responsibility) reporting, also known as sustainability reporting. As organizations face growing pressure to be transparent and accountable, they are increasingly disclosing information on their social and environmental performance to meet the expectations of both internal and external stakeholders.

The course aims to familiarize students with key concepts and frameworks in CSR reporting while providing them with practical skills to use relevant tools and instruments. It also develops their ability to analyze CSR disclosures and understand their impact. Additionally, the course highlights how CSR reporting is set to significantly influence the future of accounting and auditing practices.

5AXA27 – Entrepreneurial Finance, VC & PE

- 5 ECTS
- English course
- Level : advanced
- Instructor : Yan ALPEROVYCH

This course provides a comprehensive view of entrepreneurial finance by examining both the demand and supply sides, focusing first on entrepreneurs and then on investors. On the demand side, it explores the financing needs of entrepreneurs, the available funding sources with their advantages and disadvantages, and the process of determining financial requirements during business planning. It then delves into key aspects such as transaction valuation, deal structuring, and contract design.

On the supply side, the course analyzes the venture capital (VC) and private equity (PE) ecosystem, industry structure, and key players. It reviews three major surveys on how VC & PE investors operate in the US and the EU, before examining the economics of VC & PE funds. This includes legal structures, limited partnership agreements, compensation mechanisms, and cash flow distribution. The course concludes with an in-depth discussion on VC & PE performance and how it is measured.

5AXA50 – Financial Diagnosis

- 5 ECTS
- English course
- Level : advanced
- Instructor : Jean-Pascal BRIVADY

Being able to assess a company's financial performance involves not only understanding key financial metrics but also placing them in the context of the company's broader environment and strategy. This includes constructing realistic forecasts based on available data and critically evaluating existing forecasts. The analysis should take into account not just internal financial statements, but also the dynamics of the company's sector and its economic environment. With this comprehensive understanding, the ability to present a thorough diagnosis of the company's financial health is essential. This includes evaluating the company's capacity to sustain growth and development, ensuring it can adapt and thrive in its competitive landscape.

5AXA47 – Global perspective of Financial Account

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Géraldine HOTTEGINDRE

As a general course it is strongly recommended to all the MSc students. It enables students to understand the challenges of accounting and to acquire the skills needed to read financial statements. It is also a basis for financial analysis. This course is just as much a necessity for students who intend to aim for positions in corporate finance as for those who intend to work in the accounting and audit professions. It is also for It is also intended for all "external third parties" of financial statements (investors, managers, etc.).

In this perspective, this course permit to understand the role and the main issues of financial accounting (cash flow, P&L, working capital, etc.).

From the concepts learned, the professor will also highlight the main issues of accounting choices on our environment.

5AXA02 – Governance and ethics

- 5 ECTS
- English course
- Level : beginner
- Instructor : François-Régis PUYOU

The aim of this course is to give participants a practical understanding of the challenges associated with the implementation of ethical governance mechanisms. Students will acquire a better knowledge of current governance practices in a variety of activity sectors. They will study the complex connections between managerial and ethical considerations in decision-making situations and learn to appreciate the opportunities and limitations of various organizational governance procedures. This course encourages critical reflection about the ways in which contemporary organizations address their ambitions to pursue simultaneously economic, legal and philanthropic objectives in an ethical manner.

5AXA16 – Management & cost accounting

- 5 ECTS
- English course
- Level : beginner
- Instructor : Marie-Claire LOISON

This course focuses on the role of the management controller, who supports managerial decisions that affect a company's performance. The controller consults with the Board and division managers to ensure decisions align with the company's objectives. The course aims to explain the core principles and objectives of management control while teaching students how to apply key tools like cost analysis, budgeting, and performance dashboards. It is designed for students who want to understand the role of Management Accounting and Control Systems (MACS) in supporting decision-making, whether for general management development or for those aspiring to become management controllers

5AXA26 – Practicing Corporate Valuation

- 5 ECTS
- English course
- Level : advanced
- Instructor : Yan ALPEROVYCH

The main goal of this course is to provide students with practical expertise in corporate valuation while enabling them to recognize and critically assess the technical decisions involved. This understanding will allow them to critically review valuations conducted by professional appraisers or financial analysts.

The course uses an active pedagogy that encourages student initiative and critical thinking. It emphasizes business modeling and its connection to a company's industry and strategy. Students are expected to have a solid grasp of basic financial mechanisms and accounting to quickly analyze companies to be valued.

Innovation & Entrepreneurship

5AXI05 – Build Success Futures Minority & Women Entrepreneurship

- 5 ECTS
- English course
- Level : Intermediate
- Instructor : Sonia SIRAZ

Who gets the opportunity to start and grow a successful business – and who gets left out? This course explores how ethnicity, race, gender, and identity affect who has access to the resources needed to launch and scale a business. These factors shape access to capital, networks, and influence within the entrepreneurial world.

Through founder interviews, video and AI analysis, case studies, interactive hands-on activities, pitch practice, and selected readings, you'll examine the real-world barriers minority and women entrepreneurs face and the strategies they may use to overcome them. You'll also reflect on your own assumptions and discover how bias – often unconscious – shows up in business decisions and in society more broadly.

And no, this class isn't just for women or minorities. Non-minorities should take it because we all work in diverse teams, communities, and markets. Inclusion is not someone else's job, it's leadership. At some point in life, everyone can become a minority due to age, health, international job opportunities, or other life circumstances. Understanding how entrepreneurial ecosystems work, and how to build better fairer ones is a critical advantage for any founder, investor, manager, or changemaker.

For example, in the U.S., over \$5 billion in economic potential is lost each year because not everyone has equal access to starting a business. Globally, the impact is even greater. If access were equal, there would be 34.1 million more entrepreneurs across OECD countries, and 7.5 million more in the European Union. We all stand to lose economically and socially when innovation, opportunity, and talent are blocked by inequality.

No prior business experience is required: just curiosity, a willingness to think outside the box, and an openness to engage in thoughtful, constructive discussions.

Final projects include:

- A team project exploring inclusive entrepreneurship in action, involving interviewing a minority/woman entrepreneur
- A short personal video reflecting on your learning experience.

5AXI11- Climate Strategies for Organisation

- 5 ECTS
- English course
- Level : Intermediate
- Instructor : Xavier BLOT

Years after years the impact of climate change is getting more and more attention from governments and companies. The issue is generally approached with a marketing angle, obviating the key growing role climate change is physically playing on businesses. Consequently, usual CSR strategies don't provide technical and relevant framework to behave with the emergency of the situation. Organizations will have to adapt their activities to extreme climate events and in a more constrained world, based on limited resources. Conversely, they will have to limit their physical footprint on our planet by mitigating their greenhouse gases (GHGs) emissions. Whatever the job or the sector, future managers will have to take it into account as a vital input for decision-making. This course aims at giving the keys of understanding and the means of action to the future managers to work in this transition.

5AXI02 – Entrepreneurial Principles of World Making

- 5 ECTS
- English course
- Level : advanced
- Instructor : Philippe SILBERZAHN

This course explores the profound transformations shaping our world across political, social, economic, scientific, and industrial domains. It examines how these changes occur, recognizing that while some are natural, many are driven by human action. As "world makers," humans have long sought to shape their environment, but this process is challenging and often fraught with failure. The course focuses on understanding how individuals can contribute to world making while avoiding common pitfalls. To do so, it draws lessons from entrepreneurs—broadly defined as anyone actively shaping their own path, including business founders, social activists, scientists, and artists. Entrepreneurs challenge existing mental models, shifting societal perceptions and creating new realities. Through this approach, students will learn how to apply entrepreneurial thinking to transform their own worlds.

5AXI30 – Experiencing entrepreneurship

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Pia ARENIUS

This course offers a fully immersive entrepreneurial experience, simulating the pressures of launching and leading a startup. Participants work in teams as founding members, navigating real-world challenges to drive their business toward success.

Throughout the course, students will engage in key entrepreneurial tasks such as persuading customers, pitching to investors, negotiating with stakeholders, managing finances, and developing business models. They will also practice hypothesis-driven product design and conduct business experiments, gaining hands-on experience in decision-making and strategic growth.

5AXI29 – Exploring entrepreneurship

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Pia ARENIUS

This course covers the process of starting a new company from the point of view of the entrepreneur or founder. It addresses ongoing challenges facing entrepreneurs, such as developing successful business ideas; building a team; obtaining and using resources such as human capital and funding; entrepreneurial marketing; and managing and growing an entrepreneurial firm.

Students will gain practical insights into entrepreneurship, from fundraising to firm growth. Those with prior entrepreneurial experience are encouraged to review the course content to ensure it provides new learning opportunities beyond their existing skills.

5AXI41 – Fundamentals of energy transitions

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Xavier BLOT

Since the Industrial Revolution, fossil fuels have enabled unprecedented development, but their excessive exploitation now threatens our planet. We are consuming non-renewable resources too rapidly, contributing to climate disruption through the massive emission of greenhouse gases. Faced with this dual crisis, it is urgent to implement sustainable energy infrastructures with a low carbon footprint and based on long-lasting materials. This course explores energy transitions by drawing on historical transformations and frameworks for action to envision the future. It addresses political, social, and environmental dimensions, as well as techno-economic tools to assess suitable solutions. A second part delves deeper into the study of energy systems through concrete, sector-specific case studies. As a core course, it requires the acquisition of numerous concepts, which are further examined during dedicated debates.

5AXI18 – Innovation Ecosystem in Emerging Economies.

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Tatiana KHVATOVA

In today's globalized world, BRIC countries — Brazil, Russia, India, and China — are playing an increasingly prominent role as both major emerging markets and leading regional powers. Together, they account for 19% of global exports and 33% of the world's GDP, reflecting a broader shift in economic growth from developed nations to emerging economies. Over the past decade, political and economic landscapes within the BRIC countries have evolved significantly, with innovation driving progress in some areas. China, for example, has moved beyond mass production to become a hub of talent, as its universities rise in global rankings. Yet, despite their abundant resources and developed human capital, other BRIC nations continue to face challenges. This course will explore the innovation dynamics of BRIC countries through a systemic lens, analyzing the key factors that foster or impede their capacity for innovation.

5AXI31 – Innovation within planetary boundaries

- 5 ECTS
- English course
- Level : beginner
- Instructor : Fanny VERRAX

This course aims at rethinking innovation processes within the context of planetary boundaries, departing from the idea that responsible innovation today must operate within a framework of strong sustainability.

The focus on planetary boundaries allows to escape the “carbon tunnel vision” and to consider climate change within the broader context of the Anthropocene (Fressoz & Bonneuil 2013). Furthermore, the convergence between planetary boundaries and social justice issues will be addressed using the doughnut theory (Raworth 2012). Overall, this course will introduce concepts such as the “responsible by design” movement as well as the frugal innovation frameworks. At the end of the course, the students will have gained a better understanding of both the planetary boundaries framework, and sustainability-oriented innovation.

5AXI08 – Innovation & Entrepreneurship Perspectives

- 5 ECTS
- English course
- Level : beginner
- Instructor : Christian FRIEDEMANN

Companies and all other types of organizations constantly strive to create more and better value for their customers and stakeholders. Innovation and entrepreneurial approaches are key to increase financial, social and environmental value

Based on the hands-on experience of PCE this intermediate class covers the essential basics of all major Innovation & Entrepreneurship domains. Students are exposed to different perspectives on value creation, such as but not limited to : Startup and Takeover Entrepreneurship ; Corporate Entrepreneurship ; Social Entrepreneurship ; Innovation ; Business Development ; Open Innovation... During the class students elaborate their individual perspectives on value creation. Insights and examples provided allow students to determine in which area they personally would like to become an actor. This will allow them to choose the appropriate advanced courses in the next semesters.

Students will also be introduced to the whole emlyon ecosystem on Innovation & Entrepreneurship and get into contact with the respective professors / experts.

5AXI38 – Legal aspects of starting a venture

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Rickie MOORE

This course provides a basic introduction to the legal and regulatory constructs that impact a start-up business, and a perspective on the law applicable to running a business in France. It is intended to provide a practical introduction to the legal aspects of entrepreneurship that will equip students with the core knowledge required for registering a business and kicking off a business venture. The course offers students the opportunity to learn about fundamental business law topics that typically arise in the life-cycle of a new venture. The overarching purpose of this course is to prepare students to understand and explore the legal and regulatory challenges and opportunities they can expect to encounter as entrepreneurs or actors in the new business sector.

At the conclusion of the course, students will be able to identify, understand and address significant legal issues that underlie many activities of new business ventures as well as the legal issues that impact the rights and duties of the founders of these ventures.

5AXI09 – Leveraging Social Networks for Entrepreneurs

- 5 ECTS
- English course
- Level : beginner
- Instructor : Celina SMITH

In a world where entrepreneurial and professional success increasingly depends on the ability to establish and maintain key relationships, knowing how to build and leverage a network is essential. While social media platforms like Facebook and Twitter are often seen as informal communication tools, they also play a crucial role in helping entrepreneurs and managers acquire strategic resources.

This course explores the importance of social networks in career and business development. By drawing on theories and practical applications, it teaches how to create, access, and optimize networks to maximize professional opportunities while addressing the challenges associated with managing them.

5AXI34 – New venture, growth and development

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Celina SMITH

This course focuses on both the opportunities and the challenges of building and sustaining growth in new entrepreneurial firms, as well as on the role of entrepreneurs and managers in this process. It will cover different types of growth, the circumstances in which each form may be applied, planning and managing the dynamics of growth, and how to effect the transition from entrepreneurial to professional management. The course arms potential managers, entrepreneurs and anyone working in growing organizations, with key analytical skills, frameworks, techniques, and decision-making tools that can be used to manage new venture growth and development. It provides useful preparation for anyone interested in minimizing the risks of failure and enhancing the prospect of growth. By the end of the course participants will be better equipped to negotiate the many challenges that may arise from rapid growth and to identify appropriate solutions.

5AXI27 – Organizing Social Innovation

- 5 ECTS
- English course
- Level : beginner
- Instructor : Christof BRANDTNER

This course explores how to manage and lead social innovation in response to pressing systemic challenges like climate change, social inequality, and resilience. Through eight sessions, it offers tools, theories, and case studies on cross-sector partnerships that drive social change, focusing on financing, coordination, and both the positive impacts and unintended consequences of such initiatives. Emphasizing collaborations between businesses, governments, and civil society, particularly in relation to the U.N. Sustainable Development Goals and the strategic priorities of the Lyon metropolitan area, the course combines debates, simulations, guest speakers, and case analyses to understand how social innovations can be developed, scaled, evaluated, and sustained.

5AXI32 – Social Entrepreneurship in Action

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Saulo DUBARD BARBOSA

Integrating social and environmental issues into individual and collective behavior is essential for ensuring the quality of life and even the survival of humanity. Since the 1970s, social entrepreneurship has grown worldwide, but further development is needed. This course aims to provide fundamental knowledge, tools, and practical applications to understand and apply social entrepreneurship principles effectively. Throughout the sessions, participants will explore different organizational models used by social enterprises, engage with key players in the field, and apply learned tools and concepts. By the end of the course, they will be able to analyze social projects in depth, design and implement their own initiatives, and integrate social and environmental dimensions into their professional paths. Additionally, they will collaborate in teams to contribute to the implementation of a social or ecological project of their choice.

5AXI26 – Strategic mgnt of techno & innovation

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Almantas PALUBINSKAS

This course focuses on the concepts, tools, and techniques for managing technology-based firms and creating sustainable business opportunities through innovation. Positioned at the intersection of technology management, entrepreneurship, and innovation, it examines how firm strategy, ecosystems, industry dynamics, and regulations shape innovation success. Designed for students with a foundation in strategy and entrepreneurship and a strong interest in high-tech industries, the course emphasizes long-term value creation over business planning, encouraging active participation through discussions of readings and case studies.

5AXI01 – The Entre. Pitch: The Power of storytelling

- 5 ECTS
- English course
- Level : beginner
- Instructor : Jean CLARKE

This course explores the power of storytelling and its impact on personal identity and organizational communication. It emphasizes how entrepreneurs can use storytelling to convey their ideas, create a shared vision with stakeholders, and frame their identity. The course also covers different types of stories, teaching students when and how to use them to communicate effectively.

Additionally, the course integrates practical sessions on enhancing presentation skills. These sessions focus on improving verbal and visual delivery, both in formal and online settings, ensuring students are able to make a positive impression. By the end of the course, students will not only understand the theoretical foundations of storytelling but will also develop practical skills for personal and professional use, with guidance from a former television executive producer.

Law, Management and Social Sciences

5AXH05 – Digital Business Law

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Annika ROMANO

This course deals with the application of legal issues in a digital ecosystem

The course will take into consideration previous experiences and knowledge on e-commerce law, fundamentally on Contract law, Intellectual Property, principles of employment law.

Students are expected to understand the legal implications in participative financing of ventures, protection of privacy and data, and learn the legal framework on crowdfunding, international licenses and the consequences of international infringement of intellectual property.

The analysis and understanding will be made through the use of case studies and other methods and practical examples.

5AXH13 – European Competition Law

- 5 ECTS
- English course
- Level : beginner
- Instructor : Anne TERCINET

Only two models do exist worldwide concerning competition policy: the US and the EU ones. When working internationally, EU managers and entrepreneurs must be aware of the legal consequences of their decisions for their company as well as for themselves, and understand the changing legal framework, at least in Europe. It supposes to compare it with the US one which is the historical reference. The aim of this course is to enable participants to understand the impact of the E.U. competition law upon international management and decision making, and then to compare it with the impact of the American one in order to develop the best understanding of the legal environment of firms.

The key issues from the firms' perspective are commercial policy, distribution networks, and mergers and acquisitions. In other words: How to avoid cartels? How to defend your firm? How to organize distribution networks compatible with competition law? How to manage merger and take-overs procedures?

5AXH09 – Management of Intellect. Property Rights

- 5 ECTS
- English course
- Level : beginner
- Instructor : Julien SCICLUNA

The goal of this course is to give students an overview of Intellectual property rights in an International and highly competitive environment. The students will be presented with the legal concepts governing Intellectual Property and how these rights interact together. More specifically, its objective is to see how Intellectual Property is an asset used by companies as a strategic tool. Through practical and interactive sessions, the students will explore the relation of intellectual property with marketing, International trade, cross border litigation and export strategy. Through presentations and discussions with IP professionals from various industries and services providers, students will also grasp the managerial and cultural implications of intellectual property.

5AXH03 – Managing international teams

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Catou FAUST

Through your placements abroad , you have become aware of the impact of cultural representations on working relationships. While globalisation is generating a degree of harmonisation of practices, at a deeper cultural level, the representations and visions of the world, of what is 'normal' and what is not, remain different. And yet we have to work more and more frequently with people from different cultures! National cultures, but also generational cultures, business cultures or company cultures in the case of mergers. How can we identify and understand the points of tension? How can we find a common ground acceptable to all? How do you adopt a position without losing sight of your own objectives? This is the intercultural approach that this course will enable you to develop yourself, starting from your own questions and providing you with the theoretical basis for identifying the major cultural dimensions.

5AXS12 – Power and Politics

- 5 ECTS
- English course
- Level : beginner
- Instructor : Farida SOUIAH

Through the lens of social sciences, primarily political science, this course aims to unravel the intricate mechanisms of power and how they are both exercised and challenged. Understanding these dynamics is crucial not only for future managers but for engaged citizens as well. Political science offers a critical framework for deciphering the complex relationships between governments, corporations, and the broader society. By delving into political systems, forms of contestation, and the impact of policies, you'll gain valuable insights that extend beyond professional settings, empowering you to navigate the complexities of the world around you and effect meaningful change.

5AXS06 – Sciences and Technology in the Anthro.

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Valérie ARNHOLD

This course examines the complex relationship between science, technology, and society, focusing on controversies over innovations like nuclear energy, AI, and biotechnology. It looks at how these debates have intensified with issues like climate change and the Anthropocene, pushing society to reconsider the impact of technology on the natural world. The course also addresses how science can be used to obscure important information, benefiting powerful corporations, and how misinformation complicates public understanding and decision-making. Students will explore how culture and social structures shape technology, moving beyond traditional views to analyze the connections between science, power, and politics. The course provides tools for navigating current discussions on science and technology, while encouraging independent exploration of the social and political stakes involved in technological innovations and their success in a globalized, politically charged environment.

5AXH01 – Strategic Human Ressource Managt ONLINE

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Marie-Rachel JACOB

Achieving performance through Human Resource requires more than sole techniques and guts. It involves critical thinking of how human work contributes to business and how to get the best from workers. This course provides a strategic HRM framework developed by emlyon professors and uses full online learning activities to teach students how to reflect on the strategic human resource management of a real company. Students need to get access to HRM practices of a real company. The course allows students to learn the concepts and apply them on the case of a company they chose based on data accessibility.

Marketing

5AXM53 – Advertising and communication

- 5 ECTS
- English course
- Level : beginner
- Instructor : Pauline MICHAUD

The course will cover the fundamentals of building an omnichannel communication strategy then will emphasize the operational implementation of new digital tools.

5AXM31 – Branding

- 5 ECTS
- English course
- Level : advanced
- Instructor : Joonas ROKKA

This course explores the strategic role of branding in today's complex, digital, and globalized world. It highlights how branding is crucial not only for businesses but also for NGOs, consumer movements, and individuals. Through lectures, readings, and assignments, students will gain a critical understanding of how brands function in contemporary markets and their broader impact on consumer culture.

The course fosters strategic thinking and encourages students to develop their own perspectives on branding. It provides tools to analyze key branding issues, such as globalization, digitalization, reputation management, and social and environmental concerns. Additionally, it emphasizes the cultural and social dynamics that influence a brand's success or failure.

5AXM18 – BtoB Marketing

- 5 ECTS
- English course
- Level : beginner
- Instructor : Ruiqi WEI

This course explores Business-to-Business (B2B) marketing, which involves exchanges between organizations, including companies, administrations, and governments. It helps participants understand the unique nature of marketing in a B2B context and equips them with the methods and tools needed to implement effective marketing strategies.

B2B marketing fosters innovation, particularly through value co-creation with customers. This course introduces participants to new marketing applications, preparing them for diverse sectors and strategic marketing roles where they can leverage specialized knowledge and skills.

5AXM52 – Consumer behavior

- 5 ECTS
- English course
- Level : beginner
- Instructor : Handan VICDAN

Consumers are at the center of all marketing activities. Therefore, it is vital to understand the why and how of their consumption behaviors, and the environment within which they behave, since this environment shapes much of what they think, feel, and do and constitutes the context within which the marketers and consumers interact.

The objective of this course is to introduce students to some of the major concepts and theories in consumer behavior with the purpose of understanding how we can apply these concepts within a strategic and a real-world context, since the creation of effective marketing strategy is dependent on a clear understanding of the consumers' needs and wants. Together, we will expose ourselves to diverse approaches in consumer behavior and research, review major pre consumption, consumption and post-consumption theories and apply these theories to real-world examples through assignments and projects.

5AXM07 – Consumer experience and service quality.

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Mathieu BEAL

Services dominate almost all types of economies today. The service sector accounts for a majority of the gross domestic product in all industrialized countries and provides most of the new jobs in many developing and highly developed nations worldwide. Consequently, it is almost a certainty that you will be earning your living – directly or indirectly – creating and delivering services. Decades ago, companies started a shift from a product-oriented marketing to a services-oriented marketing, where experiences become a central part of the delivered value to customers. In a product-oriented marketing, the 4Ps are keys: the main objective of the marketing department is to create the perfect mix – the right product, at the right place, with the good promotion, at a reasonable price – to ensure that many customers will buy the product. The service-oriented marketing represented an important shift in marketing science, because the value does not come from the product anymore but from the service and experience.

5AXM48 – Digital Marketing

- 5 ECTS
- English course
- Level : beginner
- Instructor : Yingting WEN

This course provides a comprehensive overview of digital marketing strategies and tools. Students will learn how to engage customers, implement successful digital campaigns, and measure their effectiveness using various digital marketing techniques.

5AXM44 – E-commerce

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Moritz JOERLING

This course provides a comprehensive introduction to e-commerce, focusing on key concepts, business models, user experience (UX), consumer behavior (CB), research and analytics, content marketing, customer relationship management (CRM), conversion rate optimization, and marketplace selling. Each session combines theoretical lectures with practical application through a simulation game, where students manage the online presence and communication of a company that sells tablets. This course aims to equip students with the essential knowledge and practical skills necessary to manage and grow an e-commerce business successfully.

5AXM56 – Global Purchasing Strategy & Operations

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Nathalie O MAHONY

In today's competitive business landscape, effective procurement strategies are essential for ensuring organizational success. This course offers an in-depth exploration of the critical role procurement plays in business operations and strategic planning. Students will discover the importance of procurement in driving cost efficiency, managing risks, fostering innovation, and contributing to corporate social responsibility (CSR).

The students will also learn how to manage a supplier base through a business simulation where they will act as Procurement Managers of a manufacturing company.

5AXM59 – International retail management

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Monica GROSSO

Retail is one of the sectors in which the entrepreneurial spirit, linked with innovation orientation, is most widespread but also most difficult to transform in a real success.

The retail company's point of view is adopted in this course. The most important decisions and managerial tools at the retail level will be investigated theoretically and practically, through the analysis of international real retail practices in different sectors. Students will have the opportunity to apply the concepts seen in class and taste how intriguing could be developing a new and innovative retail concept in a team-competition with others top international business schools. Idea creation and guidelines for implementation will be the pillars to succeed in the competition.

5AXM57 – Lifestyles and Markets

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Anil ISISAG

Contemporary markets are open, fluid, and complex systems that are constantly being destabilized by various market actors. This course contributes to developing a deep understanding of how companies and brands can analyze and connect with consumer markets through lifestyles. More specifically, it offers a comprehensive framework together with analytical tools for learning about the design of successful and holistic market offerings that resonate with contemporary consumer lifestyles. It provides insights and examples from a number of key lifestyle market contexts, including fashion, luxury, design, food, counterculture, sports, gaming, and travel, all of which constitute increasingly global and digitalized market settings. Overall, the objective is to foster new strategic and critical thinking in branding that leverages and is sensitive to lifestyles as a crucial aspect of brands' success.

5AXM41 – Managing Strategic B2B Relationship

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Catherine PARDO

This online course explores how companies identify, build, and develop strategic B2B relationships from both Sales and Procurement perspectives. It covers how to identify strategic customers and suppliers, as well as how to segment these bases to determine key partners to manage. The course details the processes needed to manage these relationships by understanding partners' business strategies, cultures, values, and markets to create mutual value. It also examines the organizational structure required and the roles of Key Account Managers, Key Supplier Managers, and their teams in managing these partnerships.

5AXM20 – Market Studies and Marketing decisions

- 5 ECTS
- English course
- Level : beginner
- Instructor : Karine RAIES

This course explores how marketing analytics inform strategic decisions on segmentation, targeting, positioning, products, pricing, distribution, and communication. It provides students with a deep understanding of methodologies and tools for market analysis, helping them make informed marketing decisions. Participants will learn to design and conduct market studies, interpret data, and develop effective marketing strategies.

Key topics include market segmentation, competitor analysis, consumer needs and behavior assessment, and qualitative and quantitative research techniques. The course emphasizes practical application through real-world case studies and group projects, enabling students to develop analytical and strategic skills for optimal decision-making in a competitive business environment.

5AXM26 – Marketing analytics

- 5 ECTS
- English course
- Level : advanced
- Instructor : Ivan GUITART

This course is designed to equip students with quantitative tools for a systematic and analytical approach to marketing decision-making. The course addresses four fundamental marketing challenges: customer diversity, customer change, competitor reactions, and resource limitations. Through this analytical approach, students will learn to leverage data and analytics to improve marketing strategies and solve common marketing analytics problems in a process-driven manner. The course will use the “Tell-Show-Do” method, offering both theoretical lectures and practical, hands-on experience. Students will apply concepts and models to real-life marketing problems, enabling them to make data-driven decisions and effectively demonstrate the return on investment (ROI) of marketing expenditures, a key consideration for executives in today’s data-centric business environment.

5AXM23 – Marketing Strategy

- 5 ECTS
- English course
- Level : beginner
- Instructor : Alisa MININA JEUNEMAITRE

This course aims to equip participants with the skills needed for high-level marketing decision-making and for identifying and solving strategic marketing challenges. Marketing often involves multiple viable approaches, drawing inspiration from various schools of thought. The primary goal is to familiarize you with modern marketing theories, enabling you to compare different viewpoints and select the most suitable one for your needs. Accordingly, the course focuses on two complementary perspectives: decision-focused and cultural marketing strategies. We will apply these strategies through practical exercises, including case studies and group assignments, to bridge theory with real-world application.

5AXM29 – Media management

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Karine RAIES

This course will enable students to understand the radical changes facing the media and entertainment industry, and provide them with the marketing and business foundations they need if they plan to work in this sector. Students will become familiar with media management and key industry trends by analyzing key players, content providers (movies, series, sports, news) and changing consumer habits.

The course will also contribute to the development of students' professional skills such as business acumen, analytical skills, creativity and teamwork through a number of case studies.

5AXM24 – Negotiating complex trade situations

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate

Instructor : Adrian BORBELY

Complex business situations require strong negotiation skills.

This course is designed to demonstrate the potential difficulties of establishing mutually satisfying relationships (esp. trade relationships) and provide the necessary skills to overcome such difficulties.

Negotiated relationships may also lead to conflicts and disputes. Negotiation serves to draft contracts but also to manage long-term relationships, especially when they turn conflict-prone. Students will also be introduced to mediation and other facilitating techniques.

5AXM02 – Personal Selling in the age of AI

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Zoran LATINOVIC

Curious about various facets of personal selling, integrating theoretical and managerial perspectives? This PGE course focuses on contemporary personal selling facilitated by AI, based on relationship selling (consultative selling), new selling models, personal selling techniques, and four main strategies aligned with the personal selling process: relationship strategy, product strategy, customer strategy, and presentation strategy. Moreover, the course is also designed to equip students with globally applicable knowledge and competencies related to personal selling techniques like adaptive, customer-oriented and value-based selling, personal selling skills and characteristics, selling ethics, communication, and presentation. The role of AI technology will be showcased through various business applications related to sales enablement, sales engagement, and the stages of the selling process. The course highlights that technology serves as a facilitator rather than a substitute to existing sales behavior approaches, leading to AI-driven delivery on sales behaviors, increased sales effectiveness, and continuous enhancement of adaptiveness to customer and market needs.

Our course combines interactive lectures with various teaching methods, including recommended readings from academic journals and business press articles, class discussions, team project with student presentations, leading research analyst insights, and international (sales) career guidelines. We will have leading academics and/or industry practitioners as guest speakers. However, we will also demonstrate how other professions use sales in almost everyday contexts.

This course will utilize global case studies, role-plays, exercises with sales implications adaptable to contemporary and cross-cultural contexts, and applied examples. The covered topics will provide a knowledge base that will allow students to participate in the team project. The course involves no coding, is held in English, emphasizes teamwork in groups, and will be assessed based on individual and team project evaluations.

5AXM58 – Relationship Marketing

- 5 ECTS
- English course
- Level : beginner
- Instructor : Karine RAIES

Building strong customer-brand relationships is essential across all industries, with relationship marketing aiming to foster emotional connections, customer loyalty, and long-term engagement, as opposed to the short-term focus of traditional marketing on customer acquisition and individual sales. This course emphasizes the importance of nurturing lasting customer relationships through value creation, aiming to move beyond transactional approaches to develop deeper, more meaningful brand connections.

The course explores the complexity and diversity of customer relationships in various marketing contexts, highlighting how to define and cultivate valuable relationships. It also integrates recent technological advancements, such as digital media technologies and artificial intelligence, to show how these innovations can enhance relationship marketing and further strengthen customer engagement strategies.

5AXM12 – Rethinking marketing

- 5 ECTS
- English course
- Level : advanced
- Instructor : Handan VICDAN

This course aims to provide a deep understanding of contemporary issues in modern marketing and help students develop strategic perspectives grounded in a critical understanding of marketing foundations and techniques. The focus is on challenging conventional marketing thought and rethinking traditional approaches in light of significant changes and emerging trends in the field.

Students will gain an analytical and critical understanding of marketing systems and practices, addressing issues such as consumer power, consumer resistance, anti-consumption, sustainable and green marketing, social marketing, new market research techniques, and ethical considerations in branding and communication. The course emphasizes the importance of critically evaluating the evolving dynamics in the marketing landscape.

5AXM04 – Sales operation strategy and management

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Christine LAI

This course provides students with an understanding of different facets of sales strategy and sales management while integrating theoretical and managerial perspectives. The course focuses on sales strategy, customer relationship management, sales force organization; environmental factors in sales management, sales control systems, sales leadership; salesperson performance and motivation; salesperson compensation and evaluation of salesperson performance; salesperson recruitment, selection, and training; and AI role in sales management.

5AXM27 – Social Media Management

- 5 ECTS
- English course
- Level : beginner
- Instructor : Guillaume HERVET

This course is designed for aspiring digital strategy professionals, covering key topics such as social media algorithms, detailed audits, and the development of marketing plans across platforms like Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, and LinkedIn. The course focuses on enhancing students' strategic creativity in digital content creation to help them stand out in the competitive social media landscape.

Students will also gain expertise in using social media analytics for data-driven decision-making, executing effective advertising campaigns, and working with influencers and managing online communities. By combining theoretical insights with practical experience, the course equips students with the skills necessary to take on leadership roles in social media strategy and execution.

5AXM55 – Sustainable Purchasing

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Nathalie O MAHONY

Objective of this course : Discover how to drive sustainability in procurement with practical insights into regulations, risk assessment, human rights, deforestation-free supply chains and net-zero targets. Learn to integrate sustainability into procurement strategies through hands-on case studies and understand how to measure success and engage stakeholders in driving sustainability in procurement practices..

5AXM45 – Trade Marketing & Category management

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Monica GROSSO

We are living in a time of rapid changes, driven by globalization, new technologies, and shifting social and demographic trends, all of which are reshaping the economic landscape. For companies, being innovative in organizing and managing distribution channels is essential to ensure products are available to end customers. A smart go-to-market strategy is necessary to overcome barriers between the firm and its customers, ensuring successful product availability and sales.

This elective provides a comprehensive understanding of how organizations build their market access strategies, focusing on methodologies that overcome barriers between firms and their final customers. The course addresses topics like channel management, supplier-retailer cooperation, trade marketing, Category Management, and in-store sales activation. It offers practical tools, particularly in the FMCG industry, with applications in other sectors. This course is ideal for students interested in roles such as product and brand manager, trade marketing manager, or retail manager, especially those wanting to understand how panel data influences sales decisions.

Operations, Data and Artificial Intelligence for business

5AXD43 – AI & Business

- 5 ECTS
- English course
- Level : beginner
- Instructor : Benoit LOEILLET

The course aims at giving fundamentals of Artificial Intelligence and focuses on its applications in business. Students will have a concrete overview of how AI is transforming the way of doing business. Several questions are raised to make them interact and think about the added value and implications of AI tools implementation on several dimensions. Students will be asked to work on group to explore different sides and challenges of implementing and using AI like ethical issues, biases, fraud and risk analysis.

5AXD40 – Advanced Machine Learning Technique

- 5 ECTS
- English course
- Level : advanced
- Instructor : Sajad NAZARI

This in-depth study explores advanced machine learning models, including ensemble trees such as Random Forests, Support Vector Machines, and various versions of Boosted Trees. These techniques are widely used to enhance prediction accuracy by combining multiple models, reducing errors, and improving algorithm robustness.

Additionally, the study will cover unsupervised learning in greater detail, focusing on methods that analyze and structure data without prior labels. This approach is crucial for uncovering hidden patterns, clustering similar data points, and reducing the dimensionality of complex datasets.

5AXD54 – Advanced statistics for data science

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Franck JAOTOMBO

This course provides a solid foundation in Multivariate Data Analysis, making it an essential starting point for anyone looking to develop strong analytical skills. The first part of the course focuses on the fundamental techniques of exploratory statistics, equipping students with the tools to explore, summarize, and visualize complex datasets effectively. Through practical exercises and theoretical insights, learners will gain a deep understanding of how to uncover patterns and relationships within multivariate data. The second part of the course delves into three crucial techniques in statistical modeling, offering a comprehensive overview of how to build, interpret, and validate predictive models. By the end of the course, students will have a well-rounded understanding of both exploratory and modeling approaches in multivariate analysis, preparing them to tackle real-world data challenges with confidence.

5AXD45 – Applied Text Mining & Text AI (NLP)

- 5 ECTS
- English course
- Level : advanced
- Instructor : Franck JAOTOMBO

This course offers a hands-on introduction to Machine Learning and Deep Learning applied to text data, focusing on techniques like Text Mining and Natural Language Processing (NLP), which are essential for product, service, and marketing developments. Each session includes a conceptual overview, a live demonstration, and practical application using either a toy or real-life dataset. Key topics covered include information extraction (e.g., business intelligence, web scraping), sentiment analysis, text classification (especially in marketing), topic modeling, text clustering, and the use of Machine Learning and Deep Learning for text generation and summarization. The course explores the latest developments in NLP, including BERT and GPT transformer models.

5AXD25- Business analytics

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Imen BEN MOHAMED

Business Analytics course, a data management solution and business intelligence subset, refers to the set of disciplines and technologies for solving business problems. The course covers descriptive/statistical analytics, predictive analytics and prescriptive analytics in order to analyze and transform data into useful information, identify and anticipate trends and outcomes, and finally make smarter, data-driven business decisions.

The course will enable students to :

Taking in and processing historical business data

Analyzing that data to identify trends, patterns, and root causes

Making data-driven business decisions based on those insights

5AXD29 – Business Statistics & Data Analysis

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Franck JAOTOMBO

This course builds on the basic introductory mandatory course in Statistics. It aims at imparting the minimum required skills in Data Analysis for the interested students Who wish to prepare for a more quantitative-oriented curriculum, track or specialization :

- Data Science,
- Quantitative Marketing,
- Finance & Econometrics,
- Organizational Behavior, etc.

A Statistics Software selected by the pedagogical team will be used during the hands-on sessions (labs) and the lectures

5AXD44 – Dashboarding

- 5 ECTS
- English course
- Level : beginner
- Instructor : Benoit LOEILLET

In today's data-driven world, businesses have accumulated vast amounts of data, and visualizing this data is a crucial first step toward understanding it. While many business users still rely on tools like Excel, which face limitations in handling large volumes and interactivity, data specialists use programming languages such as Python or R. To bridge this gap, the field of Business Intelligence (BI) has emerged, empowering non-technical users to interact with data, create dashboards, and manage complex datasets without coding. The Dashboarding course is a 24-hour program divided into four key parts: an introduction to Data Visualization and BI, hands-on training with Power BI, UX/UI design for dashboards, and storytelling with data. Through this course, participants will gain a strong understanding of BI fundamentals, data modeling, the history and principles of effective data visualization, and will apply these concepts using Power BI on real-world case studies. The course emphasizes not only technical skills but also the importance of design and storytelling to effectively communicate insights to an audience.

5AXD33 – Data mining

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Benoit LOEILLET

This course is a fully hands-on program dedicated to data mining, designed as a continuation of the three previous courses in the Data Analyst track offered to PGE students. Building on the foundational knowledge acquired earlier in the track, this course dives deeper into the data environment, allowing students to explore its complexities and practical applications. It emphasizes not only understanding the theoretical aspects of data mining but also applying a wide range of concepts and methods covered in prior courses through real-world scenarios and case studies. By engaging with practical exercises and projects, students will strengthen their analytical skills, learn to extract meaningful insights from large datasets, and develop a comprehensive, applied understanding of data mining techniques essential for tackling real business challenges.

5AXD31 – Deep Learning

- 5 ECTS
- English course
- Level : advanced
- Instructor : Saeed VARASTEH YAZDI

This course provides a beginner's introduction to Artificial Neural Networks (ANN) and Deep Neural Networks (DNN) and their applications to various AI tasks, including image classification, speech recognition, and natural language processing. By the end of the course, students are expected to have a significant familiarity with the subject and be able to apply deep learning to a variety of tasks.

Students will be introduced to the basic concepts and terminology associated with deep neural networks. We will start with the basics of learning in artificial neural networks and their optimizations, and we will cover the most commonly used DNN architectures such as Feed Forward Neural Networks, Convolutional Neural Networks and Recurrent Neural Networks.

5AXD28 – Design of Supply Chain

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Imen BEN MOHAMED

Supply chain networks (SCN) design problems deal with strategic decisions on resources' investments, policy making, and deployment issues that are the responsibility of top management. At this level, a major concern is the long-term financing of the required capital, the expected return on investments, risk management and, more generally, the impact of the SCN design decisions on the value of the firm. However, design decisions impose resource availability and utilization constraints on the SCN users who, through their day-to-day procurement, production, and distribution actions, in response to customer demands, determine the return that will be obtained on investment. This course aims to make students familiar with the key concepts related to the design of the supply chain. Using mathematical-based decision-making techniques, this course will train students in analytical rigor and abstraction to enable them design their SCN and analyze situations specific to their future job as manager and derive the key managerial insights.

5AXD21 – Digital business models

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Frederic MOISAN

Digitization is transforming a variety of sectors from retail to news media. Moreover, recent technological developments bring with them an abundance of new business opportunities. In this context, understanding the distinctive features of the digital economy is critical to the design of innovative business models with high social and economic impact.

The aim of this course is to acquire a general understanding of digital business models, their characteristics, and how companies and entrepreneurs can successfully design and implement them. In particular, we will review business models and methods underlying the development of innovative applications that rely on digital platforms, artificial intelligence, and blockchain technologies.

5AXD32 – Digital humanities

- 5 ECTS
- English course
- Level : beginner
- Instructor : Benoit LOEILLET

This course is part of the AI professional track offered within the PGE program, providing students with a comprehensive exploration of the history and evolution of Artificial Intelligence. It examines the major milestones, breakthroughs, and figures that have shaped the development of AI, from its early theoretical foundations to its modern-day applications. Beyond the historical perspective, the course places a strong emphasis on understanding the role of AI within organizations and its broader impact on society. Students will critically assess how AI technologies are transforming industries, influencing decision-making processes, and raising ethical, social, and economic questions. By the end of the course, participants will have a well-rounded understanding of AI's journey and its profound implications for the future of business and society.

5AXD30 – Introduction to Data Analytics & Bus Int

- 5 ECTS
- English course
- Level : beginner
- Instructor : Benoit LOEILLET

This course provides an introduction to what is data and how to drive a data analysis from a dataset. It puts students in a situation as a data analyst in a company (or any organization). The course explores concepts of Information systems into organizations and the use of Business Intelligence.

Using a specific interfaced (no-code) tool, we will explore the different steps of a data analysis, including data cleaning, the question of data quality, data manipulation and exploration, as well as data visualization, dashboarding, reporting and story-telling.

By the end of this course, students will provide an analysis of a specific dataset from a defined case study.

5AXD42 – Introduction to Python for Data Analysis

- 5 ECTS
- English course
- Level : beginner
- Instructor : Ajay KUMAR

An understanding of basic data analysis with Python programming is very important for a variety of market research and business strategy positions including data science jobs.

This course prepares students for entry-level data science positions, such as Business Analyst or Data Analyst, where Python programming is used for daily data analysis tasks.

5AXD53 – IS & databases

- 5 ECTS
- English course
- Level : beginner
- Instructor : Rodreck DAVID

This course provides you with the essential tools and knowledge to effectively navigate and manage information systems, with a particular focus on working with data stored in relational databases. Throughout the course, you will develop a deep understanding of how to structure, query, and optimize databases to extract meaningful insights. Emphasizing practical, business-oriented exercises, you will gain hands-on experience in exploring, manipulating, cleaning, and retrieving data using SQL – the cornerstone language of database management. By engaging with real-world scenarios and challenges commonly encountered by data analysts, you will build the confidence and technical proficiency needed to handle complex data tasks. This course is perfectly suited for aspiring entry-level analysts looking to launch their careers in data science and analytics, providing them with a solid foundation in database handling and data extraction techniques that are critical in today's data-driven industries.

5AXD50 – Logistics management

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Yeming GONG

Logistics management is one of the most important parts of the supply chain which plans, implements and controls the material flow and storage of goods, services and related information between suppliers and customers in order to meet market requirements. In this course, you will learn basic concepts and theories of logistics management, discuss the practice of logistics management in supply chain, and study the implementation methods of logistics management systems. Particular emphasis is given to optimization methods and case analysis to acquaint participants with various tools and techniques used in logistics management. Course content includes: introducing logistics systems, forecasting logistics requirements, designing the logistics network, solving inventory management problems, designing and operating a warehouse, planning and managing long-haul freight transportation, planning and managing short-haul freight transportation, and linking theory and practice.

5AXD16 – Machine Learning for business

- 5 ECTS
- English course
- Level : beginner
- Instructor : Franck JAOTOMBO

This class is a hands-on introduction to Machine Learning With :

- The main Machine Learning Concepts and Principles
- A conceptual presentation of the main Machine Learning Algorithms
- Toy datasets and Real-Life datasets (Business Related)
- Basic Python coding mostly With Pandas and Scikit-Learn libraries

Students will work on an individual or/and a group project during the whole class.

5AXD51 – Operations Strategy

- 5 ECTS
- English course
- Level : beginner
- Instructor : Yeming GONG

Today's managers have understood that manufacturing and operations have to be managed in the broader context of business strategy. Operations strategy examines how manufacturing and service operations can be used as competitive weapons, rather than a narrow and functional area based on simple objectives such as cost minimization or revenue maximization. Students will learn what constitutes an operations strategy and how organizations can create value by managing operational complexity and uncertainty. This course will provide a unifying framework for analyzing strategic issues in manufacturing and service operations, analyze relationships between manufacturing and service companies and their suppliers, customers, and competitors, and explore means of competition such as cost, quality, flexibility, price and innovativeness.

Quantitative finance & economics

5AXF33 – Commodities and Credit Derivatives

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Lorenz SCHNEIDER

This course offers an introduction to commodity and credit markets, the financial products traded within them, and the mathematical models used by market participants. Students will explore key features of commodity markets, including Contango, Backwardation, and the Samuelson Effect, focusing on products such as oil, electricity, metals, and agricultural goods, alongside various derivatives like futures, Asian swaps, basket and barrier options, and exotic instruments. In the credit markets, the course covers CDS, CDOs, and structured finance concepts such as tranching and waterfall cash flows, while also examining the 2007–2008 credit crisis and the role of rating agencies. Through practical implementation in Excel and VBA, students will not only gain a broad understanding of these markets and their significance to financial institutions but also develop hands-on skills in modelling and pricing complex financial products.

5AXF31 – Derivatives

- 5 ECTS
- English course
- Level : advanced
- Instructor : Benoit CHEVALIER-ROIGNANT

This module introduces students to option-pricing theory, starting with a revision of asset-pricing concepts and an analysis of different derivatives based on their underlying assets and payoff structures. It explores the economic foundations of option pricing, including state-preference theory and no-arbitrage pricing, which form the basis for valuation models. The course covers the pricing of linear derivatives such as forwards and futures, as well as European and American options, with a focus on the Black-Scholes-Merton model. Additionally, it examines the application of option-pricing techniques in corporate finance.

5AXF20 – Economic Foundations For Strategy

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Bruno VERSAEVEL

Economic Foundations For Strategy is an intermediate course in micro-economics applied to business/strategy issues. It has been designed for students interested in business consulting or industry analysis, and who have a taste for the application of formal theoretical models to real-world issues. They will improve their ability to understand and characterize the circumstances of observed strategies as implemented by business firms in a range of industries.

The main objective of this course is to familiarize students with standard micro-economic concepts and intuitions that are usefully applied to understand the drivers of real-world industry structures and of firms' key decisions, and also to conduct strategic analyses of specific industries. Additional objectives of the course include developing economic culture by reading selected academic articles, and building analytic skills through formal exercises. Note that, in order to benefit fully from the series of lectures, student must be comfortable with simple algebra/formal reasoning.

5AXF23– Economic modelling for Strategy

- 5 ECTS
- English course
- Level : advanced
- Instructor : Benoît CHEVALIER-ROIGNANT

This course examines a different set of strategic problems, all approached through the use of economic models. The models covered in this module often incorporate a dynamic component and, in some cases, elements of uncertainty.

Key themes discussed include capacity choices, strategic commitments, real options, and innovation, among others. These topics are analyzed to understand how firms can make informed decisions in uncertain and evolving market conditions.

5AXF05 – Economics of digital ecosystems

- 5 ECTS
- English course
- Level : beginner
- Instructor : Richard RUBLE

This course explores the role of platforms that create value by connecting people, a fundamental aspect of the digital economy. These platforms range from innovative startups to the world's largest corporations. However, over time, companies once seen as groundbreaking disruptors are increasingly viewed as powerful entities whose market dominance needs regulation. Using tools and models from industrial organization, the course examines the economic principles behind digital platforms: how they emerge and operate, the strategies firms adopt in online markets, and the challenges they pose for regulators regarding data usage and competition

5AXF55– Financial Macroeconomics

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Abdelhassis MOKHTARI

This course examines the relationship between the macroeconomy and the financial system. It begins with an introduction to National Income Accounting, Balance of Payments Accounting, and the interest rate matrix. It then explores the economic roles of financial institutions, including banks, shadow banks, and insurance companies, highlighting their functions within the broader economic framework. The course also covers key aspects of monetary policy, including money demand, central bank operations, money creation, and the interbank market. Additionally, it analyzes how interest rates are determined, the factors influencing exchange rate movements, and their implications for macroeconomic policy and financial asset prices.

5AXF37 – Fixed Income: cash flow valuation & hedg

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Lorenz SCHNEIDER

The aim of this course is to provide an overview of the fundamental concepts and tools used in fixed income markets. The course is structured into four parts, each focusing on a key aspect of fixed income investing. The first part introduces fixed income markets and the basic types of fixed income securities. The second part covers the main interest rate definitions and provides an in-depth application of discounting techniques. The third part focuses on bond portfolio management and interest rate risk, exploring the concepts of price, duration, and convexity. The final part delves into forward rates and the term structure of interest rates, helping students understand the relationships between interest rates of different maturities and how they influence investment strategies.

5AXF59– Global capital markets

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Olivier LE COURTOIS

This course aims to provide an overview of global financial markets, with a focus on the financial instruments used in these markets. It helps students gain a better understanding of how these markets operate and become familiar with the various financial products traded within them. Capital markets play a crucial role in offering liquidity and opportunities to governments, individuals, and businesses of all sizes. This course allows students to not only gain a theoretical understanding of the mechanisms of these markets but also develop practical skills through hands-on experience. By covering essential concepts, methods, and tools, it provides the knowledge needed to operate effectively in global financial markets. Students will learn to analyze and use various financial instruments while considering the interrelationships between different market segments.

5AXF10 – Green Finance – Concepts & Quantitatives

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Guillaume COQUERET

The purpose of this course is to equip students with the knowledge and tools needed to understand the key issues and discussions surrounding Sustainable Finance. Initially focusing on corporate finance, the course will explore the implications of a greener financing model on a company's funding strategy and its overall organization. Following this, the course will examine the impact of Green Finance on the banking sector, before shifting focus to the perspective of the investor—whether retail or asset manager—who seeks to assess and invest in sustainable financial products. It will cover the tools and concepts necessary to understand these products and assess their risks accurately, with key topics including data, preferences, and performance. The second part of the course will occasionally involve data analysis to enhance practical understanding.

5AXF22– Insurance markets

- 5 ECTS
- English course
- Level : advanced
- Instructor : Olivier LE COURTOIS

This course provides students with a deep understanding of the functioning of insurance markets, the role of insurance companies, and the regulatory environment in which they operate. Students will explore the structure of insurance markets, including the various types of insurance products available, the dynamics between insurers and policyholders, and the impact of regulation on industry practices. The course also covers the modeling of insurance products, focusing on how to determine appropriate pricing, assess the risks involved, and ensure that insurers hold sufficient reserves to meet future claims. Furthermore, students will learn about the capital requirements that insurance companies must meet to maintain financial stability and solvency. Through practical applications and theoretical models, students will acquire the tools necessary to analyze and manage the financial aspects of insurance companies.

5AXF15– Introduction to financial markets

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Benoit CHEVALIER-ROIGNANT

Financial markets play a crucial role in modern economies. This module provides an objective overview of financial markets, covering the diversity of asset classes and investor types while highlighting their economic functions. Students will also explore key finance concepts, such as asset valuation and asset allocation, to better understand how financial markets operate. As a foundational course in market finance, this module serves as a steppingstone for those looking to specialize in this field.

5AXF27 – Portfolio management

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Eric ANDRE

The rise of passively managed funds and ETFs is transforming the investment management industry, forcing businesses to find the right balance between active and passive management to maximize value for investors. This debate requires a solid understanding of Modern Portfolio Theory (MPT), which focuses on risk and return in portfolio management and introduces key models such as the Capital Asset Pricing Model (CAPM) and Arbitrage Pricing Theory (APT). These models are essential for evaluating investment performance and developing financial products like index funds and Smart Beta strategies. This course aims to equip students with a thorough understanding of MPT and its applications in asset selection and pricing. Participants will also explore the concept of market efficiency, its implications for active vs. passive management, and its critiques from behavioral finance. By the end of the course, students will have a comprehensive grasp of financial markets and investment strategies.

5AXF36 – Probabilities for Finance

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Lorenz SCHNEIDER

This course introduces the mathematical modeling of financial products, including stocks, bonds, and derivatives. A key focus is the renowned Black-Scholes-Merton model for pricing European call and put options. To fully grasp this model, students will be introduced to essential mathematical tools such as probability measures, random variables, stochastic processes, the Ito integral, and stochastic differential equations (SDEs). Despite its mathematical nature, the course includes numerous finance applications. Students will explore concepts like stock drift and volatility, option Greeks (delta, gamma, etc.), and implement models such as the Cox-Ross-Rubinstein binomial tree. They will also solve the Black-Scholes SDE to derive the famous Black-Scholes formula. This course equips students with the mathematical techniques needed for financial modeling, serving as a foundation for advanced finance courses and careers in banking, insurance, investment, and risk management.

5AXF02 – Risk management of banks & insurance co

- 5 ECTS
- English course
- Level : advanced
- Instructor : Bertrand TAVIN

This online course provides an in-depth overview of risk management and measurement in financial institutions, including banks and insurance companies. It explores the specific risk measurement challenges associated with banking activities, the structure and functioning of the insurance industry, and the impact of current regulatory frameworks. The course has two main objectives. First, it aims to equip students with a solid understanding of the risks financial institutions face and their strategic implications. Second, it familiarizes students with key regulatory frameworks such as Basel III and Solvency II, enabling them to contribute to risk assessment and regulatory compliance teams. Special attention is given to risk quantification in insurance markets and the evolving role of green asset regulations in banking.

Strategy and Organization

5AXI06 – Doing business in India

- 5 ECTS
- English course
- Level : beginner
- Instructor : Nathalie BELHOSTE

This course is an introduction to Indian business culture and proposes a better understanding of the Indian subcontinent, which is poorly covered and addressed in the Western press, despite the fact that the Indian market represents a growth driver for many activities/ industries and that India can be a geopolitical game changer.

The postulate is the following: through knowledge of different facets of Indian culture (from history to religion to economics), participants will be able to decentralize their thinking by confronting it with radical alterity.

It is as much a country of technological innovation as it is of social innovation, and which offers fascinating business models for current issues linked to situations of scarcity and change (climate, social....).

5AXB15 – Economic Strategy and Competitiveness

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Lisa XIONG

This course aims to equip professionals with the skills to think strategically about the future in an unpredictable global economy, especially in the context of the Covid era. While not claiming to predict the future, it helps participants understand current economic, social, and technological trends, fostering economic strategic thinking. The course challenges the myth that consultants and entrepreneurs should focus solely on companies, encouraging a broader perspective to remain aware of developments in various fields and regions. It is designed for young professionals interested in pursuing careers in consulting and entrepreneurship.

5AXB13 – Global Strategy

- 5 ECTS
- English course
- Level : beginner
- Instructor : Tao HAN

This course examines the strategic decisions and challenges multinational enterprises (MNEs) face in a globalized world, structured into three modules. The first module addresses the reasons for international expansion, opportunities, and challenges, and strategies for creating global value. The second module focuses on global strategy topics like assessing foreign markets, market entry timing, and managing organizational complexities, balancing global integration with local responsiveness. The final module explores managing innovation across borders and succeeding in emerging markets, with a focus on strategies for competitive advantage and navigating global competition, including the growing influence of MNEs from emerging markets.

5AXB04 – Leading Strategic Change

- 5 ECTS
- English course
- Level : beginner
- Instructor : Nevena RADOYNOVSKA

This course prepares students to understand and lead strategic change in various types of organizations, whether for-profit, non-profit, public, or private. It combines strategic analysis (environment, positioning, resources) with organizational analysis (power relations, culture, design) to address key questions about when and why organizations need to change, how to handle resistance, and how to align organizational design with strategic goals. The course alternates between theoretical discussions and practical case studies, with some cases presented by external guest speakers. A final assignment encourages students to apply what they've learned by leading a change in their own environment, such as in a personal or professional context.

5AXB14 – Nonmarket Strategy: Firm, State & Society

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Addis Gedefaw BIRHANU

In the competitive strategy course, the rules of the game (formal and informal institutions) that govern markets are assumed to be exogenous and function well. Strategy formulation and firm competitiveness are thus confined in the market domain. In this course, we challenge the two assumptions 1) rules of the game are exogenous and 2) that they function well. We examine how institutions are endogenously determined by the interaction of firms and non-market actors, discuss the inefficiencies of certain institutions, and how firms can gain a competitive advantage both in the short and long-run by engaging in the non-market environment individually or collectively. From the non-market domain, we specifically focus on the state, regulators, and other organized groups. Students will learn different frameworks of analyzing the non-market environment, when and how firms engage in the non-market environment, and its performance consequences.

5AXB21 – Strategic Intrapreneurship

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Olga NOVOSELOVA

In this course, students will explore intrapreneurship, or corporate entrepreneurship, which involves entrepreneurial initiatives within established companies. They will examine how intrapreneurship connects to strategic management concepts such as dynamic capabilities, resource allocation, human capital, value creation, competitive advantage, growth strategy, innovation, organizational structure, and market dynamics. The course emphasizes the dynamic process of intrapreneurship, from the initiation of entrepreneurial ideas to project development and realization, while also addressing firm-level and project-level factors at each stage. Students will gain insight into how factors like market position, industry, resources, culture, and organizational hierarchy can influence the success or failure of intrapreneurial initiatives. They will also learn how managers can evaluate and support these projects within the company. The course includes interactive components such as class discussions, group activities, and case study analysis, allowing students to approach the subject from the perspectives of intrapreneurs, their managers, and company executives. Through these activities, students will develop a practical understanding of strategic intrapreneurship.

5AXB20 – Strategic Networks

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Olga NOVOSELOVA

This course explores how interfirm networks influence firm behavior and performance by emphasizing the importance of relationships between organizations, rather than treating firms as isolated entities. Students will learn how these networks provide access to resources, foster innovation, facilitate trust, and contribute to organizational learning, all of which impact firm success or failure. The course helps students understand the role of networks in strategic decision-making and firm dynamics. The course is structured around three main components. First, students will study basic and advanced network analysis concepts, such as nodes, ties, clusters, and network structure. Second, students will examine various types of interfirm networks, including strategic alliances, board interlocks, and management connections, exploring real-life examples of these relationships and their importance for firms. Finally, students will apply network analysis concepts to evaluate practical cases, such as analyzing a firm's connections, the structure of an industry, or an ecosystem, providing a comprehensive understanding of strategic networks.

5AXB08 – Sustainable Corporate Governance

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Peter WIRTZ

This is an introductory course to the important and timely issue of corporate (and, more generally, organizational) governance and its relation to long-term (sustainable) value creation. Fundamental concepts of governance are defined, and the working mode of governance mechanisms, as well as their impact on strategy and value are discussed. The course takes on a systemic perspective and works from the assumption that the governance system of any organization is linked to organizational performance. The latter is, however, a complex phenomenon, and so is the linkage between governance and performance. The course aims at providing students with the tools to characterize and critically appraise the governance system of any given organization, and its impact on long-term value creation and sustainability.

5AXB06 – Systems Thinking and Sustainability

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Jeroen STRUBEN

This course explores why sustainability, despite being a key driver of innovation, is so difficult to achieve in practice. Many organizations, initiatives, and policies fail to produce lasting and impactful results, and it is particularly challenging to build organizational capabilities for sustainability that are self-sustaining. The course addresses the difficulties in identifying and designing high-leverage policies, and how these can be thwarted by unanticipated side effects. With increasing pressure on the environment and the need for sustainable strategies amidst rapid economic, social, and technological changes, the course teaches how to design and manage robust strategies and policies that account for complex systems and long-term consequences. Students will learn the essential skills of systems thinking to better understand sustainability issues across environmental, health, and social dimensions. The course uses tools like management flight simulators or "microworlds" to model dynamic complexity and visualize organizations and their environments. Through these simulations, students will examine the long-term effects of decisions, explore new strategies, and develop a deeper understanding of complex systems to effectively address sustainability challenges.

Catalogue des cours électifs

Elective Course Catalogue

2025– 2026



Calendrier académique 2025 – 2026

Semestre d'automne

Du **1er septembre** au **20 décembre**

Divisé entre

CYCLE 1

1^{er} septembre

25 octobre

CYCLE 2

27 octobre

25 décembre

Semestre de printemps

Du **6 janvier** au **25 avril**

Divisé entre

CYCLE 3

6 janvier

28 février

CYCLE 4

4 mars

28 avril

Créneaux des cours

		Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday
H1	8h00-9h30	A1	A2	A1	A2	A1	A2
H2	9h30-11h	A1	A2	A1	A2	A1	A2
H3	11h15-12h45	PAUSE	PAUSE	PAUSE	C1	PAUSE	PAUSE
H4	12h45-14h15	B1	B2	B1	Sport & Asso	B2	
H5	14h30-16h00	B1	B2	B1		B2	
H6	16h00-17h30	B1	LANGUAGE	C1		B2	
H7	17h45-19h15	B1	LANGUES	C1		B2	
H8	19h15-20h45						

⚠ Attention : si vous souhaitez suivre des cours de **français langue étrangère (FLE)**, veuillez noter qu'ils risquent **d'empiéter légèrement sur le créneau B2**. Nous conseillons donc aux étudiants de choisir des cours dispensés pendant **d'autres créneaux horaires**.

Cours électifs en français – 25/26

👉 Veuillez noter que **l'offre affichée dans ce document est prévisionnelle et peut évoluer en cours d'année** (indisponibilité de professeurs, ajout de sessions, créations de cours, etc.) La liste définitive et officielle des cours disponibles vous sera communiquée à l'ouverture de chaque campagne de choix de cours.

👉 Si un cours compte **moins de 10 étudiants inscrits**, il peut être **basculé vers un mode de diffusion Hybride ou en ligne, voire annulé**.

📄 Ce document fournit des descriptions pour chaque cours électif, si une description est manquante cela signifie que **le syllabus de ce cours est encore en cours de mise à jour** et sera bientôt disponible.

🔗 Les **syllabus** de ces cours sont disponibles sur **l'application Simple Syllabus**, depuis votre page d'accueil **Makersboard** si vous êtes un étudiant emlyon officiellement accepté et inscrit.

CODE	CREDITS ECTS	TITRE DU COURS	DEPARTEMENT	CYCLE	LANGUE	SUPERVISEUR PEDAGOGIQUE	MODE DU COURS	CRENEAU
5AXA05	5	BI & Data pour le pilotage de la perf	Accounting and Corporate Finance	1C	FR	CIAMPI Claire	Présentiel synchrone	B1
5AXA12	5	Inégalités, féminismes et organisations	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	1C	FR	PERRY-REDSLOB Ludivine	Présentiel synchrone	B2
5AXA24	5	Trésorerie & financements internat.	Accounting and Corporate Finance	1C	FR	HAHNLEN Florence	Présentiel synchrone	B2
5AXA33	5	Fusion/Consolidation	Accounting and Corporate Finance	1C	FR	BEN SAAD Emna	Présentiel synchrone	A2
5AXA38	5	Contrôle interne et Risk Management	Accounting and Corporate Finance	1C	FR	CHAPPOTTEAU Georges	Présentiel synchrone	B1
5AXA40	5	Fin structurés : actif, projet & LBO	Accounting and Corporate Finance	1C	FR	BRIVADY Jean-Pascal	Présentiel synchrone	A1
5AXA46	5	Perspective globale de la comptabilité	Accounting and Corporate Finance	1C	FR	HOTTEGINDRE Géraldine	Présentiel synchrone	A2
5AXA46	5	Perspective globale de la comptabilité	Accounting and Corporate Finance	1C	FR	HOTTEGINDRE Géraldine	Présentiel synchrone	A1
5AXA46	5	Perspective globale de la comptabilité	Accounting and Corporate Finance	1C	FR	HOTTEGINDRE Géraldine	Présentiel synchrone	B2
5AXA48	5	Compta financière avancée	Accounting and Corporate Finance	1C	FR	KAHLOUL Anouar	Hybride	A1
5AXA51	5	Finance d'entreprise avancée I	Accounting and Corporate Finance	1C	FR	BELZE Loïc	Présentiel synchrone	B1
5AXB02	5	Manager par le travail réel	Strategy and Organization	1C	FR	REVUE Charles	Distanciel asynchrone	ONL
5AXB03	5	Stratégie, Business model & Marketing	Strategy and Organization	1C	FR	GIOLITO Vincent	Présentiel synchrone	A1

5AXB05	5	Gestion stratégique du changement	Strategy and Organization	1C	FR	YOUNES Dima	Présentiel synchrone	B1
5AXB09	5	Introduction à la Gouv. d'entreprise	Strategy and Organization	1C	FR	REVUE Charles	Distanciel asynchrone	ONL
5AXB12	5	Stratégie Corporate et Croissance	Strategy and Organization	1C	FR	PONCET Marc-Emilien	Présentiel synchrone	A1
5AXD04	5	VBA pour l'entreprise	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	1C	FR	BILLOUARD FUENTES Delphine	Hybride	B2
5AXD06	5	Découverte des métiers du conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	1C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Présentiel synchrone	A2
5AXD06	5	Découverte des métiers du conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	1C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Présentiel synchrone	B1
5AXD10	5	Logistique internationale	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	1C	FR	NAGATI Haithem	Hybride	A1
5AXD22	5	Prépa au recrutement dans le conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	1C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Hybride	B1
5AXD22	5	Prépa au recrutement dans le conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	1C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Hybride	B2
5AXD46	5	Méthodes et outils du conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	1C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Hybride	B1
5AXD46	5	Méthodes et outils du conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	1C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Hybride	B2
5AXF07	5	Energétique environnementale	Quantitative finance & economics	1C	FR	LE COURTOIS Olivier	Présentiel synchrone	A2
5AXH08	5	Droit du travail	Law, Management and Social Sciences	1C	FR	FERON Bastien	Distanciel asynchrone	ONL
5AXH19	5	Le manager émotionnellement intelligent	Law, Management and Social Sciences	1C	FR	HAAG Christophe	Distanciel synchrone	A2
5AXH21	5	Leadership pour un nouveau monde : v.n.p	Law, Management and Social Sciences	1C	FR	NASR Mohamed Ikram	Présentiel synchrone	B2
5AXH26	5	Droit des Sociétés	Law, Management and Social Sciences	1C	FR	ROMANO ANNIKA	Présentiel synchrone	A1
5AXI36	5	Analyse de projet Start-Up	Innovation & Entrepreneurship	1C	FR	GOUJET Régis	Présentiel synchrone	A2
5AXM17	5	Manager ses clients strat & ses distrib	Marketing	1C	FR	PARDO Catherine	Présentiel synchrone	A2
5AXM22	5	Marketing stratégique	Marketing	1C	FR	MININA JEUNEMAITRE ALISA	Présentiel synchrone	B2
5AXM25	5	Stratégie & Gestion d'image de marque	Marketing	1C	FR	SITZ Lionel	Présentiel synchrone	A1
5AXM30	5	Marketing BtoB	Marketing	1C	FR	PARDO Catherine	Présentiel synchrone	B1
5AXM32	5	Critique de la consommation	Marketing	1C	FR	POMIES Anissa	Présentiel synchrone	A2
5AXM32	5	Critique de la consommation	Marketing	1C	FR	POMIES Anissa	Présentiel synchrone	A2

5AXM46	5	Sociologie des Marchés et de la Conso.	Marketing	1C	FR	SITZ Lionel	Présentiel synchrone	B1
5AXM47	5	Marketing Digital	Marketing	1C	FR	SCHEID François	Présentiel synchrone	B2
5AXM60	5	Challenge scenario	Marketing	1C	FR	RIOU Alice	Présentiel synchrone	B1
5AXA10	5	Contrôle de gestion	Accounting and Corporate Finance	2C	FR	LOISON Marie-Claire	Présentiel synchrone	A1
5AXA12	5	Inégalités, féminismes et organisations	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	2C	FR	PERRAY-REDSLOB Ludivine	Présentiel synchrone	A2
5AXA25	5	Pratique de l'évaluation des entreprises	Accounting and Corporate Finance	2C	FR	BRIVADY Jean-Pascal	Hybride	A1
5AXA33	5	Fusion/Consolidation	Accounting and Corporate Finance	2C	FR	BEN SAAD Emna	Présentiel synchrone	B2
5AXA37	5	Audit Externe	Accounting and Corporate Finance	2C	FR	HOTTEGINDRE Géraldine	Présentiel synchrone	B1
5AXA38	5	Contrôle interne et Risk Management	Accounting and Corporate Finance	2C	FR	CHAPPOTTEAU Georges	Présentiel synchrone	B1
5AXA46	5	Perspective globale de la comptabilité	Accounting and Corporate Finance	2C	FR	HOTTEGINDRE Géraldine	Présentiel synchrone	A1
5AXA46	5	Perspective globale de la comptabilité	Accounting and Corporate Finance	2C	FR	HOTTEGINDRE Géraldine	Présentiel synchrone	B1
5AXA48	5	Compta financière avancée	Accounting and Corporate Finance	2C	FR	KAHLOUL Anouar	Hybride	A2
5AXA49	5	Diagnostic Financier	Accounting and Corporate Finance	2C	FR	BRIVADY Jean-Pascal	Hybride	B1
5AXA51	5	Finance d'entreprise avancée I	Accounting and Corporate Finance	2C	FR	BELZE Loïc	Présentiel synchrone	B2
5AXA59	5	Analyse fina. des mouvements strat.	Accounting and Corporate Finance	2C	FR	BEN SAAD Emna	Présentiel synchrone	B1
5AXA59	5	Analyse fina. des mouvements strat.	Accounting and Corporate Finance	2C	FR	BEN SAAD Emna	Présentiel synchrone	B2
5AXB01	5	Gestion stratégique du changement	Strategy and Organization	2C	FR	YOUNES Dima	Distanciel synchrone	A1
5AXB02	5	Manager par le travail réel	Strategy and Organization	2C	FR	REVUE Charles	Distanciel asynchrone	ONL
5AXB05	5	Gestion stratégique du changement	Strategy and Organization	2C	FR	YOUNES Dima	Présentiel synchrone	B1
5AXB07	5	Gouverner l'entreprise: acteurs et resp.	Strategy and Organization	2C	FR	VALIORGUE Bertrand	Présentiel synchrone	TBD
5AXB09	5	Introduction à la Gouv. d'entreprise	Strategy and Organization	2C	FR	REVUE Charles	Distanciel asynchrone	ONL
5AXD04	5	VBA pour l'entreprise	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	2C	FR	BILLOUARD FUENTES Delphine	Hybride	A1
5AXD06	5	Découverte des métiers du conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	2C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Présentiel synchrone	B2
5AXD06	5	Découverte des métiers du conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	2C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Présentiel synchrone	A1
5AXD22	5	Prépa au recrutement dans le conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	2C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Hybride	A2

5AXD22	5	Prépa au recrutement dans le conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	2C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Hybride	B1
5AXD22	5	Prépa au recrutement dans le conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	2C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Hybride	A1
5AXD46	5	Méthodes et outils du conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	2C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Hybride	A1
5AXD46	5	Méthodes et outils du conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	2C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Hybride	B2
5AXD46	5	Méthodes et outils du conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	2C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Hybride	A2
5AXD52	5	Conseil en Transformation et Innovations	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	2C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Hybride	B2
5AXF24	5	Economie de la concurrence	Quantitative finance & economics	2C	FR	VERSAEVEL Bruno	Présentiel synchrone	B2
5AXF40	5	Diversité du Capitalisme	Quantitative finance & economics	2C	FR	DI DOMENICO Christine	Présentiel synchrone	A1
5AXF41	5	Economie sociale et Solidaire	Quantitative finance & economics	2C	FR	DI DOMENICO Christine	Présentiel synchrone	B1
5AXF58	5	Introduction à la démarche géopolitique	Strategy and Organization	2C	FR	BELHOSTE Nathalie	Présentiel synchrone	A2
5AXH04	5	Management Equipes internationales	Law, Management and Social Sciences	2C	FR	FAUST Catou	Présentiel synchrone	B2
5AXH06	5	Politique et pratiques GRH en entrepr.	Law, Management and Social Sciences	2C	FR	ORMANDO Hector	Présentiel synchrone	A1
5AXH17	5	Mgmt des équipes & dynamique collective	Law, Management and Social Sciences	2C	FR	NASR Mohamed Ikram	Présentiel synchrone	B2
5AXH18	5	Stress & Mgt : Manager les risques psych	Law, Management and Social Sciences	2C	FR	MELKONIAN Tessa	Distanciel synchrone	TBD
5AXH21	5	Leadership pour un nouveau monde : v.n.p	Law, Management and Social Sciences	2C	FR	NASR Mohamed Ikram	Présentiel synchrone	A2
5AXH26	5	Droit des Sociétés	Law, Management and Social Sciences	2C	FR	ROMANO ANNIKA	Présentiel synchrone	B1
5AXM25	5	Stratégie & Gestion d'image de marque	Marketing	2C	FR	SITZ Lionel	Présentiel synchrone	B2
5AXM47	5	Marketing Digital	Marketing	2C	FR	SCHEID François	Présentiel synchrone	A1
5AXM54	5	Achats : Stratégie et Management	Marketing	2C	FR	O MAHONY NATHALIE	Présentiel synchrone	A2
5AXM55	5	Sustainable Purchasing	Marketing	2C	FR	O MAHONY NATHALIE	Distanciel synchrone	B1
5AXM60	5	Challenge scenario	Marketing	2C	FR	RIOU Alice	Présentiel synchrone	A1
5AXS04	5	Penser l'Humain : Philosophie et Managt.	Law, Management and Social Sciences	2C	FR	FAY Eric	Présentiel synchrone	A2
5AXS10	5	L'expérience de travail aujourd'hui	Law, Management and Social Sciences	2C	FR	GIORDANO Denis	Présentiel synchrone	B1

5AXA05	5	BI & Data pour le pilotage de la perf	Accounting and Corporate Finance	3C	FR	CIAMPI Claire	Présentiel synchrone	A1
5AXA10	5	Contrôle de gestion	Accounting and Corporate Finance	3C	FR	LOISON Marie-Claire	Présentiel synchrone	A1
5AXA11	5	Reporting RSE	Accounting and Corporate Finance	3C	FR	LOISON Marie-Claire	Hybride	B1
5AXA40	5	Fin structurés : actif, projet & LBO	Accounting and Corporate Finance	3C	FR	BRIVADY Jean-Pascal	Présentiel synchrone	B2
5AXA46	5	Perspective globale de la comptabilité	Accounting and Corporate Finance	3C	FR	HOTTEGINDRE Geraldine	Présentiel synchrone	A1
5AXA48	5	Compta financière avancée	Accounting and Corporate Finance	3C	FR	KAHLOUL Anouar	Hybride	A2
5AXA48	5	Compta financière avancée	Accounting and Corporate Finance	3C	FR	KAHLOUL Anouar	Hybride	B1
5AXA49	5	Diagnostic Financier	Accounting and Corporate Finance	3C	FR	BRIVADY Jean-Pascal	Hybride	B2
5AXA51	5	Finance d'entreprise avancée I	Accounting and Corporate Finance	3C	FR	BELZE Loïc	Présentiel synchrone	B1
5AXA59	5	Analyse fina. des mouvements strat.	Accounting and Corporate Finance	3C	FR	BEN SAAD Emna	Présentiel synchrone	A1
5AXB03	5	Stratégie, Business model & Marketing	Strategy and Organization	3C	FR	GIOLITO Vincent	Présentiel synchrone	A2
5AXB05	5	Gestion stratégique du changement	Strategy and Organization	3C	FR	YOUNES Dima	Présentiel synchrone	A1
5AXB09	5	Introduction à la Gouv. d'entreprise	Strategy and Organization	3C	FR	REVUE Charles	Distanciel asynchrone	ONL
5AXB12	5	Stratégie Corporate et Croissance	Strategy and Organization	3C	FR	PONCET Marc-Emilien	Présentiel synchrone	A2
5AXD04	5	VBA pour l'entreprise	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	3C	FR	BILLOUARD FUENTES Delphine	Hybride	B2
5AXD06	5	Découverte des métiers du conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	3C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Présentiel synchrone	A1
5AXD06	5	Découverte des métiers du conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	3C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Présentiel synchrone	A2
5AXD22	5	Prépa au recrutement dans le conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	3C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Hybride	A1
5AXD22	5	Prépa au recrutement dans le conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	3C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Hybride	B2
5AXD46	5	Méthodes et outils du conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	3C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Hybride	A1
5AXD46	5	Méthodes et outils du conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	3C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Hybride	B1
5AXD49	5	Méthodes d'aide à la décision	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	3C	FR	DAVID Eric	Distanciel synchrone	B2
5AXF07	5	Energétique environnementale	Quantitative finance & economics	3C	FR	LE COURTOIS Olivier	Présentiel synchrone	A1
5AXH08	5	Droit du travail	Law, Management and Social Sciences	3C	FR	FERON Bastien	Distanciel asynchrone	ONL

5AXH17	5	Mgmt des équipes & dynamique collective	Law, Management and Social Sciences	3C	FR	NASR Mohamed Ikram	Présentiel synchrone	A1
5AXH21	5	Leadership pour un nouveau monde : v.n.p	Law, Management and Social Sciences	3C	FR	NASR Mohamed Ikram	Présentiel synchrone	B1
5AXI17	5	Business Anthropology	Law, Management and Social Sciences	3C	FR	DUMONT Guillaume	Hybride	B1
5AXI33	5	Impact Entrepreneurship	Innovation & Entrepreneurship	3C	FR	DUMONT Guillaume	Hybride	A2
5AXI37	5	Pratiques de travail et enjeux orga	Law, Management and Social Sciences	3C	FR	DUMONT Guillaume	Hybride	A2
5AXI39	5	Immersion en entreprise	Law, Management and Social Sciences	3C	FR	DUMONT Guillaume	Hybride	B2
5AXM17	5	Manager ses clients strat & ses distrib	Marketing	3C	FR	PARDO Catherine	Présentiel synchrone	B2
5AXM30	5	Marketing BtoB	Marketing	3C	FR	PARDO Catherine	Présentiel synchrone	A1
5AXM32	5	Critique de la consommation	Marketing	3C	FR	POMIES Anissa	Présentiel synchrone	B1
5AXM55	5	Sustainable Purchasing	Marketing	3C	FR	O MAHONY NATHALIE	Distanciel synchrone	A2
5AXS05	5	Introduction à l'ethnographie	Law, Management and Social Sciences	3C	FR	DUMONT Guillaume	Hybride	A1
5AXS13	5	Management projet culturel	Law, Management and Social Sciences	3C	FR	ALVARADO Marc	Présentiel synchrone	A2
5AXA10	5	Contrôle de gestion	Accounting and Corporate Finance	4C	FR	LOISON Marie-Claire	Présentiel synchrone	A2
5AXA10	5	Contrôle de gestion	Accounting and Corporate Finance	4C	FR	LOISON Marie-Claire	Présentiel synchrone	A1
5AXA10	5	Contrôle de gestion	Accounting and Corporate Finance	4C	FR	LOISON Marie-Claire	Présentiel synchrone	B1
5AXA11	5	Reporting RSE	Accounting and Corporate Finance	4C	FR	LOISON Marie-Claire	Hybride	A2
5AXA15	5	Introd.à la modélisation financière	Accounting and Corporate Finance	4C	FR	BRIVADY Jean-Pascal	Hybride	A1
5AXA24	5	Trésorerie & financements internat.	Accounting and Corporate Finance	4C	FR	HAHNLEN Florence	Présentiel synchrone	B2
5AXA25	5	Pratique de l'évaluation des entreprises	Accounting and Corporate Finance	4C	FR	BRIVADY Jean-Pascal	Hybride	A2
5AXA37	5	Audit Externe	Accounting and Corporate Finance	4C	FR	HOTTEGINDRE Géraldine	Présentiel synchrone	A1
5AXA46	5	Perspective globale de la comptabilité	Accounting and Corporate Finance	4C	FR	HOTTEGINDRE Géraldine	Présentiel synchrone	B1
5AXA46	5	Perspective globale de la comptabilité	Accounting and Corporate Finance	4C	FR	HOTTEGINDRE Géraldine	Présentiel synchrone	A2
5AXA46	5	Perspective globale de la comptabilité	Accounting and Corporate Finance	4C	FR	HOTTEGINDRE Géraldine	Présentiel synchrone	B2
5AXA46	5	Perspective globale de la comptabilité	Accounting and Corporate Finance	4C	FR	HOTTEGINDRE Géraldine	Présentiel synchrone	A2
5AXA59	5	Analyse fina. des mouvements strat.	Accounting and Corporate Finance	4C	FR	BEN SAAD Emna	Présentiel synchrone	B2

5AXA59	5	Analyse fina. des mouvements strat.	Accounting and Corporate Finance	4C	FR	BEN SAAD Emna	Présentiel synchrone	A1
5AXB02	5	Manager par le travail réel	Strategy and Organization	4C	FR	REVUE Charles	Distanciel asynchrone	ONL
5AXB05	5	Gestion stratégique du changement	Strategy and Organization	4C	FR	YOUNES Dima	Présentiel synchrone	A2
5AXB09	5	Introduction à la Gouv. d'entreprise	Strategy and Organization	4C	FR	REVUE Charles	Distanciel asynchrone	ONL
5AXD04	5	VBA pour l'entreprise	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	4C	FR	BILLOUARD FUENTES Delphine	Hybride	A2
5AXD06	5	Découverte des métiers du conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	4C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Présentiel synchrone	B1
5AXD06	5	Découverte des métiers du conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	4C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Présentiel synchrone	B2
5AXD09	5	Logistique Internationale	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	4C	FR	NAGATI Haithem	Présentiel synchrone	B1
5AXD22	5	Prépa au recrutement dans le conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	4C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Hybride	A2
5AXD46	5	Méthodes et outils du conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	4C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Hybride	A2
5AXD52	5	Conseil en Transformation et Innovations	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI)	4C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Hybride	B1
5AXF18	5	Economie contemporaine	Quantitative finance & economics	4C	FR	MOKHTARI Abdelhassis	Hybride	B2
5AXF58	5	Introduction à la démarche géopolitique	Strategy and Organization	4C	FR	BELHOSTE Nathalie	Présentiel synchrone	TBD
5AXH02	5	Management Stratégique des RH	Law, Management and Social Sciences	4C	FR	JACOB Marie-Rachel	Présentiel synchrone	A1
5AXH04	5	Management Equipes internationales	Law, Management and Social Sciences	4C	FR	FAUST Catou	Présentiel synchrone	B1
5AXH08	5	Droit du travail	Law, Management and Social Sciences	4C	FR	FERON Bastien	Distanciel asynchrone	ONL
5AXH17	5	Mgmt des équipes & dynamique collective	Law, Management and Social Sciences	4C	FR	NASR Mohamed Ikram	Présentiel synchrone	A2
5AXH19	5	Le manager émotionnellement intelligent	Law, Management and Social Sciences	4C	FR	HAAG Christophe	Distanciel synchrone	B2
5AXI22	5	Aspects juridiques des Startups	Innovation & Entrepreneurship	4C	FR	MOORE Rickie	Hybride	A2
5AXI36	5	Analyse de projet Start-Up	Innovation & Entrepreneurship	4C	FR	GOUJET Régis	Présentiel synchrone	B1
5AXI40	5	Fonda. des transitions énergétiques	Innovation & Entrepreneurship	4C	FR	BLOT XAVIER	Présentiel synchrone	A2
5AXM08	5	Expérience client et qualité de service	Marketing	4C	FR	BEAL Mathieu	Distanciel synchrone	A1
5AXM19	5	Etudes de marché et décisions marketing	Marketing	4C	FR	RAIES Karine	Hybride	B2

5AXM25	5	Stratégie & Gestion d'image de marque	Marketing	4C	FR	SITZ Lionel	Présentiel synchrone	A2
5AXM28	5	Management des medias	Marketing	4C	FR	RAIES Karine	Présentiel synchrone	B1
5AXM49	5	Marketing des produits liés au corps	Marketing	4C	FR	RIOU Alice	Distanciel synchrone	B2
5AXM51	5	Comportement du consommateur	Marketing	4C	FR	SITZ Lionel	Présentiel synchrone	B1
5AXM54	5	Achats : Stratégie et Management	Marketing	4C	FR	O MAHONY NATHALIE	Présentiel synchrone	A1
5AXS04	5	Penser l'Humain : Philosophie et Managt.	Law, Management and Social Sciences	4C	FR	FAY Eric	Présentiel synchrone	B1
5AXS05	5	Introduction à l'ethnographie	Law, Management and Social Sciences	4C	FR	DUMONT Guillaume	Hybride	B2

Accounting and Corporate Finance

5AXA59 – Analyse fina. des mouvements strat.

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau intermédiaire
- Professeur : Emma BEN SAAD

Les étudiants apprennent à évaluer les impacts financiers des mouvements stratégiques, au travers de 4 grandes disciplines : le contrôle de gestion, l'analyse financière, le choix d'investissement et les fusions-acquisitions. Grâce à ce cours transversal, les étudiants jonglent rapidement entre 4 disciplines du domaine financier, de façon à aborder l'évaluation financière des stratégies d'un point de vue complet et synthétique.

Ce cours s'adresse à tous les étudiants souhaitant acquérir des méthodes d'évaluation financière des stratégies rapides et efficaces, indispensables aux activités de conseil en organisation ou stratégie, ou encore à tout étudiant souhaitant avoir des bases solides et des réflexes financiers nécessaires à la mise en place de toute stratégie, pour la mesure financière ainsi que pour le dialogue avec les banquiers et les investisseurs

5AXA37 – Audit Externe

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau intermédiaire
- Professeur : Géraldine HOTTEGINDRE

Ce cours, dispensé par des professionnels issus de grands cabinets d'audit internationaux comme EY et PWC, vise à initier les participants aux métiers de l'audit, qu'il soit opérationnel ou financier. Il met en lumière les enjeux clés du secteur et l'importance de ces fonctions dans le monde de l'entreprise.

À travers l'expérience de professionnels et des études de cas concrets, le cours présente les méthodes et approches utilisées dans les audits financiers, qu'ils soient internes ou externes. Il permet ainsi aux participants de mieux comprendre les pratiques du domaine et leur application en entreprise.

5AXA05 – BI & Data pour le pilotage de la perf

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau avancé
- Professeur : Claire CIAMPI

Les compétences visées sont mobilisables dans des fonctions de contrôle de gestion, comptabilité, finance ou de conseil en transformation digitale ainsi qu'en direction financière. Ce cours est en lien avec les questions de pilotage des organisations. Le pilotage des organisations aux niveaux stratégiques, tactiques et opérationnels repose sur une bonne maîtrise de l'information et des choix d'outils d'analyse adaptés (outils de Business Intelligence) pour exploiter les informations ou encore les data. Dans ce cours, seront présentes les principaux outils à disposition des managers pour concevoir leur système de pilotage et de contrôle à la fois financier et opérationnel. Les enjeux liés à ces outils et aux outils liés comme les ERP (choix, design des modèles de données, mise en œuvre) seront aussi discutés.

5AXA48 – Compta financière avancée

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau avancé
- Professeur : Anouar KAHLOUL

Ce cours a pour objectif d'aider les étudiants à maîtriser les principales problématiques comptables afin d'améliorer leur compréhension des états financiers publiés en France. Il met également l'accent sur la manipulation des écritures comptables avancées, une compétence essentielle pour évoluer au sein d'une direction financière ou d'un cabinet d'audit. Par ailleurs, le cours introduit les normes comptables internationales (IFRS) en insistant sur leurs enjeux à la fois politiques, notamment leur adoption au sein de l'Union européenne, et techniques, en soulignant les principales différences avec les normes comptables françaises (PCG).

5AXA10 – Contrôle de gestion

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau débutant
- Professeur : Marie-Claire LOISON

Le contrôleur de gestion exerce une fonction d'aide au pilotage et au management de la performance. Son rôle est d'aider les décideurs (directions générale et opérationnelles) à prendre des décisions cohérentes avec les objectifs de l'organisation.

Dans cette perspective, ce cours permet de : comprendre les finalités et principes du pilotage de la performance et du contrôle de gestion; acquérir et savoir mettre en œuvre les outils de pilotage (analyse des coûts, budgets et tableaux de bord).

Ce cours s'adresse aux étudiant.e.s qui souhaitent comprendre comment les systèmes de contrôle de gestion aident les managers à prendre des décisions opérationnelles. Il s'adresse aussi bien à ceux qui veulent s'orienter vers des fonctions managériales qu'à ceux qui envisagent de devenir contrôleurs de gestion.

5AXA49 – Diagnostic Financier

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau avancé
- Professeur : Jean-Pascal BRIVADY

Être capable de mesurer les performances financières d'une entreprise, de les replacer dans la perspective de son environnement et de sa stratégie, de construire des prévisions pertinentes ou de critiquer celles existantes, sur la base des informations disponibles tant au niveau de l'entreprise que de son secteur d'activité ou de son environnement économique. Compte tenu de ces éléments, être capable de présenter un diagnostic sur la situation financière de l'entreprise et sa capacité à assurer son développement.

5AXA40 – Fin structurés : actif, projet & LBO

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau avancé
- Professeur : Jean-Pascal BRIVADY

Le cours est divisé en deux parties d'égale importance : la première traite des financements de projets et d'actifs, la deuxième des montages LBO. Le but est de s'initier à la logique et aux techniques de ces financements structurés. Le LBO est un montage d'acquisition d'entreprise avec un recours important à l'endettement, une participation souvent importante du management au capital et une implication forte des actionnaires financiers dans la gestion de l'entreprise. Les financements de projets et d'actifs regroupent le financement de secteurs avec une grande visibilité sur les cashflows futurs : infrastructures, extraction de matière première avec contrats de long terme, énergie (éolien, photovoltaïque), financement d'avions ou de navires, immobilier...Chaque partie s'articule autour d'un (ou plusieurs) cas qui donne lieu à une évaluation de groupe. Des séances sont consacrées à des présentations et des rencontres avec de professionnels.

5AXA51 – Finance d'entreprise avancée I

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau intermédiaire
- Professeur : Loïc BELZE

Si vous souhaitez être actif dans l'univers de la finance d'entreprise, vous devez maîtriser les outils techniques avancés et le vocabulaire qui sous-tendent toute carrière d'analyste financier en banque ou en entreprise. Ce cours vous offre une analyse précise et une implémentation des principaux modèles d'évaluation d'entreprise et d'instruments financiers. Des développements sur les options financières seront également fournis afin d'explorer leur utilité dans le cadre de l'évaluation d'entreprise.

5AXA33 – Fusion / Consolidation

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau avancé
- Professeur : Emma BEN SAAD

La consolidation des comptes pour les groupes de sociétés consiste à regrouper les états financiers d'une société mère et de ses filiales afin de présenter un ensemble d'informations financières unifié. Ce processus inclut l'élaboration du bilan consolidé et du compte de résultat consolidé, permettant de refléter la position financière et la performance globale du groupe. La consolidation élimine les transactions et soldes interentreprises, offrant ainsi une image claire de la santé financière du groupe dans son ensemble. Par ailleurs, le cours aborde les aspects comptables et fiscaux liés aux fusions d'entreprises, en se concentrant sur les défis et les procédures liés à la combinaison de deux sociétés. Cela inclut la détermination de la juste valeur des actifs et des passifs, l'évaluation du goodwill, ainsi que l'analyse des implications fiscales des fusions, des éléments essentiels pour comprendre l'impact financier et la viabilité à long terme des entités fusionnées.

5AXA46 – Perspective globale de la comptabilité

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau intermédiaire
- Professeur : Géraldine HOTTEGINDRE

Ce cours, recommandé pour tous les étudiants en MSc, permet de comprendre les enjeux de la comptabilité financière et d'acquérir les compétences nécessaires pour lire et analyser les états financiers. Il aborde aussi les bases du diagnostic financier, essentielles pour ceux qui souhaitent se lancer dans l'entrepreneuriat, la corporate finance, l'audit ou devenir observateurs extérieurs des états financiers, comme les investisseurs.

Le cours se concentre sur des notions clés telles que la trésorerie, l'équilibre financier et le résultat. Il met en lumière l'impact des choix comptables et leurs conséquences sur la société tout au long de l'enseignement.

5AXA25 – Pratique de l'évaluation des entreprises

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau XXX
- Professeur : Jean-Pascal BRIVADY

Ce cours explore les principales méthodes d'évaluation d'entreprise, en combinant l'approche intrinsèque (DCF) et l'évaluation relative (multiples de marché comme P/E et EV/EBITDA). Il aborde également le calcul du coût du capital, essentiel pour une valorisation précise, en intégrant le coût des fonds propres et de la dette.

Des ajustements spécifiques sont étudiés pour des cas complexes comme les fusions et acquisitions (M&A), la distinction entre equity value et enterprise value, ainsi que l'impact de la saisonnalité, de la cyclicité et de l'évaluation des start-ups. Ces concepts permettent d'adapter l'évaluation aux différentes dynamiques économiques et sectorielles.

5AXA11 – Reporting RSE

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau intermédiaire
- Professeur : Marie-Claire LOISON

Ce cours propose une exploration approfondie des pratiques et des enjeux du reporting en Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) ou en développement durable. Face à une pression croissante pour plus de transparence et de responsabilité, les organisations sont amenées à publier des informations détaillées sur leur impact social, sociétal et environnemental. Ce besoin de communication vise à répondre aux attentes des parties prenantes internes et externes, qui exigent une meilleure visibilité sur les engagements et les performances des entreprises en matière de durabilité. L'objectif du cours est double : d'une part, il introduit les concepts fondamentaux et les cadres de référence qui structurent le reporting RSE, permettant aux étudiants de mieux comprendre les normes et standards en vigueur. D'autre part, il leur fournit des compétences pratiques pour utiliser les outils et instruments de reporting, leur permettant ainsi d'analyser et d'interpréter les données publiées par les organisations.

5AXA24 – Trésorerie & financements internat.

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau avancé
- Professeur : Florence HAHNLEN

Ce cours a pour objectif de permettre aux étudiants de comprendre les différentes missions du trésorier d'entreprise dans un environnement globalisé. Celles-ci se sont considérablement élargies et nécessitent des compétences en financement mais aussi en finance de marché. D'un rôle passif, le trésorier assume aujourd'hui un rôle actif au sein d'une unité de profit. De ce fait, il doit d'une part pouvoir appréhender les besoins financiers de l'entreprise et d'autre part avoir des connaissances d'actifs de couverture propres aux marchés financiers. La connaissance des enjeux de la politique monétaire est aussi essentielle. Le cours permettra de comprendre les différentes responsabilités du trésorier, d'identifier et connaître les enjeux de la gestion de trésorerie.

Innovation & Entrepreneurship

5AXI36 – Ana de proj startup à potentiel de crois

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau intermédiaire
- Professeur : Régis GOUJET

Ce cours est structuré pour permettre aux étudiants d'identifier le potentiel d'une opportunité de création d'entreprise. Les processus d'identification d'opportunités, de conception d'un projet de création d'entreprise, et de sa mise en œuvre. L'étudiant est mis dans la situation d'expert ou d'un analyste de projet (après PCE, où il était dans l'habit de l'entrepreneur), l'idée étant de lui fournir les outils et le recul afin de pouvoir analyser un projet de création d'entreprise, ou de réaliser son propre projet plus tard.

Ce cours est bâti sur 3 piliers : des apports techniques, des témoignages d'entrepreneurs, et des cas pédagogiques issus de projets de créations d'entreprises réelles.

5AXI40 – Fonda. des transitions énergétiques

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau intermédiaire
- Professeur : Xavier BLOT

Depuis la révolution industrielle, les énergies fossiles ont permis un développement sans précédent, mais leur exploitation excessive menace désormais notre planète. Nous consommons trop rapidement des ressources non renouvelables, contribuant au dérèglement climatique par l'émission massive de gaz à effet de serre. Face à cette double crise, il est urgent de mettre en place des infrastructures énergétiques durables, à faible impact carbone et reposant sur des matériaux pérennes.

Ce cours explore les transitions énergétiques en s'appuyant sur des transformations historiques et des cadres d'action pour envisager l'avenir. Il aborde les dimensions politiques, sociales et environnementales, ainsi que des outils technico-économiques pour évaluer des solutions adaptées. Une seconde partie approfondit l'étude des systèmes énergétiques à travers des cas concrets par secteur. En tant que cours fondamental, il exige l'acquisition de nombreux concepts, qui sont mis en perspective lors de débats dédiés.

5AXI33 – Impact entrepreneurship

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau intermédiaire
- Professeur : Guillaume DUMONT

L'entrepreneuriat à impact est en passe de devenir un acteur majeur des transformations de la société contemporaine grâce à la combinaison d'une démarche entrepreneuriale et d'une prise en compte de son impact. Ce cours examine comment des entrepreneurs créent et adoptent des approches innovantes pour répondre à des problématiques sociales et environnementales. Pour ce faire, nous nous centrerons sur les étapes du processus de création d'une entreprise à impact, de l'élaboration d'une idée à la construction et l'évaluation de son impact social en passant par son financement et la mise en place de partenariats avec des grands groupes.

Law, Management and Social Sciences

5AXI17 – Business Anthropology

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau intermédiaire
- Professeur : Guillaume DUMONT

Qu'est-ce que nous apprend la sorcellerie sur la prise de décision ? Quels rituels débouchent sur des crises financières ? Quel est le rôle du contre-don pour la collaboration entre équipes ? Comment est-on socialisé à une organisation clandestine ? Que révèlent les secrets sur les hiérarchies informelles et le pouvoir ? Comment les mythes permettent-ils de créer des imaginaires fédérateurs ? Comment l'IA (Intelligence Artificielle) débouche-t-elle sur nouvelles formes de sociabilité ? Ce cours introduit les participants aux fondamentaux de l'approche anthropologique afin de dépasser les idées préconçues sur l'entreprises, ses collaborateurs, et ses clients. Il présente une sélection de grands concepts anthropologique (p.e. la parenté, les mythes, les rituels, la magie, la culture) et examine leur portée analytique afin de doter les participants de nouveaux outils de compréhension du travail, de son environnement, et des dynamiques managériales le structurant. Domaines professionnels ciblés (entre autres) : Le conseil, les services, le marketing, le design, les ressources humaines, et la data science.

5AXH26– Droit des sociétés

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau intermédiaire
- Professeur : Annika ROMANO

Aujourd'hui, il importe au/à la futur(e) cadre d'entreprise, quelle que soit sa mission, son niveau de responsabilité, le secteur d'activité dans lequel il/elle est appelé(e) à évoluer, d'appréhender au mieux les événements marquants jalonnant la vie de sa société.

Le programme développera des thématiques incontournables telles que : les modalités pratiques de la création d'entreprise, le fonctionnement de la société au quotidien au regard de la forma sociale adoptée, et des thèmes riches d'actualité, notamment la restructuration des sociétés et les entreprises en difficulté. Il insistera également sur le droit anglo-saxon des sociétés (enseigné en langue anglaise), dans la mesure où un nombre croissant d'entrepreneurs français s'impliquent aujourd'hui dans le commerce international, avec des partenaires économiques étrangers et souvent une présence hors de la France.

5AXH08 – Droit du travail

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau débutant
- Professeur : Bastien FERON

Ce cours s'adresse aux étudiants du PGE qui souhaitent maîtriser les fondamentaux du Droit du travail français. Cet enseignement permet d'une part de connaître ses droits comme salarié en application du Code du travail. D'autre part, il permet aux futurs entrepreneurs ou managers opérant de France de maîtriser la réglementation en la matière, et gagner ainsi en légitimité quand ils s'expriment sur le sujet. Il fournit enfin un socle de connaissances indispensables pour les étudiants s'orientant vers un métier dans le secteur des RH. L'apprentissage des notions au programme est réalisé sur l'interface e-learning de l'enseignant, et implique de travailler sur de nombreux cas pratiques. Tout au long du parcours, de nombreux témoignages de professionnels du droit permettent d'illustrer en pratique la portée des notions théoriques abordées.

5AXS05 – Introduction à l'ethnographie

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau intermédiaire
- Professeur : Guillaume DUMONT

Comment observer et documenter des situations de travail complexes ? Comment collecter des données qualitatives précises et les analyser ? Comment formuler des explications ancrées dans la réalité empirique de l'entreprise ? Comment rendre tangible et intelligible des insights ethnographiques pour différentes audiences (p.e. clients, collaborateurs, institutions publiques). Ce cours propose une introduction au travail de terrain et aux techniques d'écriture propres à l'ethnographie. Pour ce faire, il passe en revue les principaux outils du terrain (p.e. observation participante, ethnographie digitale, entretiens) en mobilisant des d'expériences de terrain variées avec des interlocuteurs inédits (p.e. investisseurs à impact, membres d'organisations criminelles, policiers, athlètes professionnels). Ces acquis seront ensuite mis en pratique grâce la réalisation d'une enquête par les participants afin de se confronter aux réalités du terrain et de développer leur intelligence ethnographique. Domaines professionnels ciblés : Le conseil, les services, le marketing, le design, les ressources humaines, et la data science (entre autres).

5AXH19 – Le manager émotionnellement intelligent

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau avancé
- Professeur : Christophe HAAG

Comprendre l'importance des émotions et de l'intelligence émotionnelle (IE) dans le management (& le monde) moderne.

Notamment au niveau de la gestion des collaborateurs, de la prise de décision et de la communication en période de crise.

Le cours se nourrit de différentes approches pour expliquer les phénomènes affectifs: neurosciences, psychologie sociale, différentielle et cognitive, anthropologie, biologie, et « learning by doing ».

5AXH21 – Leadership pour un nouveau monde : v.n.p

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau débutant
- Professeur : Mohamed Ikram NASR

Notre rôle sera de visiter les travaux classiques de leadership mais surtout d'identifier les compétences et outils d'un leadership pour un nouveau monde. Cours interactif, beaucoup d'analyses de cas, de simulations, mais aussi de lectures qui doivent être à jour et un engagement envers votre projet final qui se doit d'être impactant pour l'emlyon pour votre association, pour le monde... Il s'agit d'amener les étudiants à réfléchir sur le thème du leadership afin de leur permettre de développer une attitude proactive, la capacité à interagir au sein d'une équipe et des compétences de leader à travers l'étude de théories sociologiques et psychologiques du leadership et des exercices pratiques. L'enjeu est de leur permettre de comprendre les compétences indispensables à un Leadership inclusif (créer un environnement de travail égalitaire, juste et respectueux pour toutes et tous) et éthique (encourager les comportements responsabilisants et à décourager les comportements toxiques).

5AXS10 – L'expérience de travail aujourd'hui

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau débutant
- Professeur : Denis GIORDANO

Ce cours explore l'expérience du travail à travers le prisme de la sociologie, en tenant compte des transformations récentes du monde du travail, notamment la diversification des formes d'emploi et l'individualisation croissante. Il examine comment le travail façonne l'identité et les relations sociales des individus, tout en étant constamment impacté par des crises économiques, écologiques, sanitaires et sociales. L'objectif est d'analyser à la fois le rapport subjectif au travail, comme source d'épanouissement et de reconnaissance, et les contraintes inhérentes aux conditions d'emploi. Le cours s'articule autour de trois axes principaux : la tension entre subordination et autonomie, en questionnant les formes de contrôle et de responsabilité ; le dilemme entre précarité et créativité, où l'incertitude professionnelle coexiste avec la valorisation de l'innovation et de l'engagement personnel ; et enfin, la montée du modèle de l'auto-entrepreneuriat, qui reflète à la fois un idéal d'indépendance et une injonction des discours managériaux et politiques.

5AXH04 – Management Equipes internationales

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau intermédiaire
- Professeur : Catou FAUST

En effectuant des stages à l'étranger, en ayant eu quelques séminaires évoquant les questions interculturelles, vous avez pris conscience de l'impact des représentations culturelles sur les relations de travail. Si la globalisation génère une certaine harmonisation des pratiques, à un niveau de culture plus profond, mais conscientes, les représentations, les visions du monde, de ce qui est « normal » et de ce qui ne l'est pas, restent différentes. Or il s'agit de coopérer de plus en plus fréquemment avec des personnes de cultures différentes ! Cultures nationales, mais aussi cultures générationnelles, métier ou cultures d'entreprises dans le cas de fusions.

Comment identifier et comprendre les points de tension ? Comment trouver un socle commun acceptable par tous ? Comment adopter sa posture sans perdre de vue ses propres objectifs ? C'est cette démarche interculturelle que ce cours vous propose de construire par vous-même, en partant de vos propres questionnements et en vous apportant la base théorique permettant d'identifier les grandes dimensions culturelles.

5AXS13- Management projet culturel

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau intermédiaire
- Professeur : Marc ALVARADO

Ce cours introduit les spécificités des industries culturelles en explorant leurs métiers, leur environnement, leurs modes de financement et leur gestion de production. Il aborde également les stratégies d'accès aux marchés locaux et internationaux. Au-delà d'une analyse des structures et stratégies du secteur, le cours propose des études de cas couvrant plusieurs industries culturelles et inclut un travail en groupe autour de la production audiovisuelle, offrant ainsi une approche pratique et immersive.

5AXH02 – Management Stratégique des RH

- 5 ECTS
- English course
- Niveau intermédiaire
- Professeur : Marie-Rachel JACOB

Ce cours explore la gestion des ressources humaines (GRH) en mettant l'accent sur l'alignement entre la stratégie d'affaires et les pratiques RH dans les organisations. Il dépasse une approche purement technique en offrant un cadre conceptuel élaboré par des chercheuses, permettant aux étudiants de comprendre les enjeux stratégiques de la performance du travail. En complément, une introduction au droit du travail français est intégrée afin de maîtriser les aspects légaux, sociaux et business liés à la fonction RH.

Grâce à une approche pédagogique variée combinant travail individuel et collectif, études de cas, lectures en ligne et séances en présentiel, ce cours vise à fournir aux étudiants les compétences et connaissances fondamentales pour un management des RH à la fois efficace pour l'entreprise et bénéfique pour les salariés.

5AXH17 – Mgmt des équipes & dynamique collective

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau débutant
- Professeur : Mohamed Ikram NASR

Ce cours s'articule autour de la structuration et du management des équipes de travail en milieu organisationnel. Sa finalité est d'initier les étudiants aux processus interpersonnels et collectifs influençant l'efficacité et la pérennité des équipes. Grâce à l'intégration d'éléments théoriques et pratiques, ce cours vise ainsi à développer les compétences des étudiants en tant que futurs managers et leaders capables de former une équipe, motiver et impliquer ses membres en développant un climat de confiance propice à la création de synergies, les aider à prendre de bonnes décisions et à faire face aux conflits intra- et intergroupes.

5AXS04 – Penser l'Humain : Philosophie et Managt

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau débutant
- Professeur : Eric FAY

Ce cours explore la dimension humaine du management en s'appuyant sur des philosophies qui considèrent l'être humain comme un être de parole et d'ouverture aux autres. Il propose une réflexion sur l'articulation entre les dimensions objectives et subjectives de l'action en entreprise, en revisitant des notions clés telles que la décision, l'écoute, le contrôle ou encore la conduite du changement. Il offre également une critique des approches managériales scientistes, souvent réductrices face à la complexité humaine et aux enjeux contemporains comme le transhumanisme ou l'intelligence artificielle. Destiné aux étudiants souhaitant développer une pensée philosophique appliquée au management, ce cours s'appuie sur la phénoménologie et le personnalisme. Il invite à une prise de recul sur les pratiques organisationnelles et encourage une approche créative et réfléchie de l'action, en mettant l'accent sur la présence aux phénomènes, l'ontologie et l'engagement dans la prise de décision.

5AXH06 – Politique et pratiques GRH en entrepr.

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau intermédiaire
- Professeur : Hector ORMANDO

Ce cours s'adresse en priorité aux étudiants envisageant un projet professionnel dans un service RH d'entreprise, ou dans le domaine du conseil en RH. Il consiste en une analyse critique de pratiques RH de différentes entreprises, et de cas de conseil en RH

5AXH18 – Stress & Mgt : Manager les risques psych

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau intermédiaire
- Professeur : Tessa MELKONIAN

Ce cours propose un approfondissement sur les risques psychosociaux, avec un focus particulier sur le stress en milieu professionnel. Il s'appuie sur des approches disciplinaires variées pour analyser ces risques à la fois du point de vue des salariés et des managers.

Les étudiants y découvriront les principaux mécanismes du stress et du harcèlement au travail, ainsi que des outils pour mieux les gérer. L'objectif est de leur permettre d'identifier ces problématiques et de développer des solutions adaptées aux situations professionnelles qu'ils rencontreront.

Marketing

5AXM54 – Achats : Stratégie et Management

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau intermédiaire
- Professeur : Nathalie O MAHONY

Les achats sont la première ressource-clé des entreprises : les achats représentent un levier financier égal à plus de 2/3 du chiffre d'affaires et 80 à 95 % des coûts directs; ils contribuent directement à la différenciation vis-à-vis des clients finaux; ils constituent un des premiers facteurs de risques (technique, logistique, écologique, social...). La Fonction Achats de l'entreprise est la première contributrice à la création de valeur de l'entreprise grâce à sa capacité à optimiser la combinaison entre ses ressources internes et les ressources des fournisseurs de manière efficace et efficiente. L'objectif de ce cours est de proposer un processus de Management des Ressources Amont (M.R.A.) fondé sur les concepts/méthodes/outils les plus avancés. Ce cours aborde chacune des problématiques auxquelles est confrontée l'entreprise par rapport à ses ressources amont : externalisation, marchés fournisseurs, portefeuille Achats, Global sourcing, relations fournisseurs, coût total de possession, éthique...

5AXM60- Challenge scenario

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau intermédiaire
- Professeur : Alice RIOU

Ce cours est basé sur une pédagogie par projet réel, dynamique, ludique et très formatrice où l'on apprend en faisant. Vous pensez savoir maîtriser les réseaux sociaux parce que vous vous en servez quotidiennement...

Sauf que lorsqu'il s'agit d'en actionner les leviers à un niveau professionnel avec une véritable stratégie, des objectifs et des résultats : les règles du jeu changent. Plus question d'improviser sur ce qui est aujourd'hui le cœur de toute stratégie de réussite d'une entreprise quelle que soit son envergure ou son marché. Ce challenge, vous plonge au cœur des connaissances, compétences, savoirs-faires et même réflexes qui vous permettront de réussir à tirer le meilleur parti des réseaux sociaux les plus utilisés au monde par les entreprises.

5AXM51 – Comportement du consommateur

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau débutant
- Professeur : Lionel SITZ

Le cours vise à fournir à l'étudiant des riches connaissances dans le champ du comportement du consommateur. Il vise à développer une compréhension fine du processus de consommation et à encourager les analyses en profondeur des modes de vie contemporains. Ce cours, par essence pluridisciplinaire propose une mise en perspective des récentes avancées en consumer research et à montrer l'importance des recherches et initiatives en ce domaine. Ce cours incite les étudiants à porter un regard curieux, réflexive et critique.

5AXM32 – Critique de la consommation

- 5 ECTS
- English course
- Niveau débutant
- Professeur : Karine RAIES

Critique de la consommation » est un cours de sciences sociales qui adopte une perspective critique sur la société de consommation. La critique n'est pas une affaire de jugement moral. Il ne s'agit pas de formuler de jugement de valeur sur la consommation. Il s'agit de se doter d'outils issus de la sociologie, de l'anthropologie et de la philosophie pour comprendre la consommation dans toute sa complexité, d'en identifier les causes et les conséquences.

Critique, ce cours l'est aussi sur le plan pédagogique. Afin de lutter contre une approche instrumentale du savoir qui place la validation du cours au cœur des préoccupations et qui incite à apprendre par cœur des notions qui seront oubliées quelques jours après l'examen, je propose aux étudiant.es qui choisissent mon cours le contrat suivant : valideront celles et ceux qui assistent à *toutes* les séances du cours (aucune absence ne sera acceptée) et rendront une copie décente à l'examen final (qui ne sera pas un QCM). La validation du cours étant acquise, l'enjeu se déplace. Il s'agit de cheminer, de comprendre, d'apprendre ensemble, et cela afin de restaurer un rapport sincère, curieux, et joyeux au savoir.

5AXM19 – Etudes de marché et décisions marketing

- 5 ECTS
- English course
- Niveau débutant
- Professeur : Karine RAIES

Ce cours offre aux étudiants une compréhension approfondie des méthodologies et des outils utilisés pour analyser les marchés et prendre des décisions marketing éclairées. À travers ce cours, les étudiants apprendront à concevoir et à mener des études de marché, à interpréter les données recueillies et à les utiliser pour développer des stratégies marketing efficaces. Les sujets abordés incluront la segmentation du marché, l'analyse de la concurrence, l'évaluation des besoins et des comportements des consommateurs, ainsi que l'utilisation des principales techniques de recherche qualitative et quantitative.

5AXM08 – Expérience client et qualité de service

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau intermédiaire
- Professeur : Mathieu BEAL

Les services occupent aujourd'hui une place centrale dans l'économie mondiale, représentant la majorité du PIB des pays développés et créant la plupart des nouveaux emplois. Il est donc presque certain que chacun, directement ou indirectement, sera impliqué dans la création ou la fourniture de services. Depuis plusieurs décennies, les entreprises ont progressivement évolué d'un marketing centré sur les produits vers un marketing axé sur les services, mettant l'expérience client au cœur de leur proposition de valeur.

Contrairement au marketing produit, qui repose sur les 4P (Produit, Prix, Place, Promotion), le marketing des services marque un changement majeur en privilégiant l'expérience et la valeur perçue par le client. Dans ce modèle, la satisfaction du client ne dépend plus uniquement du produit lui-même, mais de l'ensemble des interactions et services qui l'accompagnent. Cette évolution a profondément transformé les stratégies marketing en entreprise, influençant aussi bien la recherche académique que les pratiques commerciales.

5AXM28 – Management des medias

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau avancé
- Professeur : Karine RAIES

Ce cours permettra aux étudiants de comprendre les changements radicaux auxquels l'industrie des médias et du divertissement est confrontée et leur fournira les bases marketing et commerciales nécessaires s'ils envisagent de travailler dans ce secteur.

Les étudiants se familiariseront avec la gestion des médias et avec les principales tendances du secteur en analysant les acteurs clés, les fournisseurs de contenu (cinéma, séries, sport, actualités) et les habitudes changeantes des consommateurs.

Ce cours contribuera également au développement des compétences professionnelles des étudiants telles que le sens des affaires, les compétences analytiques, la créativité et le travail d'équipe à travers plusieurs études de cas.

5AXM17 – Manager ses clients strat & ses distrib

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau avancé
- Professeur : Catherine PARDO

Ce cours vise à approfondir deux aspects essentiels du marketing BtoB : le rôle des distributeurs B2B (grossistes), qui servent d'intermédiaires entre fournisseurs et clients professionnels, et la gestion des clients clés (Key Account Management - KAM). En effet, si vous évoluez demain dans des contextes de marketing BtoB il se peut que les produits que vous proposez aient à passer par des distributeurs professionnels. De la même façon, si vous évoluez aux achats, il se peut que vous ayez à acheter auprès de distributeurs. Dans les deux cas, il est important de comprendre qui sont ces distributeurs BtoB et comment ils créent de la valeur.

En ce qui concerne le key account management, on constate aujourd'hui que de nombreuses entreprises adaptent leurs relations (leur contenu, leur nature...) quand elles s'adressent à des clients stratégiques. Cette adaptation va parfois jusqu'à dédier un interlocuteur privilégié à un client. Ce key account manager aura pour mission de gérer la relation avec ce client afin d'optimiser la création de valeur.

5AXM49 – Marketing des produits liés au corps

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau intermédiaire
- Professeur : Alice RIOU

Cet électif initie les étudiants à des réflexions issues de disciplines complémentaires du marketing, telles que la sociologie, l'anthropologie, la sémiotique ou encore la philosophie. Il explore leur portée intellectuelle et, surtout, leur application concrète en tant qu'outils stratégiques et opérationnels pour un manager en marketing des produits de grande consommation.

Le cours s'appuie sur le secteur des produits liés au corps, abordant aussi bien les marchés de la santé et de l'alimentaire (aspect interne) que ceux des cosmétiques, parfums et objets de mode (aspect externe). Les participants analysent ces marchés sous l'angle des enjeux RSE, tels que l'inclusivité, la durabilité, le recyclage et la représentation des minorités.

5AXM30 – Marketing BtoB

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau intermédiaire
- Professeur : Catherine PARDO

Le Business to Business (B2B) désigne une situation d'échange entre deux organisations. Les entreprises du B2B sont donc caractérisées par le fait que non seulement leurs fournisseurs mais aussi leurs clients sont des organisations (des entreprises, des administrations, des gouvernements, etc.). Ce cours a pour objectif de permettre à nos participants d'identifier la nature de l'activité marketing dans une entreprise dont les clients sont des organisations (par exemple d'autres entreprises) et de se doter des méthodes et des outils qui permettent la mise en œuvre de l'activité marketing dans une entreprise.

Plusieurs cas travaillés pendant les séances permettent de mettre en application les méthodes, outils et concepts clés du BtoB.

5AXM47 – Marketing Digital

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau débutant
- Professeur : François SCHEID

Ce cours vise à faire comprendre la révolution digitale qui touche le marketing, mais aussi les autres fonctions de l'entreprise, et à faire connaître les différents leviers du marketing digital et ce de manière concrète. Alors qu'une part significative des budgets marketing est maintenant transférée vers le digital, tous les professionnels du marketing ont besoin de comprendre cet environnement ainsi que les opportunités qu'il recèle. L'objectif de ce cours est de permettre aux étudiants qui le suivent de répondre aux questions suivantes :

- Pourquoi le marketing digital est d'une importance cruciale?
- Quels sont les principaux outils digitaux du marketer?
- Comment intégrer les réseaux sociaux à son marketing ?

5AXM22 – Marketing stratégique

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau débutant
- Professeur : Alisa MININA JEUNEMAITRE

Ce cours vise à doter les participants des compétences nécessaires pour la prise de décisions marketing de haut niveau et pour identifier et résoudre les défis stratégiques du marketing. Le marketing implique souvent plusieurs approches viables, s'inspirant de diverses écoles de pensée. L'objectif principal est de vous familiariser avec les théories modernes du marketing, vous permettant de comparer différents points de vue et de sélectionner celui qui convient le mieux à vos besoins. En conséquence, le cours se concentre sur deux perspectives complémentaires : les stratégies marketing axées sur la décision et les stratégies marketing culturelles. Nous appliquerons ces stratégies à travers des exercices pratiques, y compris des études de cas et des travaux de groupe, pour faire le lien entre la théorie et l'application concrète.

5AXM46 – Sociologie des Marchés et de la Conso.

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau avancé
- Professeur : Lionel SITZ

Le cours plonge les étudiants dans l'étude des dynamiques complexes qui régissent les marchés et les comportements de consommation au sein des sociétés contemporaines. À travers une approche sociologique, le cours explore comment les marchés sont socialement construits, mettant en lumière les interactions entre les acteurs économiques, les institutions, les structures sociales, et les systèmes de valeur qui influencent et sont influencés par les marchés. Les étudiants examinent divers cas de consommation, de la consommation de masse à la consommation durable, en passant par les phénomènes de mode et les mouvements de consommation éthique, pour comprendre comment les identités sociales, les inégalités et les changements culturels façonnent et sont façonnés par les pratiques de consommation. Le cours met également l'accent sur les méthodes de recherche en sociologie pour analyser les marchés et les comportements de consommation, offrant ainsi aux étudiants les outils nécessaires pour décrypter les tendances actuelles et futures dans le monde de la consommation.

5AXM25 – Stratégie & Gestion d'image de marque

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau intermédiaire
- Professeur : Lionel SITZ

La gestion de l'image de marque est un sujet prépondérant dans les secteurs B to C comme en B to B. Sur des marchés mondialisés et hyperconcurrentiels, le produit/service, seul, ne fait plus la différence et la marque est devenue un critère de choix pour le consommateur / client.

Trop souvent assimilé à un simple travail « publicitaire », le branding requiert un regard transversal et croise différentes disciplines liées au Marketing, la Sociologie, la Psychologie, la Sociologie, les Sciences de L'information et de la Communication ... L'objectif final étant une identification profonde de la marque et de ses aspirations afin d'en déduire un positionnement fort et une mise en discours efficiente auprès d'un public large (interne / externe).

Le cours met en perspective le concept de marque et ses fondements afin de créer pérenniser des marques qui font sens auprès de leurs publics.

Operations, Data et Artificial Intelligence for business

5AXD52 – Conseil en Transformation et Innovations

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau intermédiaire
- Professeur : Jean-Baptiste VAUJOUR

Ce cours, animé par les consultants de Capgemini Invent, vous plonge au cœur du métier de consultant en transformation, en vous aidant à comprendre les grands enjeux actuels des entreprises : transformation digitale, innovation, data, cybersécurité, éco-responsabilité, et bien plus. À travers huit séances thématiques, vous découvrirez des concepts, technologies et méthodes émergentes, illustrés par des retours d'expérience concrets issus de missions réalisées chez des clients. Le cours vous permettra d'explorer des sujets clés tels que l'expérience collaborateur et client, l'agilité et la livraison de produits digitaux, l'industrie intelligente, l'intelligence artificielle générative, la cybersécurité et les pratiques durables en IT, afin de comprendre comment les entreprises se réinventent pour rester compétitives dans un environnement en constante évolution.

5AXD06 – Découverte des métiers du conseil

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau débutant
- Professeur : Jean-Baptiste VAUJOUR

Entre 30% et 40% des diplômés du programme grande école de l'emlyon débutent leur carrière comme consultant. Cette statistique est stable dans le temps et largement observée dans la plupart des écoles de management.

Le cours a donc pour objectif de démystifier (et de démythifier) ce métier.

Il présente les différentes facettes de ce métier:

- la mission : déroulement d'une mission, nature des interventions, typologie des missions...
- le consultant : les activités quotidiennes, les compétences / connaissances nécessaires...
- le cabinet de conseil : structure et fonctionnement, management des talents, recrutement...
- le secteur du conseil : chiffres clés, typologie et positionnement des acteurs, enjeux présents et futurs...

5AXA12 – Inégalités, féminismes et organisations

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau débutant
- Professeur : Ludivine PERRY-REDSLOB

Malgré la multiplication des dispositifs de lutte contre les inégalités en entreprise, de nombreuses études montrent qu'elles persistent. L'objectif de ce cours est de comprendre ce paradoxe en sensibilisant les étudiant.e.s aux éléments structurels qui reproduisent les inégalités organisationnelles. Nous aborderons ces questions au travers d'une approche féministe intersectionnelle.

5AXD10 – Logistique internationale

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau débutant
- Professeur : Haithem NAGATI

La mondialisation et la suppression des barrières commerciales poussent les entreprises à opérer sur des marchés internationaux, nécessitant une gestion efficace de la chaîne logistique, de l'approvisionnement à la distribution. Cette logistique internationale implique de nombreux acteurs internes (marketing, finance, logistique, etc.) et externes (fournisseurs, transporteurs, prestataires logistiques), rendant sa maîtrise stratégique pour la compétitivité des entreprises industrielles et commerciales. Ce cours vise à donner aux étudiants une compréhension globale de la chaîne logistique internationale en abordant ses concepts fondamentaux, ses approches de gestion et ses enjeux actuels. Il les sensibilise aux tendances impactant la performance des entreprises et leur permet d'analyser les conséquences de l'internationalisation croissante sur la gestion logistique.

5AXD49 – Méthodes d'aide à la décision

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau intermédiaire
- Professeur : Eric DAVID

Diriger, c'est prendre des décisions et en assumer les conséquences. Un cadre ne peut se limiter à un rôle d'exécutant passif ; il doit faire preuve d'initiative, de créativité et d'esprit critique. Ce cours explore les mécanismes psychologiques et sociologiques de la prise de décision, en tenant compte des contraintes liées à la gestion de crise, à l'urgence, aux conflits et aux situations à risque. Il met en garde contre une approche excessive de l'obéissance et du formalisme, qui peut mener à une perte de responsabilité et de discernement. En parallèle, le cours introduit des méthodes quantitatives pour structurer et optimiser la prise de décision. Des outils comme les probabilités, la recherche opérationnelle, l'optimisation, la modélisation et la simulation seront étudiés, ainsi que la prise de décision multicritère. L'objectif est d'allier compréhension humaine et outils analytiques afin de renforcer les capacités décisionnelles des futurs dirigeants.

5AXD46 – Méthodes et outils du conseil

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau intermédiaire
- Professeur : Jean-Baptiste VAUJOUR

Les métiers du conseil constituent une excellente opportunité pour les jeunes diplômés en début de carrière, en leur offrant une expérience variée et une maîtrise de méthodes rigoureuses, essentielles pour la suite de leur parcours professionnel. Ce cours présente les différentes étapes d'une mission de conseil, depuis la prise de connaissance et l'élaboration de la proposition jusqu'à la mise en œuvre des recommandations, en passant par le diagnostic et la définition d'un plan d'action. Le travail du consultant repose sur l'utilisation et la conception de méthodes adaptées aux problématiques rencontrées, qu'elles soient innovantes ou normalisées. L'expertise des cabinets de conseil réside dans leur capacité à développer des méthodologies performantes et réutilisables. Le cours met ainsi l'accent sur les outils et modèles employés par les consultants, ainsi que sur des compétences fondamentales telles que la collecte d'informations, la modélisation de processus et la communication professionnelle. Certaines séances sont animées sous forme d'ateliers par des cabinets de conseil pour enrichir l'apprentissage des étudiants.

5AXD22 – Prépa au recrutement dans le conseil

- 5 ECTS
- English course
- Niveau intermédiaire
- Professeur : Jean-Baptiste VAUJOUR

Recruitment in the consulting sector is highly competitive, with most firms hiring at the junior level from top schools, making it difficult for candidates to stand out due to similar profiles. A key feature of the selection process is the use of case studies, which test candidates' problem-solving skills, especially in strategy consulting, where they form the core of the recruitment process. This course is designed to help students prepare for consulting recruitment by familiarizing them with case studies, expected responses, and effective strategies to tackle them. It serves as an initial training, which students can supplement with career service workshops. By the end of the course, they will have gained experience with different types of interview problems and refined their professional aspirations and skill presentation for a consulting career.

5AXD04– VBA pour l'entreprise

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau débutant
- Professeur : Delphine BILLOUARD FUENTES

L'objectif de ce cours est d'apprendre aux étudiants à utiliser les fonctionnalités avancées d'Excel, et en particulier la programmation VBA, dans un contexte professionnel.

La première partie du cours sera consacrée à l'apprentissage des bases du code VBA à travers l'utilisation de cas pratiques.

Dans une deuxième partie, les étudiants devront utiliser les connaissances acquises lors d'un jeu d'entreprise en créant un tableau de bord interactif.

Quantitative finance & economics

5AXF40- Diversité du Capitalisme

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau débutant
- Professeur : Christine DI DOMENICO

Ce cours explore le capitalisme en tant que système économique dominant, en analysant son évolution, son fonctionnement et son adaptation aux défis du numérique et du climat. À travers une approche pluridisciplinaire (économie, sociologie, géopolitique), il compare les différents modèles de capitalisme (américain, européen, japonais, chinois, coréen) en mettant en lumière le rôle des institutions dans leur performance au-delà du PIB. L'étude s'appuie sur les travaux de penseurs comme Braudel, Amable, Soskice et Hall, Piketty et Rifkin pour illustrer la diversité institutionnelle et les limites des modèles capitalistes. Le cours aborde des questions d'actualité telles que la domination économique de la Chine et des États-Unis, l'impact du numérique sur les modèles d'affaires, ou encore la compatibilité du capitalisme avec les enjeux sociaux et environnementaux. L'analyse s'appuie sur des exemples concrets comme les GAFAM, les monopoles, le family business et les entreprises à impact.

5AXF18- Economie contemporaine

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau intermédiaire
- Professeur : Abdelhassis MOKHTARI

Le cours capitalise sur la formation acquise en économie. L'objectif est d'apporter un cadre d'analyse et des grilles de lecture, autour des grands débats contemporains afin de développer une capacité à la réflexion économique. Pour mieux saisir l'évolution et le renouveau des problématiques, nous ouvrirons le débat sur des points de vue contrastés de chercheurs, économistes, chefs d'entreprises...

Il est conçu en trois parties principales: La première présente les formes d'organisations et de régulation de la production liée aux nouvelles technologies et à l'économie de la connaissance. La deuxième s'articule autour des enjeux de la plateformes de l'économie. Enfin la dernière partie abordera L'économie de la connaissance et de l'immatériel.

5AXF24 – Economie de la concurrence

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau intermédiaire
- Professeur : Bruno VERSAEVEL

This course, designed for lawyers, aims to deepen students' understanding of fundamental economic principles in competition law. While some formal and algebraic aspects are included, the focus remains on intuitive, non-technical explanations. Prior knowledge of microeconomics is beneficial but not mandatory. The course also equips students with the skills to analyze real-world antitrust cases, with a particular emphasis on European legislation.

5AXF41– Economie sociale et Solidaire

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau débutant
- Professeur : Christine DI DOMENICO

Ce cours explore les transformations récentes de l'Économie Sociale et Solidaire (ESS), marquées par l'émergence de nouveaux modèles à impact social et environnemental, comme les Licoornes, les AMAP ou la finance participative. Il analyse aussi l'évolution des cadres juridiques favorisant l'entrepreneuriat social et ses principes de gouvernance démocratique et de coopération, en lien avec la loi de juillet 2014. L'approche pédagogique combine théorie et application : d'abord en étudiant les courants de pensée de l'ESS, puis en analysant les acteurs clés et leurs pratiques. Une réflexion est menée sur le rôle du don dans la société et le monde associatif à travers les travaux de Mauss, Caillé et Chanial.

5AXF07 – Energétique environnementale

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau débutant
- Professeur : Olivier LE COURTOIS

Ce cours explore les concepts et grandeurs fondamentaux de l'énergie, en couvrant sa production, son stockage et son utilisation. Les premières séances sont dédiées aux calculs essentiels pour permettre aux étudiants de maîtriser concrètement les enjeux énergétiques, notamment dans le contexte de la transition écologique. Les thématiques abordées incluent le transport, l'isolation et la production locale d'énergie, avec pour objectif de comprendre comment transformer les modes de production pour répondre aux défis environnementaux. Un lien est établi avec l'entrepreneuriat grâce à l'intervention d'un entrepreneur local. Le cours repose sur un usage intensif du calcul scientifique, rendant la présence en classe essentielle, d'autant plus que de nombreuses notes sont prises en séance et que l'interaction y joue un rôle central.

Strategy and Organization

5AXB05- Gestion stratégique du changement

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau intermédiaire
- Professeur : Dima YOUNES

Ce cours explore la relation entre la stratégie d'entreprise et son organisation, en abordant des concepts clés comme l'analyse concurrentielle, le positionnement stratégique et la gestion des ressources. Il combine des théories sur la culture organisationnelle, le pouvoir et le design des organisations, avec des études de cas réelles et pédagogiques. Cette approche permet aux étudiants de confronter la théorie à la pratique et de comprendre comment ajuster l'organisation des entreprises pour réussir dans un environnement compétitif en constante évolution.

5AXB07 – Gouverner l'entreprise : acteurs et resp.

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau intermédiaire
- Professeur : Bertrand VALIORGUE

Ce cours propose une analyse approfondie des enjeux liés au gouvernement des entreprises modernes. Il permet de mieux comprendre l'organisation des pouvoirs au sein des structures entrepreneuriales, en examinant les rôles et interactions des différents acteurs. Grâce à cette approche, les étudiants acquièrent des clés de lecture essentielles pour interpréter les relations entre la gouvernance d'entreprise et la société civile, en mettant en lumière les influences réciproques et les impacts sur l'économie et la politique. L'apprentissage repose sur une démarche participative, intégrant des débats et des études de cas concrets. Ces échanges permettent d'analyser les grandes questions d'actualité en matière de gouvernance et d'anticiper les évolutions du domaine.

5AXF58 – Introduction à la démarche géopolitique

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau débutant
- Professeur : Nathalie BELHOSTE

Chaque année, l'enseignement est centré sur des thèmes choisis pour permettre aux étudiants d'aborder des questions essentielles du monde actuel. Ils sont invités à étudier ces thèmes sous différents angles, en les analysant dans des contextes variés et en approfondissant leurs réflexions. Les étudiants développent également leur travail personnel à travers des projets, tout en dégagant les enjeux du thème par une observation critique des situations actuelles. L'étude se fait selon deux axes, d'abord précis puis élargis, qui permettent une analyse politique et géopolitique approfondie, le tout au croisement de différentes disciplines. Enfin, les étudiants appliquent les connaissances et méthodes acquises pour mener à bien un projet final centré sur une situation actuelle.

5AXB09 – Introduction à la Gouv. d'entreprise

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau débutant
- Professeur : Charles REVUE

Ce cours se concentre sur le gouvernement des entreprises et la répartition des pouvoirs décisionnels au sein de celles-ci. Il explore notamment le rôle et l'évolution des actionnaires, en analysant les mécanismes de contrôle des dirigeants présents à travers le monde. L'objectif est de fournir une compréhension critique des changements dans la gouvernance des entreprises, en anticipant les prochaines transformations. Le cours remet en question les idées reçues sur les actionnaires, en montrant que leurs intérêts et actions sont plus complexes que la simple quête du profit. Ce module s'applique également aux entreprises mutualistes ou coopératives, qui n'ont pas d'actionnaires mais des sociétaires ou coopérateurs. Une partie importante du cours se déroule dans la ville virtuelle de Corporatia, où les étudiants explorent différents quartiers thématiques diffusant des informations liées au sujet du cours. Cela permet d'aborder de manière interactive et immersive les concepts du gouvernement des entreprises, enrichissant l'expérience d'apprentissage.

5AXB02 – Manager par le travail réel

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau débutant
- Professeur : Charles REVUE

Le cours "Manager par le travail réel" a pour objectif de former les étudiants au management opérationnel en leur enseignant des techniques et des réflexes pour mieux percevoir, développer et encourager le travail de leurs collaborateurs. Contrairement au travail prescrit, défini par la hiérarchie et théorique, le travail réel correspond à ce qui est effectivement accompli sur le terrain, souvent loin des attentes formelles. Le cours insiste sur l'importance de s'intéresser à la réalité du travail des employés, en tenant compte des contraintes, des ajustements improvisés, mais aussi des capacités d'innovation et d'adaptation des collaborateurs. Il s'agit de manager en étant proche des personnes et de leurs réalités concrètes.

5AXB03 – Stratégie, Business model & Marketing

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau intermédiaire
- Professeur : Vincent GIOLITO

Ce cours a pour objectif d'aider les étudiants à connecter les concepts appris dans les séminaires de stratégie et de marketing. Il vise à leur enseigner comment élaborer une stratégie d'entreprise en se basant sur la relation avec les clients comme élément central, tout en intégrant la flexibilité des business models pour assurer la création de valeur. Enfin, le cours aborde l'utilisation des outils de marketing pour "vendre" la stratégie aux parties prenantes, en mettant l'accent sur la manière de les convaincre et de les engager.