

Catalogue des cours électifs  
***Elective Course Catalogue***  
2026 – 2027



# Academic Calendar 2026 –2027

## Fall semester

From **August 31<sup>st</sup>** to **December 18th**

Divided into

### CYCLE 1

August 31st

October 21st

### CYCLE 2

October 26th

December 18th

## Spring semester

From **January 5th** to **April 30th**

Divided into

### CYCLE 3

January 5th

February 27th

### CYCLE 4

March 4th

April 30th

## 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.

Please note that **the C1 time slot does not apply to exchange students** and won't be offered.

## English elective courses list 26/27

👉 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
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	LYAGOUBI Myriam	Hybrid	B1
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
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
5AXB23	5	Inequality in org : sources, stakes, strat	Strategy and Organization	1C	EN	STORER Adam	Face-to-face synchronous	A2
5AXB24	5	Stratagems	Strategy and Organization	1C	EN	GAUTHIER Thomas	Face-to-face synchronous	A2
5AXD16	5	Machine Learning for business	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	1C	EN	JAOTOMBO Franck	Hybrid	A2
5AXD25	5	Business analytics	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	1C	EN	BEN MOHAMED Imen	Hybrid	A1
5AXD28	5	Design of Supply Chain	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	1C	EN	BEN MOHAMED Imen	Face-to-face synchronous	A2

5AXD29	5	Business Statistics & Data Analysis	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	1C	EN	JAOTOMBO Franck	Face-to-face synchronous	B1
5AXD30	5	Introduction to Data Analytics & Bus Int	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	1C	EN	LOEILLET Benoit	Hybrid	B2
5AXD42	5	Introduction to Python for Data Analysis	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	1C	EN	KUMAR Ajay	Face-to-face synchronous	A1
5AXD43	5	AI & Business	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	1C	EN	LOEILLET Benoit	Hybrid	A2
5AXD50	5	Logistics Management	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	1C	EN	GONG Yeming	Face-to-face synchronous	A2
5AXD51	5	Operations Strategy	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	1C	EN	GONG Yeming	Face-to-face synchronous	A1
5AXD57	5	Big Data and Cloud Computing	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	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 Benoit	Hybrid	A1
5AXF15	5	Introduction to financial markets	Quantitative finance & economics	1C	EN	CHEVALIER-ROIGNANT Benoit	Online synchronous	B1
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 Abdelhassis	Face-to-face synchronous	A2
5AXH01	5	Strategic Human Ressource Managt ONLINE	Law, Management and Social Sciences	1C	EN	JACOB Marie-Rachel	Online asynchronous	ONL
5AXH03	5	Managing international teams	Law, Management and Social Sciences	1C	EN	FAUST Catou	Face-to-face synchronous	B1
5AXH05	5	Digital Business Law	Law, Management and Social Sciences	1C	EN	ROMANO ANNIKA	Online synchronous	A1
5AXH20	5	Leadership : Ground Zero for new persp	Law, Management and Social Sciences	1C	EN	NASR Mohamed Ikram	Face-to-face synchronous	B1
5AXI05	5	Immigrant, Minority and Women Entreprene	Innovation & Entrepreneurship	1C	EN	SIRAZ Sonia	Face-to-face synchronous	A2
5AXI06	5	Culture & 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 Contemporary Era	Marketing	1C	EN	LATINOVIC Zoran	Hybrid	A2

5AXM05	5	Product development & branding strategy	Marketing	1C	EN	GRUBER VERENA	Face-to-face synchronous	A2
5AXM07	5	Consumer experience and service quality.	Marketing	1C	EN	BEAL Mathieu	Online synchronous	A1
5AXM07	5	Consumer experience and service quality.	Marketing	1C	EN	BEAL Mathieu	Online synchronous	B1
5AXM27	5	Social Media Management	Marketing	1C	EN	HERVET Guillaume	Face-to-face synchronous	A2
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	Hybrid	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
5AXA01	5	CSR reporting	Accounting and Corporate Finance	2C	EN	LOISON Marie-Claire	Hybrid	B2
5AXA03	5	Applied corporate finance	Accounting and Corporate Finance	2C	EN	VITANOVA Ivana	Face-to-face synchronous	A1
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	BERTHIER HELENE	Hybrid	B2
5AXA13	5	Corporate Governance	Accounting and Corporate Finance	2C	EN	MUKHERJEE Shibashish	Hybrid	A2
5AXA14	5	MATLAB for finance	Accounting and Corporate Finance	2C	EN	SCHOCH Daniela	Face-to-face synchronous	A1
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	A2
5AXB04	5	Leading Strategic Change	Strategy and Organization	2C	EN	RADOYNOVSKA Nevena	Face-to-face synchronous	A2
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

5AXB24	5	Stratagem	Strategy and Organization	2C	EN	GAUTHIER Thomas	Face-to-face synchronous	B2
5AXD16	5	Machine Learning for business	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	2C	EN	JAOTOMBO Franck	Hybrid	A2
5AXD29	5	Business Statistics & Data Analysis	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	2C	EN	JAOTOMBO Franck	Face-to-face synchronous	B2
5AXD30	5	Introduction to Data Analytics & Bus Int	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	2C	EN	LOEILLET Benoit	Hybrid	A1
5AXD33	5	Data mining	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	2C	EN	LOEILLET Benoit	Face-to-face synchronous	A1
5AXD42	5	Introduction to Python for Data Analysis	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	2C	EN	KUMAR Ajay	Face-to-face synchronous	A2
5AXD43	5	AI & Business	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	2C	EN	LOEILLET Benoit	Hybrid	B1
5AXD44	5	Dashboarding	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	2C	EN	LOEILLET Benoit	Face-to-face synchronous	A2
5AXD51	5	Operations Strategy	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	2C	EN	GONG Yeming	Face-to-face synchronous	B1
5AXD53	5	IS & databases	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	2C	EN	DAVID Rodreck	Face-to-face synchronous	B1
5AXD54	5	Advanced statistics for data science	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	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 Benoit	Face-to-face synchronous	A2
5AXF33	5	Commodities and Credit Derivatives	Quantitative finance & economics	2C	EN	SCHNEIDER Lorenz	Face-to-face synchronous	B1
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
5AXH05	5	Digital Business Law	Law, Management and Social Sciences	2C	EN	ROMANO ANNIKA	Online synchronous	A2
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	A2
5AXI27	5	Organizing Social Innovation	Innovation & Entrepreneurship	2C	EN	BRANDTNER Christof	Face-to-face synchronous	A1
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 business 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	Hybrid	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	BERTHIER HELENE	Hybrid	A2
5AXA16	5	Management & cost accounting	Accounting and Corporate Finance	3C	EN	LOISON Marie-Claire	Face-to-face synchronous	B2
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	LYAGOUBI Myriam	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
5AXB08	5	Sustainable Corporate Governance	Strategy and Organization	3C	EN	WIRTZ Peter	Face-to-face synchronous	B1
5AXB13	5	Global Strategy	Strategy and Organization	3C	EN	HAN Tao	Face-to-face synchronous	B1
5AXB13	5	Global Strategy	Strategy and Organization	3C	EN	HAN Tao	Face-to-face synchronous	B2
5AXB15	5	Economic Strategy and Competitiveness	Strategy and Organization	3C	EN	XIONG LISA	Hybrid	B1
5AXB23	5	Inequality in org : sources,stakes,strat	Strategy and Organization	3C	EN	STORER Adam	Face-to-face synchronous	A2
5AXD16	5	Machine Learning for business	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	3C	EN	JAOTOMBO Franck	Hybrid	B1
5AXD21	5	Digital business models	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	3C	EN	MOISAN FREDERIC	Face-to-face synchronous	A2
5AXD29	5	Business Statistics & Data Analysis	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	3C	EN	JAOTOMBO Franck	Face-to-face synchronous	B1
5AXD30	5	Introduction to Data Analytics & Bus Int	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	3C	EN	LOEILLET Benoit	Hybrid	A2
5AXD31	5	Deep Learning	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	3C	EN	VARASTEH YAZDI Saeed	Face-to-face synchronous	A2
5AXD32	5	Generative AI	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	3C	EN	GUIZAR Arturo	Face-to-face synchronous	A1
5AXD40	5	Advanced Machine Learning Technique	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	3C	EN	NAZARI Sajad	Face-to-face synchronous	B1
5AXD42	5	Introduction to Python for Data Analysis	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	3C	EN	KUMAR Ajay	Face-to-face synchronous	B2
5AXD43	5	AI & Business	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	3C	EN	LOEILLET Benoit	Hybrid	A2
5AXD45	5	Applied Text Mining & Text AI (NLP)	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	3C	EN	JAOTOMBO Franck	Face-to-face synchronous	B2
5AXD51	5	Operations Strategy	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	3C	EN	GONG Yeming	Face-to-face synchronous	A2
5AXD55	5	Digital Strategy	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	3C	EN	DAVID Rodreck	Hybrid	A1
5AXD58	5	Decarbonisation: from theory to practice	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	3C	EN	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Face-to-face synchronous	B1
5AXD59	5	International Project Finance & Managemt	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	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

5AXF11	5	Introduction to Financial Markets	Quantitative finance & economics	3C	EN	CHEVALIER-ROIGNANT Benoît	Hybrid	A1
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	Face-to-face synchronous	B1
5AXF23	5	Economic modelling for Strategy	Quantitative finance & economics	3C	EN	CHEVALIER-ROIGNANT Benoît	Face-to-face 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	
5AXH07	5	AI & Society	Law, Management and Social Sciences	3C	EN	LAMOUREAUX Siri	Face-to-face synchronous	A1
5AXH10	5	Mastering Survey Data	Law, Management and Social Sciences	3C	EN	SAYRE Gordon	Face-to-face synchronous	A2
5AXI01	5	The Entre. Pitch:The Power storytell	Innovation & Entrepreneurship	3C	EN	CLARKE Jean	Hybrid	A2
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	Face-to-face synchronous	B2
5AXM01	5	Personal Selling in the Contemporary Era	Marketing	3C	EN	LATINOVIC Zoran	Online synchronous	A1
5AXM18	5	BtoB Marketing	Marketing	3C	EN	WEI Ruiqi	Face-to-face synchronous	A2
5AXM24	5	Negotiating complex business 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	Hybrid	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
5AXS06	5	Sciences and Technology in the Anthropo.	Law, Management and Social Sciences	3C	EN	ARNHOLD Valérie	Face-to-face synchronous	A1
5AXS07	5	Managing diversity inclu & belong in org	Law, Management and Social Sciences	3C	EN	MIELLY Michelle	Face-to-face synchronous	B2
5AXA03	5	Applied corporate finance	Accounting and Corporate Finance	4C	EN	VITANOVA Ivana	Face-to-face synchronous	A1
5AXA04	5	Impact Investing	Accounting and Corporate Finance	4C	EN	DUBOCAGE Emmanuelle	Face-to-face synchronous	B2
5AXA08	5	Introd.to financial modeling	Accounting and Corporate Finance	4C	EN	BERTHIER HELENE	Hybrid	B2
5AXA13	5	Corporate Governance	Accounting and Corporate Finance	4C	EN	MUKHERJEE Shibashish	Hybrid	B1
5AXA16	5	Management & cost accounting	Accounting and Corporate Finance	4C	EN	LOISON Marie-Claire	Face-to-face synchronous	A2
5AXA47	5	Global perspective of Financial Account	Accounting and Corporate Finance	4C	EN	CHANG Woo-Jin	Face-to-face synchronous	A1
5AXA47	5	Global perspective of Financial Account	Accounting and Corporate Finance	4C	EN	CHANG Woo-Jin	Face-to-face synchronous	B1
5AXB04	5	Leading Strategic Change	Strategy and Organization	4C	EN	RADOYNOVSKA Nevena	Face-to-face synchronous	A2
5AXB14	5	Nonmarket Strategy: Firm,State & Society	Strategy and Organization	4C	EN	BIRHANU Addis Gedefaw	Face-to-face synchronous	B1
5AXD05	5	Discovering Consulting	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	4C	EN	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Face-to-face synchronous	B2
5AXD16	5	Machine Learning for business	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	4C	EN	JAOTOMBO Franck	Hybrid	A1
5AXD28	5	Design of Supply Chain	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	4C	EN	BEN MOHAMED Imen	Face-to-face synchronous	B2
5AXD29	5	Business Statistics & Data Analysis	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	4C	EN	JAOTOMBO Franck	Face-to-face synchronous	B1
5AXD30	5	Introduction to Data Analytics & Bus Int	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	4C	EN	LOEILLET Benoit	Hybrid	A1
5AXD32	5	Generative AI	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	4C	EN	GUIZAR Arturo	Face-to-face synchronous	A1
5AXD42	5	Introduction to Python for Data Analysis	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	4C	EN	KUMAR Ajay	Face-to-face synchronous	A2
5AXD43	5	AI & Business	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	4C	EN	LOEILLET Benoit	Hybrid	B2
5AXF06	5	VBA & Algorithms for Finance	Quantitative finance & economics	4C	EN	KIANI Keyvan	Face-to-face synchronous	B2

5AXF11	5	Introduction to Financial Markets	Quantitative finance & economics	4C	EN	CHEVALIER-ROIGNANT Benoît	Hybrid	B1
5AXF55	5	Financial Macroeconomics	Quantitative finance & economics	4C	EN	MOKHTARI Abdelhassiss	Face-to-face synchronous	B2
5AXH03	5	Managing international teams	Law, Management and Social Sciences	4C	EN	FAUST Catou	Face-to-face synchronous	B2
5AXH10	5	Mastering Survey Data	Law, Management and Social Sciences	4C	EN	SAYRE Gordon	Face-to-face synchronous	A1
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
5AXI01	5	The Entre. Pitch:The Power storytell	Innovation & Entrepreneurship	4C	EN	CLARKE Jean	Hybrid	B1
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
5AXI26	5	Strategic mgnt of techno & innovation	Innovation & Entrepreneurship	4C	EN	PALUBINSKAS Almantas	Face-to-face synchronous	A1
5AXI29	5	Exploring entrepreneurship	Innovation & Entrepreneurship	4C	EN	ARENIUS PIA	Face-to-face synchronous	A2
5AXI30	5	Experiencing entrepreneurship	Innovation & Entrepreneurship	4C	EN	ARENIUS PIA	Face-to-face synchronous	A1
5AXI32	5	Social Entrepreneurship in Action	Innovation & Entrepreneurship	4C	EN	DUBARD BARBOSA Saulo	Face-to-face synchronous	A1
5AXI44	5	Social EntrepreneurshipTheory & Training	Innovation & Entrepreneurship	4C	EN	DUBARD BARBOSA Saulo	Face-to-face synchronous	A2
5AXI45	5	Technology Strategies in Emerging Indus	Innovation & Entrepreneurship	4C	EN	PALUBINSKAS Almantas	Face-to-face synchronous	A2
5AXM04	5	Sales Operation Strategy and Management	Marketing	4C	EN	LATINOVIC Zoran	Face-to-face synchronous	B2
5AXM12	5	Rethinking marketing	Marketing	4C	EN	VICDAN Handan	Face-to-face synchronous	B2
5AXM20	5	Market Studies and Marketing decisions	Marketing	4C	EN	RAIES Karine	Face-to-face synchronous	A1
5AXM23	5	Marketing Strategy	Marketing	4C	EN	MININA JEUNEMAITRE ALISA	Hybrid	B1
5AXM26	5	Marketing analytics	Marketing	4C	EN	GUITART Ivan	Face-to-face synchronous	A1
5AXM52	5	Consumer behavior	Marketing	4C	EN	VICDAN Handan	Hybrid	A2
5AXM58	5	Relationship Marketing	Marketing	4C	EN	RAIES Karine	Hybrid	A2
5AXS12	5	Power and Politics	Law, Management and Social Sciences	4C	EN	SOUIAH Farida	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 precise analysis and implementation of main corporate valuation models. You will use them for both corporate and financial instrument valuations. Developments in financial options are also provided associated with implementation in corporate valuation.

## 5AXA06 – BI and data for performance management

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

Designed for students with a background in management accounting and an interest in performance management, this course provides a practical and analytical exploration of the information systems that underpin strategic, tactical, and operational decision-making. Participants will discover the main Business Intelligence tools available to build effective performance management systems, and develop the ability to select and leverage the most appropriate analytical solutions for handling data, including Big Data. Key questions around ERP systems, data model design, implementation choices, and the broader stakes of these technologies are examined throughout. The skills developed are directly applicable across a range of professional functions, including management control, accounting, finance, and consulting.

## 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

Drawing on key theoretical frameworks such as agency theory, students explore corporate governance mechanisms and their implications for firm behavior and performance. The course examines how ownership structures, board configuration, financial incentives, and corporate regulations shape the way companies are governed, while also engaging with broader issues such as corporate social responsibility, social norms, and top-management compensation. A comparative dimension runs throughout, shedding light on the similarities and differences in governance practices across major jurisdictions including the United States, United Kingdom, Japan, China, and Scandinavia. A basic familiarity with accounting and finance concepts is beneficial to fully engage with the material.

## 5AXA01 – CSR reporting

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

At a time when organizations face mounting pressure to be accountable and transparent, this course offers a thorough grounding in the concepts, frameworks, and tools that underpin CSR and sustainability reporting. Students with a background in accounting, auditing, and CSR will deepen their understanding of how organizations manage and communicate their social and environmental performance to both internal and external stakeholders. The course builds practical skills in analyzing CSR disclosures and working with the reporting instruments available to organizations, while also examining the broader implications that the rise of sustainability reporting will have on the future practice of accounting and auditing.

## 5AXA27 – Entrepreneurial Finance, VC & PE

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

Designed for students with a solid grounding in accounting, corporate finance, and valuation, this course delivers a unified and structured exploration of entrepreneurial finance from both sides of the table. On the demand side, students examine how entrepreneurs identify and sequence their financing needs, evaluate available funding sources, and navigate the critical stages of business planning, transaction valuation, deal structuring, and contract design. On the supply side, the course turns to the venture capital and private equity ecosystem, unpacking its industry structure, key players, and the mechanics of how VC and PE investors operate before, during, and after investments. Students also gain a detailed understanding of fund economics, including legal structures, limited partnership agreements, compensation mechanisms, and cash flow distribution between general and limited partners. The course draws on recent surveys of VC and PE practices in both the US and Europe, and concludes with a rigorous examination of performance measurement in the industry.

## 5AXA50 – Financial Diagnosis

- 5 ECTS
- English course
- Level : advanced
- Instructor : Myriam LYAGOUBI

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 : Woo-Jin CHANG

Building on a fundamental understanding of accounting, students develop the skills needed to read, interpret, and analyze financial statements, a capability just as essential for careers in corporate finance as for those entering the accounting and audit professions. The course covers the core mechanisms of financial accounting, including cash flow, profit and loss, and working capital, while laying the foundations required for financial analysis. Equally relevant for external users of financial statements such as investors and managers, it is broadly recommended for all MSc students. A particular emphasis is placed on the implications of accounting choices for the broader environment, encouraging students to think critically about the real-world impact of financial reporting decisions.

## 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.

## 5AXA08 – Introduction to financial modeling

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Hélène BERTHIER

Building on prior knowledge of financial accounting and corporate finance, this hands-on course introduces students to the fundamentals of Financial Modelling in a professional context. Starting with a solid grounding in Excel, covering the key formulas and functionalities commonly used in internships across Audit, Transaction Services, Private Equity, and Financial Management, students progressively develop the skills to build reliable, flexible, and well-structured financial models. Drawing on examples from both project finance and corporate finance, the course guides students through industry-standard modelling practices, three-statement financial models, and sensitivity analysis, all aimed at answering real business questions. By the end of the course, students will be confident using Excel professionally and equipped with the modelling toolkit expected in any Corporate Finance role.

## 5AXA16 – Management & cost accounting

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

Intended for students who have validated a foundational course in financial and management accounting, this course prepares future managers and management controllers alike to support managerial decision-making and drive firm performance. Students gain a clear understanding of the general principles and objectives of management control, and develop hands-on proficiency with its core tools, including cost analysis, budgeting, and performance dashboards. Whether aiming for a career as a management controller or seeking to strengthen broader general management skills, students learn how Management Accounting and Control Systems (MACS) enable organizations to align operating decisions with corporate objectives.

## 5AXA26 – Practicing Corporate Valuation

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

Grounded in a solid prior knowledge of corporate finance and financial accounting, this course develops genuine corporate valuation expertise through an active and demanding pedagogy that places critical thinking and business modeling at its core. Students learn to implement valuation methodologies while recognizing and evaluating the numerous technical choices involved, ultimately building the ability to critically review valuations produced by professional appraisers or financial analysts. Rather than focusing on theoretical complexity, the course is advanced in terms of workload and rigor, with a strong emphasis on the link between financial modeling, industry dynamics, and company strategy. A significant portion of the work is carried out in teams of up to five students, making effective collaboration a central requirement and an integral part of the learning experience.

# Innovation & Entrepreneurship

## 5AXIII- Climate Strategies for Organisation

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

At a time when climate change has become a defining strategic issue across all sectors, future managers need the frameworks and tools to navigate both the risks of inaction and the opportunities of the low-carbon transition. Drawing on a background in climate change, students engage with real corporate cases, analyze reports and data, and debate strategic options in class, developing the critical and analytical skills needed to design credible climate strategies for organizations. Practical application and collaborative work are central to the course, culminating in a capstone group project in which teams develop a full climate strategy for a chosen company and present it in a live defense. Throughout, students are expected to document their reasoning and decision trade-offs, making their learning process an explicit and visible part of the experience.

## 5AXI02 – Entrepreneurial Principles of World Making

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

Building on foundations in strategy, organizational theory, and entrepreneurship, students explore a fundamental question: how do humans drive change in a world undergoing profound transformations across political, social, economic, and geopolitical dimensions? Rather than treating entrepreneurs as visionary superheroes, the course draws on Saras Sarasvathy's pioneering work on effectuation to show how ordinary people (startup founders, social activists, artists, and scientists alike) apply simple but powerful principles to challenge existing mental models and achieve extraordinary impact. Mental models, understood as the assumptions, beliefs, and values through which we perceive and act upon the world, sit at the heart of the analysis. Through this lens, students learn how effectuation provides a concrete method for navigating uncertainty and driving disruptive change, ultimately equipping them with the tools to identify opportunities, avoid common traps, and contribute meaningfully to world making.

## 5AXI30 – Experiencing entrepreneurship

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

Designed as a direct continuation of an introductory course in entrepreneurship, this immersive experience places students in the shoes of a startup founding team, replicating the pressures and demands of real entrepreneurial life. Working in teams, participants tackle the full spectrum of early-stage business challenges: identifying opportunities, analyzing market data, managing sales strategy, developing production plans, designing compensation packages, handling finances, exploring business models, and pitching for outside capital. The experience is deliberately hyper-immersive, designed to build entrepreneurial reflexes through practice rather than theory.

## 5AXI29 – Exploring entrepreneurship

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

Seen through the eyes of the entrepreneur and founder, this introductory course walks students through the full process of starting a new company. From developing a compelling business idea and building a founding team, to securing funding, managing human capital, and growing a young firm, participants engage with the real and ongoing challenges that entrepreneurs face at every stage. Entrepreneurial marketing and resource management are also central themes, giving students a well-rounded understanding of what it takes to launch and sustain a venture. Students with prior startup experience or who are currently running a business are encouraged to consult the course content in advance to ensure it goes beyond their existing knowledge and competencies.

## 5AXI04– Forecasting for Entrepreneurial Growth

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Ahmed NOFAL

This course introduces students to Forecast Thinking, a strategic framework designed to anticipate and analyze future entrepreneurial outcomes, from new venture growth and scaling to survival and exit. Students will combine forecasting techniques with a deeper understanding of how various interventions shape entrepreneurial trajectories, learning to navigate the complex forces that influence outcomes such as market entry, corporate entrepreneurship, and employee entrepreneurship. By developing a Forecast Thinking mindset, students will gain both the analytical tools and the strategic perspective needed to make informed, forward-looking decisions in a wide range of entrepreneurial and business contexts.

## 5AXI41 – Fundamentals of energy transitions

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

Against the backdrop of a dual crisis, where overconsumption of non-renewable resources and rising greenhouse gas emissions push us against planetary limits, this course equips students with the essential tools to understand how an effective energy transition can be achieved. Starting from the historical transformations of energy systems since the Industrial Revolution, students explore what future transitions could look like through a variety of action frameworks. The course takes a deliberately multi-dimensional approach, combining political, social, and environmental perspectives with precise techno-economic tools to evaluate the effectiveness of real solutions. A second part deepens this understanding through sector-based case studies, giving students a concrete grasp of how energy systems operate in practice. As an introduction to the field of energy, the course demands strong commitment and active participation, including engagement in two dedicated debates.

## 5AXI05 – Immigrant, Minority & Women Entrepreneurship

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

Open to all students regardless of background, this introductory course explores the challenges and opportunities faced by minority and women entrepreneurs, a fast-growing population that plays a critical role in driving innovation, economic growth, and societal change. Starting from the specific circumstances shaped by social, cultural, and economic backgrounds, students examine the real-world barriers these entrepreneurs face and the strategies they develop to overcome them, while also reflecting on their own assumptions and the ways unconscious bias shapes business decisions. The course draws on a rich mix of learning methods, including founder interviews, video and AI analysis, case studies, pitch practice, and interactive activities, combining analytical rigor with hands-on experiential learning. A second part places students in simulated situations such as negotiations and pitching, giving them the opportunity to craft narratives and develop practical skills. Aligned with the UN Sustainable Development Goals, the course ultimately prepares future business professionals, change-makers, and entrepreneurs to lead inclusively, advocate for equity, and apply a diversity-driven mindset to their professional and entrepreneurial endeavors.

## 5AXI18 – Innovation Ecosystem in Emerging Economies.

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

Building on prior knowledge in innovation management and strategy, this course takes a systemic look at innovation processes across the BRIC economies, Brazil, Russia, India, and China, which together account for 33% of global GDP and 19% of world exports. As these countries increasingly shape the global economic landscape, understanding what enables or hinders innovation within their specific political, economic, and institutional contexts becomes essential for any future business leader. Through a comparative lens, students examine the profound transformations of the past decade, from China's shift toward talent-driven competitiveness to the paradox of resource-rich countries that continue to lag in innovation output, shedding light on the new growth dynamics redefining the balance between developed and emerging markets.

## 5AXI08 – Innovation & Entrepreneurship Perspectives

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

Grounded in hands-on experience and designed as an intermediate stepping stone, this course offers a broad and structured introduction to the major domains of Innovation and Entrepreneurship. Students explore multiple perspectives on value creation, ranging from startup and takeover entrepreneurship to corporate entrepreneurship, social entrepreneurship, open innovation, business development, and innovation at the bottom of the pyramid. Rather than pursuing a specific entrepreneurial project, the goal is to help each student develop their own informed perspective on where they want to create impact, and in which domain they see themselves as a future actor. The insights, examples, and expert encounters provided throughout the course, including connections with the emlyon Innovation and Entrepreneurship ecosystem, serve as a foundation for making sound choices when selecting advanced courses in subsequent semesters.

## 5AXI38 – Legal aspects of starting a venture

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

This course provides a practical introduction to the legal and regulatory framework surrounding entrepreneurship in France. Designed for students with no prior legal background, it covers the core business law topics that arise throughout the life cycle of a new venture, from registering a business to understanding the rights and duties of founders. By the end of the course, students will be equipped to identify and address the key legal and regulatory challenges they are likely to encounter as entrepreneurs or participants in the startup ecosystem.

## 5AXI09 – Leveraging Social Networks for Entrepreneurs

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

In a world where the ability to build and leverage key relationships is more critical than ever, this course offers both the theoretical grounding and practical tools needed to develop powerful social networks. Going well beyond the surface-level connectivity of platforms like Facebook or Twitter, students discover how social networks play a decisive role in helping managers and entrepreneurs attract vital resources and advance their businesses or careers. Drawing on theories underlying social network dynamics and combining them with practical application, the course explores how to build meaningful connections, access the right relationships, and navigate the challenges this process can raise. The underlying conviction is simple: connections do not happen by accident, and learning to cultivate them strategically is a skill that can be developed and mastered.

## 5AXI34 – New venture, growth and development

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

With a significant share of new firms failing before their second birthday, understanding how to build and sustain growth is one of the most critical challenges in entrepreneurship. Aimed at future managers, entrepreneurs, and anyone working in growing organizations, this course examines both the opportunities and the pitfalls of new venture development, exploring different types of growth, the circumstances in which each applies, and the dynamics of planning and managing expansion. A particular focus is placed on the transition from entrepreneurial to professional management, a pivotal and often underestimated inflection point in a firm's trajectory. Through analytical frameworks, decision-making tools, and practical techniques, students leave better equipped to minimize the risks of failure, navigate the challenges of rapid growth, and identify the strategies most likely to enhance their venture's prospects.

## 5AXI27 – Organizing Social Innovation

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

As systemic challenges such as climate change, social inequality, and resilience become dominant forces in society and the marketplace, new collective approaches are emerging to tackle them: this is the terrain of social innovation. Open to all students and requiring no prior background, this introductory course covers the fundamentals of social innovation and entrepreneurship across 8 sessions, combining cutting-edge tools, theories, and real-world cases. Students examine how different sectors approach social innovation, explore models for financing and coordinating social change initiatives, and analyze partnerships between businesses, governments, and civil society in pursuit of the UN Sustainable Development Goals and the strategic priorities of the Lyon metropolitan area. Learning is brought to life through debates, simulations, guest speakers, and the analysis of both successful and failed initiatives, drawing on organizations such as Too Good To Go, FairPhone, BlaBlaCar, Patagonia, Danone, and emlyon business school itself. A final project invites students to explore social innovation in Lyon and beyond on their own initiative. The course ultimately prepares students for careers in social impact, corporate social responsibility, impact investing, and leadership across businesses, NGOs, governments, and international organizations.

## 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

Sitting at the intersection of technology management, entrepreneurship, and innovation, this course equips students with the concepts, tools, and techniques needed to create and capture sustainable business opportunities grounded in technological innovation, whether in startups or established organizations. Rather than focusing on business plan writing or company creation, the emphasis is placed on understanding how a firm's strategy, innovation ecosystem, industry dynamics, and regulatory environment shape the success of an innovation and the competitive advantage it can generate. Students engage with assigned readings, papers, and case studies in each session, making active preparation and participation a core expectation. A keen interest in technology and high-tech industries is essential, as the course consistently adopts a long-term value creation perspective to explore what it truly takes to manage and grow a technology-based firm.

## 5AXI45 – Technology Strategies in Emerging Industries

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

Building on a foundational understanding of strategy and innovation, this course equips students with the concepts and tools needed to navigate the unique challenges faced by firms entering and competing in emerging industries. From legitimacy and categorization issues to regulatory hurdles and survival pressures, students will explore why these challenges arise and how companies successfully overcome them. Sitting at the intersection of innovation management and strategic management, the course takes a long-term value creation perspective, preparing students to identify and capture sustainable business opportunities driven by technological innovation, whether in startups or established organizations diversifying into new markets. Students should come with a genuine interest in technology and high-tech industries, and be ready to engage actively with readings, papers, and case studies in each session.

## 5AXI01 – The Entre. Pitch: The Power storytell

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

Few skills are as universally valuable in professional life as the ability to tell a compelling story, and this course is designed to develop exactly that. From crafting a personal identity narrative to using storytelling strategically within organizations, students explore a range of story types and learn how and when to deploy them effectively. A particular focus is placed on entrepreneurial contexts, where the ability to frame a novel idea in a way that resonates with employees, investors, and stakeholders can be decisive for a venture's success. The course balances theoretical foundations, drawing on language-based approaches to understanding organizations, with hands-on practice in both verbal and written storytelling, and examines the power of visual communication alongside the spoken word. Dedicated sessions on presentation skills round out the experience, covering everything from PowerPoint-based formal presentations to online delivery, personal and team performance, voice, and visual impact. These sessions are led by a former television executive producer, bringing a wealth of real-world experience in directing and on-screen communication directly into the classroom.

# Law, Management and Social Sciences

## 5AXH05 – Digital Business Law

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

Building on a foundation in business law, this course examines the legal challenges and implications that arise in a digital ecosystem. Drawing on prior knowledge of contract law, intellectual property, and employment law, students deepen their understanding of how these principles apply in online and digital contexts. Key topics include the legal framework governing data protection and privacy, crowdfunding regulation, international licensing, and the consequences of cross-border intellectual property infringement. Learning is grounded in practical application, with case studies and concrete examples used throughout to connect legal concepts to real-world digital business situations.

## 5AXH13 – European Competition Law

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

When operating internationally, managers and entrepreneurs must navigate the legal consequences of their decisions within an evolving competitive landscape governed by two dominant models: the European Union and the United States. This course enables students to understand the impact of EU competition law on international management and decision-making, using the US model as a historical reference point for comparison. From a firm's perspective, the course focuses on the most pressing practical questions: how to avoid cartels, how to defend a company against competition law challenges, how to structure distribution networks in compliance with competition rules, and how to manage merger and takeover procedures. Through this dual transatlantic lens, students develop a solid understanding of the legal environment in which firms operate and the strategic implications of competition policy for international business.

## 5AXS07 – Managing diversity inclu & belong in org

- 5 ECTS
- English course
- Level : advanced
- Instructor : Michelle MIELLY

This Master's-level course offers an in-depth exploration of diversity, equity, inclusion, and belonging (DEIB) within organizational settings, combining theoretical frameworks with practical tools for driving meaningful change in the workplace. Through eight three-hour sessions, students will examine foundational concepts such as social identity and alterity, before engaging with contemporary issues including globalization's impact on team dynamics, the post-colonial legacy of race and ethnicity, gender in leadership, neurodiversity, and cognitive bias. The course also critically interrogates constructs like meritocracy and positive discrimination, encouraging students to rethink traditional notions of equality and explore corrective equity approaches. Prior professional experience and international exposure are valuable assets for engaging with the course material. By the end, students will be equipped not only to understand the strategic importance of DEIB, but to advocate for and implement inclusive practices that foster genuine belonging and empower every individual to contribute to collective success.

## 5AXH03 – Managing international teams

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

Drawing on the international experiences students bring from their placements abroad, this course develops a rigorous and practical intercultural approach to working across cultural differences. While globalization continues to harmonize certain practices, deeper cultural representations, values, and visions of what is "normal" remain stubbornly distinct, whether across national cultures, generational divides, business cultures, or company cultures in the context of mergers. Starting from students' own questions and experiences, the course provides the theoretical foundations needed to identify major cultural dimensions, pinpoint sources of tension, and find common ground without losing sight of one's own objectives. The goal is to equip each participant with the tools and self-awareness needed to navigate complex intercultural situations with confidence and effectiveness.

## 5AXS12 – Power and Politics

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

Designed for master's students in management with no prior background in political science, this course introduces key concepts from political sociology, political theory, and international relations to help students understand how political structures and dynamics shape, and are shaped by, economic and organizational actors. Starting with an exploration of the state, its origins, functions, and power relative to other actors, the course moves through the three branches of power, voting systems, electoral representation, and political dynamics in both democratic and authoritarian regimes. Social movements, their action repertoires, and their relationships to corporations are also examined, alongside a dedicated focus on media and politics, tracing the evolution from traditional to digital and social media. In its final sessions, the course adopts a global lens to analyze power in international relations, exploring war, conflict, and the limits of intergovernmental cooperation. Throughout, connections are regularly drawn to the corporate world, inviting students to reflect on the political dimensions of economic life. Empirical cases are drawn primarily from Western democracies such as France and the United States, while selected examples from the Global South enrich the comparative and critical dimension of the analysis.

## 5AXS06 – Sciences and Technology in the Anthro.

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

At a time when techno-scientific innovations multiply alongside the controversies they generate, this course equips students with a critical perspective on the relationship between science, technology, society, and power. Students learn to open the "black box" of technology and examine how culture, social structures, and institutions shape the design and use of scientific knowledge, while engaging with pressing tensions such as the production of ignorance for powerful interests, the spread of fake news, and the implications of the Anthropocene. Controversy analysis serves as the central methodological tool, giving students the frameworks to navigate contemporary debates autonomously and reflect on the conditions that enable or hinder technological innovation.

## 5AXH01 – Strategic Human Ressource Managt ONLINE

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

Building on prior knowledge in Human Resource Management and Strategic Management, this course develops students' ability to think critically about how human work contributes to business performance and how to get the best from people in organizations. Grounded in a strategic HRM framework developed by emlyon professors, the course combines individual online learning activities with a paired investigation of the HRM practices of a real company chosen by the students themselves based on data accessibility. This dual structure allows participants to first master the core concepts of strategic HRM independently, before applying them to a concrete organizational context. Webinars and supervised meetings support the learning process throughout, ensuring both conceptual rigor and practical relevance.

# Marketing

## 5AXM53 – Advertising and communication

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

Building on a foundation in marketing fundamentals, this course guides students through the essentials of designing an omnichannel communication strategy and translating it into action through the operational implementation of new digital tools. Theory and practice are closely intertwined, giving students both the strategic frameworks and the hands-on experience needed to navigate today's fast-evolving digital communication landscape.

## 5AXM31 – Branding

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

In a digital and globalized world where branding has become a critical lever of business success, students develop a rigorous and critical understanding of how brands work across consumer markets, B2B environments, NGOs, and even individual personal branding. Going beyond conventional marketing frameworks, the course unpacks the deeper social and cultural processes that drive brand success or failure, and engages with key contemporary challenges including globalization, digitalization, reputation, and social and environmental issues. Through lectures, readings, and assignments, students sharpen their strategic thinking and develop their own informed perspective on what it means to build and manage a brand today.

## 5AXM18 – BtoB Marketing

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

In business-to-business markets, where both suppliers and customers are organizations, marketing takes on a distinct logic that requires specific methods and tools. This course helps students identify the nature of marketing activity in a B2B context and develop the practical skills needed to implement it effectively. A particular focus is placed on value co-creation with and for the customer, a concept that finds especially rich application in B2B exchanges and opens the door to innovative value propositions. By exploring these new fields of application, students prepare themselves for a broader range of sectors and marketing roles, building distinctive knowledge and skills that set them apart in the job market.

## 5AXM52 – Consumer behavior

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

Consumers sit at the heart of all marketing activity, and understanding why and how they behave is essential to designing effective strategy.

Building on the essentials of marketing, this course introduces students to the major concepts and theories in consumer behavior, spanning pre-consumption, consumption, and post-consumption stages, and examines the social and environmental context that shapes what consumers think, feel, and do. Rather than staying at a theoretical level, the course consistently connects these frameworks to real-world applications through assignments and projects, equipping students with the analytical tools needed to translate consumer insights into concrete and impactful marketing decisions.

## 5AXM07 – Consumer experience and service quality.

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

Services dominate modern economies, accounting for the majority of GDP in industrialized nations and generating most new jobs worldwide, making it almost certain that students will spend their careers creating and delivering them. This course traces the fundamental shift from product-oriented to service-oriented marketing, where value no longer resides in the product itself but in the service and experience delivered to the customer. Along the way, it challenges some of the most widely held assumptions in marketing. Is delighting customers always a profitable strategy? Does satisfaction automatically lead to loyalty? Are complaints bad news for a firm? The answers, as this course reveals, are far more nuanced than common wisdom suggests. Through a rigorous examination of concepts such as customer satisfaction, service quality, trust, customer experience, and loyalty, the "Holy Grail" of services marketing, students develop a sophisticated and evidence-based understanding of how value is truly created in a service economy, and what it really means to be customer-oriented.

## 5AXM48 – Digital Marketing

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

In an increasingly digital marketplace, mastering the tools and strategies that drive online customer engagement has become a core competency for any marketing professional. Students learn how to design and implement effective digital campaigns, engage customers across digital channels, and measure performance using the key metrics and analytical techniques available to today's marketers. The course offers a comprehensive and practical overview of the digital marketing landscape, combining strategic thinking with hands-on application.

## 5AXM43 – E-commerce

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

Spanning eight sessions, this course offers a comprehensive introduction to the principles and practices of e-commerce, combining instructor-led lectures with a hands-on group simulation that runs throughout the course. On the lecture side, students explore the full landscape of online business: e-commerce models and business model design, online consumer behavior and customer journeys, A/B testing and data analytics, CRM and email marketing, and even the practical implementation of a chatbot using APIs and large language models. In parallel, student teams compete against each other in a simulation game centered on the marketing of tablets, developing websites, designing advertising campaigns, and analyzing market data to grow their online business. Together, these two complementary strands give students both the conceptual grounding and the practical skills needed to thrive in today's digital marketplace.

## 5AXM56 – Global Purchasing Strategy & Operations

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

In an increasingly competitive business environment, procurement has evolved far beyond cost-cutting to become a strategic lever for risk management, innovation, and corporate social responsibility. This course offers an in-depth exploration of the role procurement plays in business operations and strategic planning, equipping students with both the conceptual frameworks and practical skills needed to manage it effectively. A business simulation places students in the role of Procurement Managers at a manufacturing company, giving them hands-on experience in managing a supplier base and navigating the real-world complexities of procurement decision-making.

## 5AXM59 – International retail management

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

Retail management sits at the intersection of fierce competitive pressure, rapidly evolving consumer habits, and the constant push to integrate new technologies across physical and virtual channels. This course adopts the retail company's perspective to examine the most important decisions and managerial tools available to retailers, exploring them both theoretically and through the analysis of real international retail practices across different sectors. Beyond strategy and operations, the course highlights the entrepreneurial dimension of retail, a sector where innovation is widespread but genuine success remains elusive. Students have the opportunity to apply the concepts learned in class by developing a new and innovative retail concept as part of a team competition with other top international business schools, with idea creation and implementation guidelines serving as the twin pillars of the challenge.

## 5AXM57 – Lifestyles and Markets

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

In open, fluid, and constantly evolving markets, the ability to connect with consumers through lifestyles has become a decisive competitive advantage for brands. This course develops a deep understanding of how companies can analyze contemporary consumer lifestyles and translate that knowledge into successful, holistic market offerings. Drawing on a comprehensive framework and practical analytical tools, students explore a range of key lifestyle market contexts, including fashion, luxury, design, food, counterculture, sports, gaming, and travel, all of which are increasingly global and digitalized. The goal is to foster strategic and critical thinking about branding that is genuinely sensitive to the cultural and social dynamics driving consumer behavior, and that leverages lifestyle as a core driver of brand relevance and success.

## 5AXM41 – Managing Strategic B2B Relationship

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

In B2B markets, the ability to identify, build, and develop strategic partnerships is a critical driver of long-term value creation. This online course examines how companies can manage key relationships from both a sales and procurement perspective, covering the full spectrum from customer and supplier base segmentation to the identification of truly strategic partners. Students explore the processes needed to understand a partner's business strategy, culture, values, and markets, and learn how to position their company as a genuine contributor to that partner's success. Organizational design is also central to the course, with a close look at the role of Key Account Managers, Key Supplier Managers, and the account teams responsible for bringing these strategic relationships to life.

## 5AXM20 – Market Studies and Marketing decisions

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

Grounded in the fundamentals of marketing, this course develops a thorough understanding of the methodologies and tools used to analyze markets and support informed decision-making. Students learn to design and conduct market research, interpret data, and translate findings into effective marketing strategies, drawing on both qualitative and quantitative research techniques. The course also engages with the latest technological innovations, including generative AI, web scraping, and automated text analysis, keeping students at the forefront of a rapidly evolving field. Real-life case studies and group projects run throughout, ensuring that analytical and strategic skills are built through direct application in dynamic and competitive business contexts.

## 5AXM26 – Marketing analytics

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

Tackling four fundamental marketing challenges – customers differ, customers change, competitors react, and resources are limited – this advanced course equips students with the quantitative tools needed for a systematic and analytical approach to marketing decision-making. Using a "Tell-Show-Do" sequence that combines conceptual grounding with hands-on application, students learn to deploy data analytics techniques to solve real-life marketing problems in a scientific and process-driven manner, and to make the ROI case for marketing expenditures that companies increasingly demand of their executives. The course is explicitly quantitative and requires comfort with mathematics, data handling, and coding in R, along with a significant individual investment estimated at around five hours of work per week outside the classroom. Students who commit to this effort will graduate proficient in data analysis and visualization, and equipped to connect analytical insights directly to impactful marketing decisions.

## 5AXM23 – Marketing Strategy

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

Designed for students with a foundation in marketing, this course develops the skills needed for high-level marketing decision-making and the ability to identify and tackle complex strategic challenges. Rather than advocating a single approach, it embraces the diversity of modern marketing thought by exploring two complementary perspectives: decision-focused and cultural marketing strategies. Students learn to compare different schools of thought and select the most appropriate framework for a given situation, applying these concepts through case studies and group assignments that consistently bridge theory with real-world practice.

## 5AXM29 – Media management

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

At a time when the Media and Entertainment industry is undergoing radical transformation, this elective course provides students with the marketing and business foundations needed to understand and navigate this fast-evolving sector. Through the analysis of key players such as Netflix, Disney, Canal+, the major tech platforms, and news and music streaming services, students get acquainted with the dominant trends reshaping the industry, from OTT and cord-cutting to the rise of streaming platforms, and examine how content providers and consumers alike are adapting their habits. Several business cases run throughout the course, developing professional skills such as business sense, analytical thinking, creativity, and teamwork. Aimed at students considering a career in media, entertainment, or consulting, the course is equally valuable for anyone seeking to understand how an entire industry reinvents itself in the face of digital disruption.

## 5AXM24 – Negotiating complex business situations

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Adrian BORBELY

Complex business situations demand negotiation skills that go well beyond the basics, and this intermediate course is designed to develop exactly that. Exchange students with a foundation in negotiation, whether through the fundamental negotiation course or a comparable program at another university, will deepen their practice by building on the Harvard interests-based negotiation method. Familiarity with the core principles of "Getting to Yes" is strongly advised as a starting point. From there, students learn to identify the complexity factors that make real-world negotiations challenging, and acquire the tools needed to overcome them and establish mutually satisfying relationships. The course also addresses the longer-term dimension of negotiated relationships, exploring how negotiation serves not only to draft contracts but also to manage partnerships over time, particularly when they become conflict-prone. Students are additionally introduced to mediation and other facilitating techniques, rounding out a practical and comprehensive skill set for navigating high-stakes professional negotiations.

## 5AXM02 – Personal Selling in the Contemporary Era

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

In an era where artificial intelligence is reshaping the sales landscape, this course offers a comprehensive exploration of personal selling that integrates both theoretical foundations and managerial perspectives. Centered on relationship and consultative selling, students develop a solid understanding of the key strategies underpinning the personal selling process: relationship, product, customer, and presentation strategies. The course also equips students with globally applicable competencies in adaptive, customer-oriented, and value-based selling, while addressing ethics, communication, and presentation skills. A particular emphasis is placed on the role of AI as a facilitator rather than a substitute for human sales behavior, showcasing how technology enhances sales effectiveness, engagement, and adaptiveness to customer and market needs across the stages of the selling process. Learning draws on a rich mix of methods including interactive lectures, case studies, role-plays, guest speakers from academia and industry, and a team project with student presentations, all designed to prepare students for contemporary and cross-cultural sales contexts.

## 5AXM58 – Relationship Marketing

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

At a time when building lasting customer-brand connections has become a strategic priority across all industries, this course offers a thorough grounding in relationship marketing and its role in fostering loyalty and long-term engagement. Going beyond the transactional logic of conventional marketing, students explore the complexity and heterogeneity of customer relationships across a variety of contexts and offerings, with value as the central organizing concept. The course examines what defines a valuable relationship, its key components, and the pathways to create it, while also integrating recent technological developments including digital media and artificial intelligence approaches in marketing. Two dedicated sessions with an expert focus on the practical design of customer relationships using a CRM tool, giving students hands-on experience that bridges theory and real-world application.

## 5AXM12 – Rethinking marketing

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

Grounded in the essentials of marketing, this course challenges conventional marketing thought and invites students to critically rethink its central tenets at a time when the discipline is undergoing substantial transformation. Students develop an analytical understanding of contemporary marketing systems and practices through the lens of marketplace power relations, exploring issues such as consumer empowerment and resistance, anti-consumption, critical approaches to sustainable and green consumption, social marketing, and ethical questions in branding and communication. New market research techniques are also examined, equipping students with both the critical frameworks and practical tools needed to navigate the complexities of modern marketing with rigor and perspective.

## 5AXM04 – Sales operation strategy and management

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

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

For students with a foundation in marketing principles and a working knowledge of Excel, this course offers a practical and strategic approach to managing a brand's presence across major social platforms including Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn, and X. Students learn to analyze the social media landscape, conduct audits, and design creative, goal-driven content aligned with brand identity, while building a full social media marketing plan complete with KPIs and funnel logic. The course also covers social media advertising and influencer marketing, exploring formats, targeting, budgeting, and partnership strategies. In a final phase, students dive into analytics to track performance and develop community management skills through engagement and moderation strategies. Throughout, hands-on projects ensure that theory is consistently translated into practice, preparing students to manage social media efforts with creativity, structure, and measurable impact.

## 5AXM45 – Trade Marketing & Category management

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

In a world reshaped by globalization, new technologies, and shifting consumer behaviors, getting products to market effectively has never been more complex or more strategic. This elective course offers a broad understanding of how organizations build and manage their access to markets, adopting the perspective of a manufacturing company to explore the full range of methodologies designed to overcome the barriers between a firm and its final customers. Channel management, supplier-retailer cooperation, trade marketing, category management, and in-store sales activation are among the core topics covered, with the FMCG industry as a primary reference point before extending to other sectors. Students also learn how companies use panel data to inform decisions that impact product sales, making the course particularly relevant for those targeting roles such as product and brand manager, trade marketing manager, or retail manager.

# Operations, Data and Artificial Intelligence for business

## 5AXD40 – Advanced Machine Learning Technique

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

Building on the foundations acquired in *Principles and Elementary Models (7MPPEM)*, this course offers an in-depth exploration of advanced machine learning techniques, including Ensemble Tree methods such as Random Forests, Support Vector Machines, and various Boosted Tree algorithms. Students will also go further into unsupervised learning and dive deeply into frequent pattern mining and market basket analysis. A solid command of Python, particularly Pandas and NumPy, is expected to follow the course effectively.

## 5AXD54 – Advanced statistics for data science

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

For students with a solid grounding in introductory statistics, this course provides a rigorous foundation in multivariate data analysis. The first part focuses on the main techniques of exploratory statistics, while the second part introduces three essential approaches to statistical modeling. Together, these two complementary components equip students with the analytical toolkit needed to handle complex, real-world datasets and draw meaningful insights from them.

## 5AXD43 – AI & Business

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

At a time when artificial intelligence is fundamentally transforming the way business is conducted, this course provides students with a solid grounding in the fundamentals of AI and a concrete understanding of its applications across industries. Through interactive discussions and group work, students explore the added value of AI tools while critically examining the challenges their implementation raises, including ethical issues, biases, fraud, and risk analysis. The course is designed to develop both analytical awareness and a capacity for informed, responsible thinking about the role of AI in contemporary business environments.

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

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

For students with a foundation in machine learning and Python-based data science, this course offers a thorough hands-on introduction to text mining and Natural Language Processing, two fields at the heart of current developments in products, services, and marketing. Each session follows a consistent structure: a conceptual presentation of the method, a live illustration, and hands-on application on real or toy datasets. Topics covered include information extraction and web scraping, sentiment analysis and text classification, topic modeling and text clustering, and machine learning and deep learning applied to text data, including text generation and summarization. Drawing on state-of-the-art transformer models such as BERT and GPT, the course equips students with both the theoretical understanding and practical skills needed to harness the power of text data in real business contexts.

## 5AXD57 – Big Data & Cloud Computing

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

This hands-on course provides a business-oriented introduction to Big Data analytics and Cloud Computing, with a strong focus on Amazon Web Services (AWS) and Apache Hadoop. Students will learn how data is stored, processed, and leveraged at scale to support data-driven decision-making, while also developing an understanding of the strategic, practical, and ethical dimensions of cloud infrastructure. By the end of the course, students will be able to design and deploy scalable data solutions, and evaluate the cost, performance, and business impact of cloud-based systems in real-world organizational contexts.

## 5AXD25- Business analytics

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

At the intersection of data science and business decision-making, this course introduces students to the core disciplines and technologies of business analytics. Covering descriptive, predictive, and prescriptive analytics, it equips students with the tools to process historical business data, identify trends, patterns, and root causes, and translate analytical insights into smarter, data-driven decisions. A basic understanding of business and statistics is recommended, and familiarity with Python is a plus, as the course combines conceptual grounding with practical application to prepare students for the realities of modern data-driven organizations.

## 5AXD29 – Business Statistics & Data Analysis

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

Designed for students who wish to pursue a more quantitative-oriented curriculum in areas such as data science, quantitative marketing, finance and econometrics, or organizational behavior, this course builds on the foundations of introductory statistics to develop the minimum required skills in data analysis. Combining lectures with hands-on lab sessions using a statistics software selected by the pedagogical team, students deepen their understanding of key analytical methods and gain the practical proficiency needed to engage confidently with more advanced quantitative courses and specializations.

## 5AXD44 – Dashboarding

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

As companies accumulate ever-growing volumes of data, the ability to visualize and communicate that data effectively has become an essential business skill. Sitting at the intersection of business intelligence and data communication, this course bridges the gap between Excel-based visualization and the more powerful capabilities offered by modern BI tools, without requiring any coding expertise. Spanning 24 hours across four parts, students are introduced to the fundamentals of data visualization and business intelligence, develop hands-on proficiency with Power BI, and explore UX/UI design principles applied to dashboarding, before learning how to communicate their findings through data storytelling. Real case studies run throughout, ensuring that technical skills are consistently applied in concrete business contexts and that students leave equipped to design, build, and present impactful dashboards to professional audiences.

## 5AXD33 – Data mining

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

As the capstone of the data analyst track, this hands-on course brings together the concepts and methods developed across the three preceding courses and puts them into practice through applied data mining. Students with an initial grounding in Python programming will explore the broader data environment while consolidating their analytical toolkit through concrete applications, making this course the culminating hands-on experience of the full track.

## 5AXD58 – Decarbonisation: from theory to practice

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Jean-Baptiste VAUJOUR

Accessible to all students, though benefiting those with a background in accounting, strategy, or operations management, this course covers the full chain of decarbonisation from end to end. Starting with carbon accounting and building up to the design of a comprehensive company transformation plan, the course navigates fluidly between the micro level of firm-based action and the macro level of carbon markets and public policy. The result is a holistic and actionable understanding of what it truly takes to drive meaningful decarbonisation in a business context.

## 5AXD31 – Deep Learning

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

For students comfortable with Python programming and grounded in the fundamentals of calculus, linear algebra, and probability, this course offers a rigorous introduction to artificial and deep neural networks and their applications across image classification, speech recognition, and natural language processing. Starting from the basics of learning and optimization in artificial neural networks, the course progressively covers the most widely used deep learning architectures, including Feed Forward, Convolutional, and Recurrent Neural Networks. All coding is done in the Jupyter Notebook environment using the PyTorch library, ensuring that theoretical understanding is consistently paired with hands-on implementation. By the end of the course, students are expected to have a solid familiarity with deep learning and the ability to apply it confidently to a variety of real-world AI tasks.

## 5AXD28 – Design of Supply Chain

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

For students with a foundation in linear programming and supply chain management, this course develops the analytical skills needed to design efficient and robust supply chain networks using a modeling and optimization approach. Supply chain network design involves strategic decisions at the highest level of management, encompassing resource investment, policy-making, risk management, and the long-term impact of structural choices on firm value. At the same time, these decisions directly constrain the day-to-day procurement, production, and distribution operations that ultimately determine return on investment. Through mathematical-based decision-making techniques, students are trained in analytical rigor and abstraction, equipping them to design supply chain networks, analyze complex managerial situations, and derive actionable insights relevant to their future roles as managers.

## 5AXD21 – Digital business models

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

Against a backdrop of rapid digitization transforming sectors from retail to news media, understanding the distinctive features of the digital economy has become essential for designing innovative and high-impact business models. Drawing on a basic knowledge of economics and digital marketing, students explore the characteristics of digital business models and the conditions under which companies and entrepreneurs can successfully design and implement them. A particular focus is placed on the business models and methods underlying the development of innovative applications built on digital platforms and artificial intelligence, equipping students with the conceptual tools needed to navigate and create value in the digital economy.

## 5AXD05 – Discovering consulting

- 5 ECTS
- English course
- Level : beginner
- Instructor : Jean-Baptiste VAUJOUR

Designed to dispel misconceptions and provide a realistic view of the consulting profession, this course offers a clear and accessible exploration of the field. It examines the full spectrum of consulting work, from the structure and nature of missions to the daily activities and competencies required of consultants, as well as the organization, functioning, and talent management practices of consulting firms. Students also gain insight into the broader consulting sector, its key players, market positioning, and emerging challenges. Through these perspectives and exchanges with industry professionals, the course enables each student to clarify their motivations, identify the assets they can bring to recruiters, and determine whether consulting aligns with their professional ambitions.

## 5AXD32 – Generative AI

- 5 ECTS
- English course
- Level : beginner
- Instructor : Arturo GUIZAR

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.

## 5AXD59 – International Project Finance & Management

- 5 ECTS
- English course
- Level : intermediate
- Instructor : Jean-Baptiste VAUJOUR

Open to all students, though a basic understanding of accounting and corporate finance is a helpful foundation, this course introduces the design, structuring, financing, and management of international projects through the lens of project finance techniques. With a primary focus on the infrastructure and energy sectors, students gain a concrete understanding of how large-scale projects are conceived, funded, and managed in complex international environments.

## 5AXD30 – Introduction to Data Analytics & Bus Int

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

Designed to place students in the shoes of a data analyst within a company or organization, this course provides a practical introduction to what data is and how to drive a full data analysis from a dataset. Through a no-code interface tool, students work through each step of the data analysis process, from data cleaning and quality assessment to data manipulation, exploration, visualization, dashboarding, reporting, and storytelling. Along the way, the course also explores the role of information systems and business intelligence in organizations. The experience culminates in a concrete analysis of a real dataset drawn from a defined case study, giving students a tangible and applicable output to take away from the course.

## 5AXD42 – Introduction to Python for Data Analysis

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

In a job market where Python-based data analysis has become a core competency for roles in market research, business strategy, and data science, this course prepares students for entry-level positions such as Business Analyst or Data Analyst. Through hands-on engagement with Python programming applied to real data analysis tasks, students develop the practical skills needed to hit the ground running in a professional environment where working with data is part of the daily routine.

## 5AXD53 – IS & databases

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

For students with general analytical skills and an eagerness to work with data, this course provides the essential tools needed to navigate information systems and extract value from relational databases. Through practical, business-oriented exercises and hands-on problem-solving, students learn to explore, manipulate, clean, and extract datasets using SQL, tackling the kinds of real-world challenges that analysts face on a daily basis. Ideal for those looking to kick-start a career in data science, the course builds a solid and immediately applicable foundation in database management and querying.

## 5AXD50 – Logistics management

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

For students with a foundation in calculus and a genuine interest in logistics or related industries, this course provides a comprehensive introduction to logistics management as a core component of the supply chain. From forecasting logistics requirements and designing networks to solving inventory management problems, operating warehouses, and planning both long-haul and short-haul freight transportation, the course covers the full spectrum of logistics decisions that companies face in practice. A particular emphasis is placed on optimization methods and case analysis, equipping students with the tools and techniques needed to tackle real-world logistics challenges and bridge the gap between theory and implementation.

## 5AXD16 – Machine Learning for business

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

Requiring no formal prerequisites beyond a willingness to learn basic Python coding and a readiness to put in genuine effort, this hands-on course offers a practical introduction to machine learning for business applications. Each session is split between conceptual content covering the main machine learning principles and algorithms, and interactive hands-on exercises using real-life and toy datasets with Python's Pandas and Scikit-Learn libraries. A running individual or group project threads through the entire course, giving students the opportunity to apply what they learn in a sustained and concrete way, and to leave with a tangible piece of work that reflects their growing machine learning skills.

## 5AXD51 – Operations Strategy

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

For students with a genuine interest in operations management and ideally some prior professional or case-discussion experience, this course reframes manufacturing and service operations as strategic competitive weapons rather than purely functional areas driven by cost minimization or revenue maximization. Students develop a unifying framework for analyzing strategic issues across both manufacturing and service contexts, examining how organizations create value by managing operational complexity and uncertainty. The course also explores the relationships between companies and their suppliers, customers, and competitors, and investigates the key dimensions of competition including cost, quality, flexibility, price, and innovation.

# Quantitative finance & economics

## 5AXF33 – Commodities and Credit Derivatives

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

For students with a foundation in stochastic calculus, this course provides a rigorous introduction to commodity and credit markets, the financial products traded on them, and the mathematical models used to price and manage them. On the commodity side, students explore key market features such as Contango, Backwardation, and the Samuelson Effect across oil, electricity, metals, and agricultural markets, pricing instruments from forwards and futures to exotic options such as calendar spread and swing options. On the credit side, CDS and CDOs are examined in detail alongside the core concepts of structured finance, the dynamics of the 2007-2008 credit crunch, and the role of rating agencies. Several models are implemented in Excel and VBA, giving students hands-on insight into how these tools are applied across investment banks, commodity trading houses, insurance companies, and hedge funds.

## 5AXF31 – Derivatives

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

For students with a solid grounding in financial markets and probability, and comfortable with calculus, random variables, and probability distributions, this advanced course introduces the theory of option pricing and its applications in financial economics. Starting with a brief revision of asset-pricing theory, the course progressively covers the characterization of derivative types from linear to nonlinear, the economic foundations of option pricing through state-preference theory and no-arbitrage pricing, and the pricing of forwards, futures, European options via the Black-Scholes-Merton framework, and American options. New mathematical concepts including stochastic processes and partial differential equations are introduced gradually throughout. The course concludes by applying option-pricing techniques to corporate finance, offering students a powerful and unified analytical framework for tackling complex problems at the frontier of financial economics.

## 5AXF20 – Economic Foundations For Strategy

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

For students with a grounding in introductory microeconomics and a taste for algebraic reasoning and formal theoretical models, this intermediate course applies microeconomic concepts to real-world business and strategy issues. Designed with future business consultants and industry analysts in mind, it develops the ability to understand and characterize the strategic behaviors of firms across a range of industries, examining the economic drivers behind observed industry structures and key business decisions. Analytical skills are built through formal exercises with detailed solutions and short case studies, while selected academic readings broaden students' economic culture. Throughout, the course maintains a rigorous yet applied approach, consistently bridging theoretical models and the concrete realities of competitive markets.

## 5AXF23– Economic modelling for Strategy

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

Picking up where the Economic Foundations for Strategy course left off, this module extends the microeconomic toolkit to explore a new set of strategic problems, again addressed through formal economic models. A key distinction from its predecessor is the introduction of dynamic and uncertainty components, which add a layer of complexity and realism to the analysis. Rather than examining strategic decisions as static one-shot interactions, the module considers how firms act and react over time, taking into account the irreversibility of certain choices and the unpredictability of future conditions. Topics covered include capacity choices, strategic commitments, real options, and innovation, offering students a richer and more nuanced framework for understanding how firms navigate high-stakes strategic decisions in competitive and uncertain environments.

## 5AXF05 – Economics of digital ecosystems

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

Platforms connecting people and creating value are now ubiquitous across the digital economy, from the most dynamic startups to the world's largest corporations, yet the same firms once celebrated as innovators are increasingly scrutinized for the market power they have accumulated. Drawing on introductory economics, this course uses tools and models from industrial organization to shed light on the economic principles governing platforms and the digital economy: how they arise and function, the strategies firms pursue in online environments, and the regulatory challenges posed by data use and competition. Students develop a rigorous analytical framework for understanding one of the most consequential and contested areas of contemporary business and economic policy.

## 5AXF55– Financial Macroeconomics

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

For students with a foundation in macroeconomics, this course explores the intricate relationship between the macro-economy and the financial system. Starting with National Income Accounting, Balance of Payments Accounting, and the interest rate matrix, it examines the economic functions of key financial institutions including banks, shadow banks, and insurance companies. The course then turns to monetary policy, unpacking the demand for money, how central banks operate, how money is created, and how interest rates are determined through the interbank market. A final focus on exchange rate determination and its implications for macroeconomic policy and financial asset prices rounds out a comprehensive and interconnected view of how financial and macroeconomic forces shape one another.

## 5AXF37 – Fixed Income: cash flow valuation & hedg

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

Designed for students with no prior background in fixed income but comfortable with basic calculus, this course provides a structured and accessible overview of the key concepts and tools used in fixed income markets. Across four parts, students are introduced to fixed income markets and their core securities, explore the main interest rate definitions and actualization techniques in depth, develop the tools needed to manage bond portfolios and interest rate risk through the concepts of price, duration, and convexity, and conclude with an examination of forward rates and the term structure of interest rates. Exercises and homework assignments run throughout, ensuring that the main concepts are solidified through regular practical application.

## 5AXF10 – Green Finance – Concepts & Quantitatives

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

For students with a solid grounding in finance, including familiarity with concepts such as WACC and CAPM, this technical course provides the knowledge and tools needed to understand the rapidly evolving landscape of sustainable finance. The first part focuses on corporate finance, examining the implications of greener financing models on a company's funding strategy and broader organization, before turning to the impact of green finance on the banking sector. The second part shifts perspective to the investor, whether retail or institutional, exploring the tools and concepts needed to assess and invest in sustainable financial products with a clear understanding of their risks. Data, preferences, and performance serve as the central organizing concepts throughout, with data analysis playing an increasing role in the latter sessions.

## 5AXF15– Introduction to financial markets

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

Strong foundations in accounting and finance, ideally complemented by some exposure to financial markets during internships, are the ideal starting point for this course, which offers an objective and comprehensive account of how financial markets work and the role they play in modern economies. Students explore the diversity of asset classes and investor profiles, and revisit key concepts from finance theory, from asset valuation to asset allocation, that are essential for deciphering the inner workings of financial markets. Viewed as a building block for those wishing to pursue a career in market finance, the course provides both the conceptual grounding and the broader perspective needed to engage confidently with more advanced modules in the field.

## 5AXF27 – Portfolio management

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

At a time when the relentless rise of passive funds and ETFs is reshaping the investment management industry, understanding Modern Portfolio Theory has never been more relevant. This course places MPT at its core, exploring the theoretical foundations of passive investing through key concepts such as diversification, the Capital Asset Pricing Model, and the Arbitrage Pricing Theory. Students develop the ability to apply and implement asset selection and pricing models, evaluate manager performance using metrics such as the Sharpe and information ratios, and understand how investment products such as index funds and Smart Beta are built. The course also examines market efficiency and its critique by behavioral finance, situating the active versus passive management debate in both theoretical and practical terms. Excel is used extensively throughout, culminating in a group assignment requiring students to build an asset allocation tool. A solid grounding in financial markets, basic statistics, and matrix algebra is expected, and the course additionally covers the Portfolio Management topics of the CFA curriculum at Level I and most of Level II.

## 5AXF36 – Probabilities for Finance

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

Grounded in calculus and basic probability theory, this course offers a rigorous mathematical introduction to the modelling of financial products including stocks, bonds, and derivatives. The centerpiece is the celebrated Black-Scholes-Merton model, whose understanding requires the progressive introduction of a rich set of mathematical tools: probability measures, random variables, stochastic processes, the Ito stochastic integral, and stochastic differential equations. Throughout, the mathematical development is consistently anchored in financial intuition, with concrete examples covering concepts such as drift and volatility, the Greeks of an option, and the Cox-Ross-Rubinstein binomial tree. The course culminates in the derivation of the Black-Scholes formula, equipping students with the theoretical foundation and practical techniques needed to apply financial models in the real world. Serving as a prerequisite for many advanced finance courses, the skills developed are directly applicable across a wide range of careers in banking, insurance, investment, and risk management.

## 5AXF03 – Quantum Technologies & its business app

- 5 ECTS
- English course
- Level : advanced
- Instructor : Gaetan BAKALLI

For students comfortable with complex numbers, linear algebra, and Python programming, this course offers both a theoretical and applied introduction to the fundamentals of quantum computing. Starting from the core principles that distinguish quantum systems from classical ones, students develop a solid conceptual understanding of how quantum computation works, while also gaining hands-on experience with its practical implementation. The course bridges the gap between abstract theory and real-world application, equipping students with the essential toolkit to engage with one of the most promising and rapidly evolving fields at the frontier of computer science and physics.

## 5AXF02 – Risk management of banks & insurance co

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

Designed for students with a solid foundation in corporate finance, accounting, statistics, and financial markets, this course provides a comprehensive overview of risk management and measurement as practiced in financial institutions such as banks and insurance companies. The first part develops a solid grounding in the nature of the risks undertaken by these institutions, their business implications, and their strategic consequences. The second part turns to the current regulatory landscape, equipping students with a working knowledge of the Basel 3 and Solvency 2 frameworks and preparing them to contribute to risk computation teams responsible for ensuring regulatory compliance, including rules pertaining to green assets. The insurance dimension of the course focuses on understanding the specificities of insurance markets and the identification and quantification of the risks carried by insurers. Delivered online via Teams or Zoom, the course is part of a four-course track that students are strongly encouraged to follow in its entirety.

# Strategy and Organization

## 5AXI06 – Culture & Business in India

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

With 1.4 billion people and growing geopolitical weight, India can no longer be overlooked, yet it remains consistently underrepresented in Western business education. This course offers an introduction to Indian business culture while pursuing a deeper ambition: learning from India, not just about it. By exploring its history, religion, economics, and social innovation, students are invited to decenter their thinking and engage with radical cultural difference. Far beyond familiar clichés, India emerges as a hub of innovation offering business models that address pressing global challenges such as scarcity, inequality, and climate change. Open-mindedness, curiosity, and intellectual humility are the only prerequisites required.

## 5AXB15 – Economic Strategy and Competitiveness

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

In an increasingly unpredictable global economy, the ability to think strategically about the future is no longer a luxury but a necessity for any decision-maker. Open to a maximum of 40 curious and collaborative students, this course builds economic strategic thinking grounded in competitiveness studies and social progress, helping participants develop a sharper understanding of the latest economic, social, and technological dynamics shaping the world around us. Challenging the myth that consultants and entrepreneurs need only focus on firms, the course broadens the lens to embrace a peripheral vision of territories and global trends, equipping students with the strategic awareness needed to stay vigilant in a turbulent environment. Rooted in the fundamentals of macro and microeconomics, which are reviewed in the first session for those who need a refresher, this course serves as a cornerstone for young professionals with ambitions in consulting or entrepreneurship.

## 5AXB13 – Global Strategy

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

Grounded in strategic management, this course addresses the central questions facing firms, and multinational enterprises in particular, in an increasingly global environment. Structured across three modules, it first examines the motivations behind international expansion, the opportunities and challenges of internationalization, and three generic strategies for global value creation. The second module tackles fundamental topics in global strategy, covering frameworks for assessing potential locations, the timing of foreign entry, and the organizational dimensions of internationalization including entry modes and the dual pressures of global integration and local responsiveness. The third module turns to two major challenges facing MNEs today: managing innovation activities across borders to sustain competitive advantage, and crafting winning strategies in emerging markets, including the growing role of MNEs originating from these markets in global competition.

## 5AXB04 – Leading Strategic Change

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

Intended for students with a foundational grounding in strategic management and a strong command of English, this course prepares participants to understand and lead strategic change across organizations of all types, whether for-profit, non-profit, public, small, or large. Integrating strategic analysis with organizational analysis, it examines the interplay between environment, positioning, resources, power relations, culture, and organizational design in the context of change. Key questions addressed include what prompts organizations to change, how to recognize and manage resistance, whether organizational design is aligned with strategic direction, and how to navigate cultural clashes following a merger. Theory and applied cases alternate throughout, with pedagogical cases complemented by presentations from external guest speakers. A final assignment invites students to lead a change initiative at their own scale, whether in a student association, family business, internship organization, or personal environment, making the learning experience both concrete and personally meaningful.

## 5AXB14 – Nonmarket Strategy: Firm, State & Society

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

Taking business strategy as its foundation, this course challenges two assumptions that underpin conventional competitive strategy: that the rules of the game are exogenous, and that they function well. Rather than confining strategy to the market domain, it examines how institutions are endogenously shaped by the interactions between firms and non-market actors, and how inefficiencies in these institutions create both risks and opportunities. Students learn how firms can gain competitive advantage, in both the short and long run, by engaging strategically with the non-market environment, whether individually or collectively. With a specific focus on the state, regulators, and organized interest groups, the course equips students with frameworks for analyzing the non-market environment, understanding when and how firms should engage with it, and assessing the performance consequences of doing so.

## 5AXB20 – Strategic Networks

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

Rather than treating firms as isolated entities, this course invites students to understand firm behavior and performance through the lens of interorganizational networks. Across three interconnected components, students first develop a solid command of network analysis concepts, from nodes and ties to structural holes, brokerage, network density, and diffusion dynamics. The second component explores different types of strategically meaningful interfirm relationships, including strategic alliances, board interlocks, and top management connections, grounding abstract concepts in real-world examples. The third component brings everything together through practical case applications, enabling students to analyze a single firm's connections, map an industry structure, or evaluate an ecosystem. A strong command of English and a basic understanding of strategic management are recommended to fully engage with the course material.

## 5AXB08 – Sustainable Corporate Governance

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

With a grounding in corporate organization, stakeholder dynamics, and basic accounting and finance, students are well positioned to engage with this introductory course on corporate and organizational governance and its relationship to long-term, sustainable value creation. Fundamental governance concepts are defined and examined, with a focus on how governance mechanisms operate and how they influence strategy and performance. Adopting a systemic perspective, the course works from the premise that an organization's governance system is deeply linked to its performance, a relationship that is neither simple nor linear. Students develop the analytical tools needed to characterize and critically appraise the governance system of any given organization, and to assess its impact on long-term value creation and sustainability.

# Catalogue des cours électifs

## ***Elective Course Catalogue***

2026 – 2027



# Calendrier académique 2026 – 2027

## Semestre d'automne

Du **31 août** au **18 décembre**

Divisé entre

CYCLE 1

31 août

21 octobre

CYCLE 2

26 octobre

18 décembre

## Semestre de printemps

Du **5 janvier** au **30 avril**

Divisé entre

CYCLE 3

5 janvier

27 février

CYCLE 4

4 mars

30 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**.

Le **créneau C1** ne concerne pas les étudiants en échange et ne leur sera pas proposé.

## Cours électifs en français – 26/27

👉 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
5AXA10	5	Contrôle de gestion	Accounting and Corporate Finance	1C	FR	LOISON Marie-Claire	Présentiel synchrone	B1
5AXA12	5	Inégalités, féminismes et organisations	Accounting and Corporate Finance	1C	FR	NORTIER Edwige	Présentiel synchrone	B2
5AXA24	5	Trésorerie & financements internat.	Accounting and Corporate Finance	1C	FR	MAHERAULT Loic	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	Hybride	B1
5AXA40	5	Fin structurés : actif, projet & LBO	Accounting and Corporate Finance	1C	FR	BEQQALI Mehdi	Présentiel synchrone	A1
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	Présentiel synchrone	A1
5AXA51	5	Finance d'entreprise avancée I	Accounting and Corporate Finance	1C	FR	BELZE Loïc	Présentiel synchrone	B1
5AXA60	5	Finance Islamique et Ethique	Accounting and Corporate Finance	1C	FR	KAHLOUL Anouar	Présentiel synchrone	A1
5AXB02	5	Manager par le travail réel	Strategy and Organization	1C	FR	REVUE Charles	Online 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	Online asynchrone	ONL
5AXD04	5	VBA pour l'entreprise	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	1C	FR	BILLOUARD FUENTES Delphine	Hybride	B2
5AXD06	5	Découverte des métiers du conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	1C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Présentiel synchrone	A2
5AXD06	5	Découverte des métiers du conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	1C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Présentiel synchrone	B1
5AXD09	5	Logistique Internationale	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	1C	FR	NAGATI Haithem	Hybride	B2
5AXD22	5	Prépa au recrutement dans le conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	1C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Hybride	B1
5AXD22	5	Prépa au recrutement dans le conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	1C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Hybride	B2
5AXD46	5	Méthodes et outils du conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	1C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Hybride	B1
5AXD46	5	Méthodes et outils du conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	1C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Hybride	B2
5AXF07	5	Energétique environnementale	Quantitative finance & economics	1C	FR	LE COURTOIS Olivier	Présentiel synchrone	A2
5AXH02	5	Management Stratégique des RH	Law, Management and Social Sciences	1C	FR	JACOB Marie-Rachel	Online asynchrone	ONL
5AXH08	5	Droit du travail	Law, Management and Social Sciences	1C	FR	FERON Bastien	Online asynchrone	ONL
5AXH19	5	Le manager émotionnellement intelligent	Law, Management and Social Sciences	1C	FR	HAAG Christophe	Distanciel synchrone	A2
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
5AXM28	5	Management des medias	Marketing	1C	FR	RAIES Karine	Présentiel synchrone	B1
5AXM30	5	Marketing BtoB	Marketing	1C	FR	PARDO Catherine	Présentiel synchrone	B1
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	Marketing pour entrepreneurs	Marketing	1C	FR	RIOU Alice	Présentiel synchrone	B1
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	A1
5AXA38	5	Contrôle interne et Risk Management	Accounting and Corporate Finance	2C	FR	CHAPPOTTEAU Georges	Hybride	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	Présentiel synchrone	A2
5AXA49	5	Diagnostic Financier	Accounting and Corporate Finance	2C	FR	LYAGOUBI Myriam	Présentiel synchrone	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
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	A1
5AXD04	5	VBA pour l'entreprise	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	2C	FR	BILLOUARD FUENTES Delphine	Hybride	A1
5AXD06	5	Découverte des métiers du conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	2C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Présentiel synchrone	B2
5AXD06	5	Découverte des métiers du conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	2C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Présentiel synchrone	A1
5AXD06	5	Découverte des métiers du conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	2C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Présentiel synchrone	B1
5AXD22	5	Prépa au recrutement dans le conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	2C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Hybride	A2
5AXD22	5	Prépa au recrutement dans le conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	2C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Hybride	B1
5AXD22	5	Prépa au recrutement dans le conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	2C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Hybride	A1
5AXD46	5	Méthodes et outils du conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	2C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Hybride	A1
5AXD46	5	Méthodes et outils du conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	2C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Hybride	B2

5AXD46	5	Méthodes et outils du conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	2C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Hybride	A2
5AXD52	5	Conseil en Transformation et Innovations	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	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	Risque géopolitique : méthode & pratique	Strategy and Organization	2C	FR	BELHOSTE Nathalie	Présentiel synchrone	A2
5AXH02	5	Management Stratégique des RH	Law, Management and Social Sciences	2C	FR	JACOB Marie-Rachel	Online asynchrone	ONL
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
5AXH09	5	Mgmt de la propriété intellectuelle	Law, Management and Social Sciences	2C	FR	QUIQUEREZ ALEXANDRE	Présentiel synchrone	B1
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	A2
5AXH21	5	Leadership pour un nouveau monde : v.n.p	Law, Management and Social Sciences	2C	FR	NASR Mohamed Ikram	Présentiel synchrone	B2
5AXH26	5	Droit des Sociétés	Law, Management and Social Sciences	2C	FR	ROMANO ANNIKA	Présentiel synchrone	B1
5AXI28	1	Challenge de l'Innovation	Innovation & Entrepreneurship	2C	FR	MOORE Rickie	Présentiel synchrone	
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	Présentiel synchrone	B1
5AXM60	5	Marketing pour entrepreneurs	Marketing	2C	FR	RIOU Alice	Présentiel synchrone	A1
5AXS04	5	Penser l'Humain : Philosophie et Managt.	Accounting and Corporate Finance	2C	FR	PUYOU François-Régis	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	B1

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	BEQQALI Mehdi	Présentiel synchrone	B2
5AXA48	5	Compta financière avancée	Accounting and Corporate Finance	3C	FR	KAHLOUL Anouar	Présentiel synchrone	A2
5AXA48	5	Compta financière avancée	Accounting and Corporate Finance	3C	FR	KAHLOUL Anouar	Présentiel synchrone	B1
5AXA49	5	Diagnostic Financier	Accounting and Corporate Finance	3C	FR	LYAGOUBI Myriam	Présentiel synchrone	B2
5AXA51	5	Finance d'entreprise avancée I	Accounting and Corporate Finance	3C	FR	BELZE Loïc	Présentiel synchrone	A1
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
5AXD04	5	VBA pour l'entreprise	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	3C	FR	BILLOUARD FUENTES Delphine	Hybride	B2
5AXD06	5	Découverte des métiers du conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	3C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Présentiel synchrone	A1
5AXD06	5	Découverte des métiers du conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	3C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Présentiel synchrone	A2
5AXD22	5	Prépa au recrutement dans le conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	3C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Hybride	A1
5AXD22	5	Prépa au recrutement dans le conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	3C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Hybride	B2
5AXD46	5	Méthodes et outils du conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	3C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Hybride	A1
5AXD46	5	Méthodes et outils du conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	3C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Hybride	B1
5AXD48	5	Méthodes d'aide à la décision	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	3C	FR	REKIK Yacine	Présentiel synchrone	B2
5AXF07	5	Energétique environnementale	Quantitative finance & economics	3C	FR	LE COURTOIS Olivier	Présentiel synchrone	A1
5AXH02	5	Management Stratégique des RH	Law, Management and Social Sciences	3C	FR	JACOB Marie-Rachel	Online asynchrone	ONL
5AXH08	5	Droit du travail	Law, Management and Social Sciences	3C	FR	FERON Bastien	Online asynchrone	ONL
5AXI17	5	Business Anthropology	Innovation & Entrepreneurship	3C	FR	DUMONT Guillaume	Hybride	A1
5AXI17	5	Business Anthropology	Innovation & Entrepreneurship	3C	FR	DUMONT Guillaume	Hybride	B1
5AXI37	5	Pratiques de travail et enjeux orga	Law, Management and Social Sciences	3C	FR	DUMONT Guillaume	Hybride	A2

5AXI39	5	Immersion en entreprise	Innovation & Entrepreneurship	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	Présentiel synchrone	A2
5AXS05	5	Introduction à l'ethnographie	Innovation & Entrepreneurship	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	B2
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	B2
5AXA12	5	Inégalités, féminismes et organisations	Accounting and Corporate Finance	4C	FR	NORTIER Edwige	Présentiel synchrone	B2
5AXA15	5	Introd.à la modélisation financière	Accounting and Corporate Finance	4C	FR	BERTHIER HELENE	Hybride	A2
5AXA24	5	Trésorerie & financements internat.	Accounting and Corporate Finance	4C	FR	MAHERAULT Loic	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	B1
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
5AXA60	5	Finance Islamique et Ethique	Accounting and Corporate Finance	4C	FR	KAHLOUL Anouar	Présentiel synchrone	A1
5AXB02	5	Manager par le travail réel	Strategy and Organization	4C	FR	REVUE Charles	Online asynchrone	ONL
5AXB05	5	Gestion stratégique du changement	Strategy and Organization	4C	FR	YOUNES Dima	Présentiel synchrone	A2

5AXD04	5	VBA pour l'entreprise	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	4C	FR	BILLOUARD FUENTES Delphine	Hybride	A2
5AXD06	5	Découverte des métiers du conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	4C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Présentiel synchrone	B1
5AXD06	5	Découverte des métiers du conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	4C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Présentiel synchrone	B2
5AXD09	5	Logistique Internationale	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	4C	FR	NAGATI Haithem	Hybride	B1
5AXD22	5	Prépa au recrutement dans le conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	4C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Hybride	A2
5AXD46	5	Méthodes et outils du conseil	Operations, Data et Artificial Intelligence (ODAI) for business	4C	FR	VAUJOUR JEAN-BAPTISTE	Hybride	A2
5AXF18	5	Economie contemporaine	Quantitative finance & economics	4C	FR	MOKHTARI Abdelhassis	Hybride	B2
5AXF58	5	Risque géopolitique : méthode & pratique	Strategy and Organization	4C	FR	BELHOSTE Nathalie	Présentiel synchrone	B1
5AXH08	5	Droit du travail	Law, Management and Social Sciences	4C	FR	FERON Bastien	Online 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
5AXH21	5	Leadership pour un nouveau monde : v.n.p	Law, Management and Social Sciences	4C	FR	NASR Mohamed Ikram	Présentiel synchrone	A2
5AXI22	5	Aspects juridiques des Startups	Innovation & Entrepreneurship	4C	FR	MOORE Rickie	Présentiel synchrone	A2
5AXI35	5	Innovation et Géopolitique de l'Energie	Innovation & Entrepreneurship	4C	FR	CATEURA Olivier	Présentiel synchrone	B1
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	Présentiel synchrone	A1
5AXM25	5	Stratégie & Gestion d'image de marque	Marketing	4C	FR	SITZ Lionel	Présentiel synchrone	A1
5AXM28	5	Management des médias	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	B2



5AXS04	5	Penser l'Humain : Philosophie et Managt.	Accounting and Corporate Finance	4C	FR	PUYOU François-Régis	Présentiel synchrone	B1
--------	---	---	-------------------------------------	----	----	----------------------	----------------------	----

# Accounting and Corporate Finance

## 5AXA59 – Analyse fina. des mouvements strat.

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

Articulé autour de quatre grandes disciplines financières le contrôle de gestion, l'analyse financière, le choix d'investissement et les fusions-acquisitions ce cours transversal permet aux étudiants d'évaluer avec précision les impacts financiers des mouvements stratégiques. En jonglant rapidement entre ces champs d'expertise, ils développent une vision complète et synthétique de l'évaluation financière des stratégies, ancrée dans une perspective comptable globale alliant accounting and control et contrôle de gestion. Ce cours s'adresse aussi bien aux étudiants souhaitant s'orienter vers le conseil en organisation ou en stratégie qu'à ceux qui cherchent à acquérir des réflexes financiers solides, indispensables à la mise en œuvre de toute stratégie, à la mesure de sa performance financière et au dialogue efficace avec les banquiers et les investisseurs.

## 5AXA37 – Audit Externe

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

Enseigné par des professionnels issus des plus grands cabinets d'audit internationaux tels qu'EY et PwC, ce cours familiarise les participants avec les différents métiers de l'audit, qu'il soit opérationnel, financier ou interne. A travers des cas pratiques et des retours d'expérience de terrain, les étudiants découvrent les approches concrètes mises en œuvre dans le cadre des audits financiers externes et internes, tout en appréhendant les enjeux stratégiques et organisationnels qui leur sont associés. Destiné en priorité aux étudiants s'orientant vers une carrière en audit, il s'adresse également à ceux qui envisagent d'évoluer dans tout secteur en lien avec l'audit opérationnel, financier ou interne. Pour y accéder, il est nécessaire d'avoir déjà une connaissance en comptabilité de première année.

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

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

Centré sur les enjeux de pilotage des organisations aux niveaux stratégique, tactique et opérationnel, ce cours donne aux étudiants une maîtrise concrète des principaux outils à disposition des managers pour concevoir leur système de contrôle financier et opérationnel. Les outils de Business Intelligence, les ERP ainsi que les choix de design des modèles de données et leur mise en oeuvre y sont analysés et discutés, avec une attention particulière portée à l'exploitation des données au service de la décision. Les compétences acquises sont directement mobilisables dans des fonctions de contrôle de gestion, de comptabilité, de finance, de conseil en transformation digitale ou encore de direction financière. Pour accéder à ce cours, il est nécessaire d'avoir déjà une connaissance du contrôle de gestion ou de son équivalent Management Accounting ; une maîtrise des tableaux croisés dynamiques sur tableur constitue un atout supplémentaire.

## 5AXA48 – Compta financière avancée

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

Accessible aux étudiants ayant validé le prérequis Accounting and Control, ce cours approfondit les problématiques comptables majeures afin de renforcer la maîtrise des états financiers publiés en France et de développer la capacité à manipuler des écritures comptables d'un niveau avancé, compétence essentielle pour évoluer au sein d'une direction financière ou d'un cabinet d'audit. Une introduction aux normes comptables internationales IFRS vient compléter ce cours, en éclairant à la fois leurs enjeux politiques, notamment leur processus d'adoption au sein de l'Union européenne, et leurs enjeux techniques à travers les principales différences avec les normes françaises du Plan Comptable Général.

## 5AXA10 – Contrôle de gestion

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

Centré sur la fonction d'aide au pilotage et au management de la performance, ce cours place les étudiants dans la perspective du contrôleur de gestion, dont le rôle est d'aider les décideurs, directions générale et opérationnelles, à prendre des décisions cohérentes avec les objectifs de l'organisation. A travers la maîtrise des principaux outils de pilotage que sont l'analyse des coûts, les budgets et les tableaux de bord, les étudiants acquièrent une compréhension solide des finalités et principes du contrôle de gestion. Ce cours s'adresse aussi bien aux étudiants souhaitant s'orienter vers des fonctions managériales qu'à ceux qui envisagent de devenir contrôleurs de gestion, et plus largement à tous ceux qui veulent comprendre comment les systèmes de contrôle de gestion aident les managers à prendre des décisions opérationnelles éclairées. Une connaissance préalable en comptabilité financière et de gestion ou en Accounting and Control est impérative pour accéder à ce cours

## 5AXA49 – Diagnostic Financier

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau avancé
- Professeur : Myriam LYAGOUBI

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

Accessible aux étudiants ayant des connaissances en diagnostic financier et en advanced corporate finance, ce cours s'articule en deux parties d'égale importance : le financement de projets et d'actifs d'une part, et les montages LBO d'autre part. La première partie explore le financement de secteurs bénéficiant d'une forte visibilité sur les cash-flows futurs, tels que les infrastructures, l'extraction de matières premières sous contrats de long terme, les énergies renouvelables (éolien, photovoltaïque), le financement d'avions ou de navires, ou encore l'immobilier. La seconde partie introduit la logique et les techniques du LBO, montage d'acquisition d'entreprise reposant sur un recours important à l'endettement, une participation significative du management au capital et une implication forte des actionnaires financiers dans la gestion de l'entreprise. Chaque partie s'appuie sur un ou plusieurs cas pratiques donnant lieu à une évaluation de groupe, et des séances dédiées permettent des rencontres et échanges avec des professionnels du secteur.

## 5AXA51 – Finance d'entreprise avancée I

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

Appuyé sur le cours fondamental de finance d'entreprise, ce cours s'adresse aux étudiants souhaitant s'imposer dans l'univers de la finance d'entreprise en maîtrisant les outils techniques avancés et les concepts théoriques indispensables à toute carrière d'analyste financier, en banque comme en entreprise. Il propose une analyse précise et une mise en oeuvre concrète des principaux modèles d'évaluation d'entreprise et d'instruments financiers, complétées par des développements sur les options financières et leur utilité dans le cadre de l'évaluation d'entreprise.

## 5AXA33 – Fusion / Consolidation

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

Accessible aux étudiants ayant des connaissances en comptabilité fondamentale (Accounting and Control), ce cours se structure en deux volets complémentaires. Le premier est consacré à la consolidation des comptes pour les groupes de sociétés, avec une présentation approfondie du bilan et du compte de résultat consolidés. Le second aborde la fusion d'entreprise sous ses aspects à la fois comptables et fiscaux, offrant ainsi une vision complète des mécanismes juridiques et financiers qui encadrent ces opérations de rapprochement.

## 5AXA12 – Inégalités, féminismes et organisations

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau débutant
- Professeur : Edwige NORTIER

Ce cours propose une exploration claire et pédagogique des raisons pour lesquelles les inégalités organisationnelles persistent malgré la multiplication des dispositifs censés les réduire au sein des entreprises. Il vise à aider les étudiants à comprendre ce paradoxe en les sensibilisant aux mécanismes structurels qui contribuent à la reproduction de ces inégalités. À travers une approche féministe intersectionnelle, le cours invite à analyser de manière critique la manière dont différents rapports de pouvoir et identités s'entrecroisent dans le monde professionnel, offrant ainsi des outils conceptuels pour mieux reconnaître, questionner et transformer ces dynamiques.

## 5AXA15 – Introd. à la modélisation financière

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau intermédiaire
- Professeur : Hélène BERTHIER

Ce cours propose une introduction concise et pratique à la modélisation financière, fondée sur des notions préalables de comptabilité financière et de finance d'entreprise. Après une initiation aux fonctionnalités essentielles d'Excel utilisées en contexte professionnel, les étudiants apprennent à réaliser rapidement des analyses fiables et à maîtriser les formules clés. À travers des exemples tirés du project finance et du corporate finance, le cours présente les standards de la modélisation, la construction de modèles financiers à trois états, l'utilisation de ces modèles pour répondre à des questions business et la réalisation d'analyses de sensibilité. Les étudiants développent ainsi une réelle aisance dans Excel et acquièrent les bonnes pratiques nécessaires pour produire des modèles clairs et robustes en Corporate Finance.

## 5AXS04 – Penser l'Humain : Philosophie et Managt.

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau débutant
- Professeur : François-Régis PUYOU

Ancré dans une perspective philosophique, ce module propose d'explorer la dimension humaine du rôle de manager en s'appuyant sur la phénoménologie de la vie et le personnalisme. Sans prérequis stricts mais demandant une réelle capacité de réflexion, il invite les étudiants à mobiliser leurs expériences professionnelles, pédagogiques ou associatives pour adopter un regard philosophique sur les situations de management. En articulant dimensions objectives et subjectives de l'action, le module offre une vision renouvelée de notions clés telles que la parole, l'écoute, la décision ou l'engagement, tout en développant un regard critique sur les approches réductrices de l'humain dans le management. Il accompagne ainsi les étudiant·e·s dans la construction d'une posture plus consciente, créative et réfléchie face aux enjeux humains des organisations.

## 5AXA46 – Perspective globale de la comptabilité

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

Destiné en priorité aux étudiants de MSc ayant des connaissances en comptabilité de première année, ce cours généraliste est fortement recommandé à l'ensemble des profils, qu'ils souhaitent créer leur propre entreprise, s'orienter vers des métiers de corporate finance ou d'audit, ou encore exercer en tant qu'observateurs extérieurs des états financiers tels qu'investisseurs ou gestionnaires de portefeuille. En se focalisant sur des notions fondamentales comme la trésorerie, l'équilibre financier et le résultat, il permet de comprendre les enjeux de la comptabilité financière et d'acquérir les compétences nécessaires à la lecture, à l'interprétation des états financiers et au diagnostic financier. Tout au long du cours, une attention particulière est portée aux conséquences des choix comptables sur la société, offrant ainsi une lecture critique et contextualisée des mécanismes comptables.

## 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

Accessible aux étudiants ayant des connaissances en comptabilité, en audit et en RSE/développement durable, ce cours offre un panorama complet des pratiques et enjeux actuels du reporting RSE. Dans un contexte où les organisations font face à une pression croissante en matière de responsabilité et de transparence, elles sont amenées à rendre compte de leurs performances sociales, sociétales et environnementales auprès de parties prenantes toujours plus exigeantes. Le cours poursuit deux objectifs complémentaires : présenter les concepts et référentiels qui sous-tendent le reporting RSE d'une part, et fournir les compétences de base pour maîtriser les outils permettant aux organisations de gérer et de communiquer leur performance RSE à des publics internes et externes d'autre part. Une attention particulière est portée au développement de la capacité d'analyse critique des informations produites par les organisations en la matière, ainsi qu'aux implications déterminantes que le reporting RSE aura sur les pratiques de la comptabilité et de l'audit dans les années à venir.

## 5AXA24 – Trésorerie & financements internat.

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau avancé
- Professeur : Loic MAHERAULT

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

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

Destiné aux étudiants ayant réalisé un PCE avec une forte implication, ce cours les repositionne dans la posture de l'expert ou de l'analyste de projet, après avoir endossé celle de l'entrepreneur, en leur fournissant les outils et le recul nécessaires pour analyser un projet de création d'entreprise ou conduire leur propre projet à terme. Structuré autour de trois piliers que sont les apports techniques, les témoignages d'entrepreneurs et les cas pédagogiques issus de créations d'entreprises réelles, il s'articule en huit séances pragmatiques couvrant des thèmes tels que la détection d'opportunités, la construction d'un projet via la technique des parties prenantes, le business plan, le pacte d'associés, l'analyse du marché cible, la stratégie d'offre et de lancement, ou encore le montage financier du projet. Certaines séances sont animées directement par des entrepreneurs, apportant une dimension terrain essentielle à la compréhension des processus d'identification d'opportunités, de conception et de mise en oeuvre d'un projet de création d'entreprise.

## 5AXII7 – Business Anthropology

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

En partant de questions aussi déconcertantes qu'éclairantes que nous apprend la sorcellerie sur la prise de décision, quel est le rôle du contre-don dans la collaboration entre équipes, ou encore comment les mythes permettent-ils de créer des imaginaires fédérateurs ce cours introduit les participants aux fondamentaux de l'approche anthropologique appliquée au monde de l'entreprise. A travers une sélection de grands concepts tels que la parenté, les mythes, les rituels, la magie ou la culture, les étudiants développent de nouveaux outils de compréhension du travail, de son environnement et des dynamiques managériales qui le structurent. L'objectif est de dépasser les idées préconçues sur l'entreprise, ses collaborateurs et ses clients, en cultivant une "pensée anthropologique" comme compétence transversale à forte valeur ajoutée pour l'employabilité intersectorielle.

## 5AXI40 – Fonda. des transitions énergétiques

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

Accessible à tous avec une simple culture générale sur le sujet, ce cours part d'un constat fondamental : depuis la première révolution industrielle, l'exploitation immodérée des énergies fossiles a certes permis un formidable développement de nos sociétés, mais met aujourd'hui en péril nos existences en nous confrontant aux limites planétaires. Face à cette double catastrophe climatique et environnementale, le cours fournit des outils clés pour comprendre comment des transitions énergétiques vers des infrastructures pérennes et bas carbone sont possibles. Il retrace les grandes transformations historiques du secteur énergétique, explore les cadres d'action envisageables pour le futur, et mobilise des dimensions politiques, sociales et environnementales ainsi que des outils technico-économiques précis pour évaluer la pertinence des solutions disponibles. Une seconde partie est consacrée à l'analyse des systèmes énergétiques à travers des cas d'étude sectoriels concrets. Cours de fondamentaux exigeant, il requiert une capacité à s'approprier un grand nombre de concepts, mis en perspective lors de deux débats dédiés.

## 5AXI39 – Immersion en entreprise

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

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.

## 5AXS05 – Introduction à l'ethnographie

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

Destiné aux étudiants souhaitant développer une culture de l'enquête empirique, ce parcours offre une initiation complète à l'ethnographie appliquée au monde du travail et des organisations. À travers l'apprentissage des outils fondamentaux du terrain (observation participante, entretiens, ethnographie digitale), les participants apprennent à observer, documenter et analyser des situations de travail complexes avec rigueur et précision. La pédagogie s'appuie sur des expériences de terrain variées impliquant des interlocuteurs inédits (investisseurs à impact, membres d'organisations criminelles, policiers, athlètes professionnels), afin d'illustrer la richesse et la polyvalence de la démarche ethnographique. Une attention particulière est portée aux techniques d'écriture et à la restitution des insights, pour rendre les résultats intelligibles et pertinents auprès d'audiences diverses telles que des clients, des collaborateurs ou des institutions publiques. L'ensemble des acquis est consolidé par la conduite d'une enquête de terrain menée par les participants eux-mêmes, permettant de se confronter concrètement aux réalités du terrain et de forger leur propre intelligence ethnographique.

# Law, Management and Social Sciences

## 5AXH26- Droit des sociétés

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

Sans prérequis spécifiques, ce cours s'adresse à tout futur cadre d'entreprise, quels que soient sa mission, son niveau de responsabilité ou son secteur d'activité, avec l'ambition de lui donner les clés pour appréhender les événements majeurs jalonnant la vie d'une société. Il aborde des thématiques incontournables telles que les modalités pratiques de la création d'entreprise, le fonctionnement quotidien de la société selon la forme sociale adoptée, ainsi que des sujets d'actualité comme la restructuration des sociétés et les entreprises en difficulté. Une attention particulière est portée au droit anglo-saxon des sociétés, enseigné en anglais, afin de répondre aux réalités d'un nombre croissant d'entrepreneurs français engagés dans le commerce international, avec des partenaires étrangers et souvent une présence hors de France.

## 5AXH08 – Droit du travail

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

Dispensé sur l'interface e-learning "Réflexes juridiques" conçue par l'enseignant, ce cours s'adresse aux étudiants du PGE souhaitant maîtriser les fondamentaux du droit du travail français. A travers un travail régulier sur les 50 thèmes au programme, les étudiants apprennent à qualifier juridiquement des faits et à acquérir le vocabulaire juridique adéquat, en s'appuyant sur de nombreux cas pratiques et des témoignages de professionnels du droit qui illustrent concrètement la portée des notions théoriques abordées. Ce cours permet à la fois de connaître ses droits et devoirs en tant que salarié, stagiaire ou apprenti, de maîtriser la réglementation pour les futurs entrepreneurs ou managers opérant depuis la France, et de constituer un socle de connaissances indispensable pour ceux qui s'orientent vers les métiers des ressources humaines. L'ensemble des travaux en ligne est réalisé sous la supervision de l'enseignant, disponible par visioconférence, téléphone ou messagerie, et l'accès à l'examen final est conditionné à un travail fourni sur l'interface conforme aux attendus du syllabus.

## 5AXH19 – Le manager émotionnellement intelligent

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

Recommandé mais non obligatoire, un prérequis en Organizational Behaviour constitue un atout pour aborder ce cours centré sur le rôle des émotions et de l'intelligence émotionnelle dans le management moderne. A travers des approches croisées issues des neurosciences, de la psychologie sociale, différentielle et cognitive, de l'anthropologie, de la biologie et du "learning by doing", les étudiants explorent les phénomènes affectifs et leur influence sur la gestion des collaborateurs, la prise de décision et la communication en période de crise. Ce cours offre ainsi une compréhension approfondie des dynamiques émotionnelles au coeur des organisations contemporaines, en combinant ancrage théorique solide et apprentissage par l'expérience.

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

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

Un parcours préalable en Organizational Behaviour, GRH ou management stratégique constitue un atout pour aborder ce cours consacré au leadership dans un monde en profonde mutation. Face aux défis post-modernes que sont les enjeux environnementaux, l'inclusion, le travail hybride, le "big quit" ou encore les risques de fraude, le cours revisite les travaux classiques sur le leadership tout en identifiant les compétences et outils nécessaires pour diriger dans un monde nouveau. A travers une pédagogie résolument interactive mêlant analyses de cas, simulations, lectures et un projet final à fort impact, les étudiants sont invités à développer une posture proactive, une capacité à interagir au sein d'une équipe et des compétences de leader ancrées dans les théories sociologiques et psychologiques du leadership. Une attention particulière est portée aux dimensions du leadership inclusif, visant à créer un environnement de travail égalitaire, juste et respectueux, et du leadership éthique, encourageant les comportements responsabilisants tout en décourageant les comportements toxiques. Ce cours exige engagement et ouverture d'esprit : bienvenue à Leadership pour un nouveau monde.

## 5AXS10 – L'expérience de travail aujourd'hui

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

En mobilisant les outils de la sociologie du travail, ce cours invite les étudiants à questionner l'expérience de travail contemporaine, dans un contexte marqué par la multiplication des formes d'emploi, l'individualisation croissante et la succession de crises économiques, écologiques, sanitaires et sociales. Le cours explore à la fois la dimension subjective du rapport au travail comme source d'autoréalisation et de reconnaissance sociale, et les contraintes liées aux conditions d'emploi qui pèsent sur le parcours professionnel. Il s'articule en trois parties complémentaires : la première interroge les formes de subordination et les aspirations à l'autonomie qui façonnent le rapport au travail ; la seconde explore la tension entre précarité et créativité, dans un contexte d'incertitudes où l'engagement personnel devient à la fois ressource individuelle et compétence recherchée sur le marché du travail ; la troisième se concentre sur la figure de l'entrepreneur de soi, paradigme de la période actuelle porté aussi bien par les aspirations individuelles que par les rhétoriques managériales et gouvernementales.

## 5AXH04 – Management Equipes internationales

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

Si la mondialisation tend à harmoniser certaines pratiques, les représentations profondes de ce qui est "normal" ou non, les visions du monde et les façons de coopérer restent profondément différentes d'une culture à l'autre, qu'il s'agisse de cultures nationales, générationnelles, professionnelles ou d'entreprise dans le cadre de fusions. Loin d'un enseignement descendant, ce cours se construit à partir des contributions, questionnements et recherches des étudiants eux-mêmes, adossés à un socle théorique permettant d'identifier les grandes dimensions culturelles. Il vise à développer une véritable démarche interculturelle : apprendre à identifier et comprendre les points de tension, trouver un socle commun acceptable par tous et adapter sa posture sans perdre de vue ses propres objectifs. Un fort intérêt pour les problématiques interculturelles et une réelle motivation sont essentiels pour tirer pleinement parti de ce cours.

## 5AXS13- Management projet culturel

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

Ouvert à tous sans prérequis particulier, ce cours sera d'autant plus enrichissant pour les étudiants ayant une appétence pour le secteur culturel ou une expérience en stage dans ce domaine, et s'inscrit naturellement dans le parcours management de projet et entrepreneuriat. Il offre une sensibilisation aux particularités des industries culturelles en abordant leurs métiers, leur environnement, leurs modes de financement, le management de production ainsi que les modalités d'accès aux marchés locaux et internationaux. Au-delà de l'exposé des structures et stratégies propres à ces industries, il propose des études de cas plurisectoriels et un travail en groupe autour d'une production audiovisuelle, alliant ainsi ancrage théorique et mise en pratique concrète.

## 5AXH02 – Management Stratégique des RH

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

Accessible aux étudiants ayant un intérêt pour le management stratégique et une appétence pour les formats pédagogiques actifs, ce cours aborde la gestion des ressources humaines non pas comme un simple ensemble de techniques, mais comme une réflexion stratégique autour de la performance du travail. S'appuyant sur le cadre conceptuel développé par les professeures chercheuses d'emlyon business school, il explore l'alignement entre stratégie d'affaires et pratiques de GRH, tout en proposant une introduction au droit du travail français pour maîtriser les dimensions business, légales et sociales inhérentes à la fonction RH. La pédagogie alterne modules de e-learning préalables aux séances, travail individuel et collectif, études de cas et face-à-face en classe, offrant ainsi toutes les modalités nécessaires à l'acquisition de connaissances et de compétences fondamentales. Une entreprise partenaire fournit le contexte d'application concret pour le travail final réalisé en groupe.

## 5AXH17 – Mgmt des équipes & dynamique collective

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

Ancré dans le champ de l'Organizational Behavior, ce cours initie les étudiants aux processus interpersonnels et collectifs qui influencent l'efficacité et la pérennité des équipes en milieu organisationnel. En combinant apports théoriques et mises en pratique, il développe les compétences des étudiants en tant que futurs managers et leaders, capables de former une équipe, de motiver et d'impliquer ses membres en instaurant un climat de confiance propice à la création de synergies, de faciliter la prise de décision et de gérer les conflits intra et intergroupes.

## 5AXH06 – Politique et pratiques GRH en entrepr.

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

Destiné en priorité aux étudiants envisageant un projet professionnel dans un service RH d'entreprise ou dans le conseil en RH, ce cours propose une analyse critique des pratiques RH de différentes organisations ainsi que des cas concrets de conseil en RH. A travers cette approche analytique et terrain, les étudiants développent le recul nécessaire pour évaluer et questionner les dispositifs RH existants, tout en se forgeant des réflexes opérationnels directement mobilisables dans leurs futurs métiers.

## 5AXI37 – Pratiques de travail et enjeux orga

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

En partant de questions fondamentales comment analyser les dynamiques sociales des nouveaux contextes de travail, comment comprendre l'engagement émotionnel des collaborateurs, ou encore que nous apprennent les nouvelles formes de management sur la subjectivisation et l'assujettissement aux normes. Ce cours mobilise des cas concrets issus de recherches sociologiques pour explorer la complexité du travail comme processus social. A travers l'étude des interactions, des formes d'engagement et des valeurs au sein des organisations, les étudiants découvrent des concepts clés permettant de penser conjointement les pratiques de travail et les formes d'organisation dans les entreprises contemporaines. Les conséquences sociales des processus d'innovation, les défis révélés par les dynamiques organisationnelles et les nouvelles configurations managériales sont autant de terrains d'analyse qui dotent les étudiants d'outils intellectuels solides pour décrypter et naviguer la réalité des organisations actuelles.

## 5AXH18 – Stress & Mgt : Manager les risques psych

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

Idéalement abordé en fin de parcours, après au moins une expérience de stage significative, ce cours propose un approfondissement sur la thématique des risques psychosociaux, avec un focus particulier sur le stress en contexte professionnel. En s'appuyant sur des concepts et des grilles de lecture issus d'approches disciplinaires variées, il aborde ces enjeux aussi bien depuis la position du salarié que depuis celle du manager d'équipe. Les étudiants y acquièrent une connaissance approfondie des principaux mécanismes du stress et du harcèlement, ainsi que des outils concrets pour mieux les identifier et les gérer en situation professionnelle.

# Marketing

## 5AXM54 – Achats : Stratégie et Management

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

Complémentaire à des connaissances en marketing B2B ou en gestion des achats, ce cours part d'un constat central : les achats constituent la première ressource-clé des entreprises, représentant plus des deux tiers du chiffre d'affaires, entre 80 et 95 % des coûts directs, et l'un des premiers facteurs de risques techniques, logistiques, écologiques et sociaux. La fonction Achats s'impose ainsi comme la première contributrice à la création de valeur de l'entreprise, grâce à sa capacité à optimiser la combinaison entre ressources internes et ressources fournisseurs. En s'appuyant sur les concepts, méthodes et outils les plus avancés du Management des Ressources Amont, le cours aborde l'ensemble des problématiques auxquelles l'entreprise est confrontée vis-à-vis de ses ressources amont : externalisation, marchés fournisseurs, portefeuille achats, global sourcing, relations fournisseurs, coût total de possession et éthique.

## 5AXM51 – Comportement du consommateur

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

S'appuyant sur des connaissances en marketing, ce cours offre une exploration approfondie du comportement du consommateur, en développant une compréhension fine du processus de consommation et une lecture critique des modes de vie contemporains. Par essence pluridisciplinaire, il met en perspective les récentes avancées en consumer research et souligne l'importance des recherches et initiatives dans ce domaine. Les étudiants sont encouragés à adopter un regard curieux, réflexif et critique, et à s'impliquer activement dans le cours en se positionnant comme acteurs de leur propre savoir.

## 5AXM32 – Critique de la consommation

- 5 ECTS
- English course
- Niveau intermédiaire
- Professeur : Anissa POMIES

En torpillant d'emblée les idées reçues sur la consommation, la pyramide de Maslow, le mythe des vêtements d'occasion comme geste écologique, ou encore l'idée que la mondialisation uniformise nos pratiques. Ce cours de sciences sociales invite les étudiants à porter un regard radicalement neuf sur la société de consommation. Sommes-nous vraiment libres dans nos choix de consommation ? Comment distinguer besoins authentiques et besoins artificiels ? Les classes sociales existent-elles encore et comment façonnent-elles nos manières de consommer ? Autant de questions qui structurent une réflexion exigeante, nourrie d'outils issus de la sociologie, de l'anthropologie et de la philosophie. Loin de tout jugement moral, la démarche critique proposée ici vise à comprendre la consommation dans toute sa complexité, à en identifier les causes et à en mesurer les conséquences sur la société et l'environnement. Ce cours requiert une réelle capacité à se remettre en question et à s'engager dans une pensée rigoureuse et ouverte.

## 5AXM19 – Etudes de marché et décisions marketing

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

S'appuyant sur des notions fondamentales de marketing, ce cours offre une compréhension approfondie des méthodologies et outils utilisés pour analyser les marchés et prendre des décisions marketing éclairées. Les étudiants y apprennent à concevoir et mener des études de marché, à interpréter les données recueillies et à les mobiliser pour développer des stratégies marketing efficaces. Le cours couvre les principales techniques de recherche qualitative et quantitative, tout en intégrant les dernières innovations technologiques telles que l'IA générative, le webscraping et l'analyse textuelle automatisée. A travers des études de cas réels et des projets de groupe, les étudiants développent leurs compétences analytiques et stratégiques pour prendre des décisions marketing optimales dans un environnement commercial dynamique et compétitif.

## 5AXM08 – Expérience client et qualité de service

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

Dans un monde où les services dominent la quasi-totalité des économies avancées et génèrent la majorité des nouveaux emplois, maîtriser le marketing des services est devenu une compétence incontournable. Partant du constat que de nombreuses idées reçues persistent sur le sujet : "enchanter ses clients est toujours rentable", "un client satisfait est forcément fidèle", "l'absence de réclamations est une bonne nouvelle". Ce cours invite les étudiants à questionner ces affirmations en apparence évidentes pour en révéler la complexité réelle. A travers l'étude des grands concepts du marketing orienté service, satisfaction client, expérience client, parcours client, qualité de service et fidélité, les étudiants apprennent à dépasser les approches superficielles pour développer une compréhension fine et opérationnelle de la valeur créée par le service. Loin du simple arsenal des 4P, ce cours offre une lecture renouvelée du marketing dans lequel la valeur ne réside plus dans le produit mais dans l'expérience, invitant ainsi les futurs managers à repenser en profondeur leur rapport au client et à la fidélisation.

## 5AXM28 – Management des medias

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

Accessible aux étudiants ayant des connaissances en gestion stratégique et en stratégie marketing ou prêts à suivre le cours préparatoire "les fondamentaux du marketing" mis à disposition un mois avant la première séance. Ce cours optionnel plonge au coeur des transformations radicales que connaît l'industrie des médias et du divertissement. A travers l'analyse des acteurs clés tels que Netflix, Disney, Canal+, les GAFA ou les plateformes de streaming musical, des grandes tendances du secteur comme l'OTT, le cord-cutting et le streaming, ainsi que des évolutions des habitudes de consommation, les étudiants acquièrent les bases marketing et commerciales indispensables pour évoluer dans cet environnement en pleine mutation. Plusieurs études de cas viennent renforcer le développement de compétences professionnelles telles que le sens des affaires, les capacités analytiques, la créativité et le travail en équipe. Ce cours s'adresse aussi bien aux étudiants souhaitant débiter leur carrière dans les médias, le divertissement ou le conseil, qu'à tous ceux qui cherchent à comprendre comment une industrie entière se réinvente face à la révolution numérique.

## 5AXM17 – Manager ses clients strat & ses distrib

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

Centré sur deux dimensions clés du marketing BtoB, ce cours aborde d'une part le rôle des distributeurs B2B, ces grossistes intermédiaires entre fournisseurs et clients professionnels, et d'autre part la gestion spécifique des clients clés à travers le Key Account Management. Que l'on évolue côté fournisseur ou côté acheteur, comprendre qui sont ces distributeurs BtoB et comment ils créent de la valeur est essentiel pour naviguer efficacement dans les environnements professionnels. Le cours explore également comment les entreprises adaptent leurs relations commerciales lorsqu'elles s'adressent à des clients stratégiques, allant parfois jusqu'à leur dédier un interlocuteur privilégié, le key account manager, dont la mission est d'optimiser la création de valeur dans la relation client. A travers ces deux facettes complémentaires, les étudiants acquièrent une vision complète et opérationnelle des spécificités des échanges BtoB.

## 5AXM49 – Marketing des produits liés au corps

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

Destiné aux étudiants ayant des connaissances solides en marketing et envisageant une carrière dans les secteurs de l'alimentation, du soin, de la beauté, de la mode, du luxe ou de la santé, ce cours sectoriel centré sur les produits liés au corps initie à des réflexions issues de disciplines complémentaires du marketing telles que la sociologie, l'anthropologie, la sémiotique, le design et la philosophie. Il en explore la portée intellectuelle et les applications concrètes en outils stratégiques et opérationnels pour un manager en marketing de grande consommation. Traité dans sa dimension interne, le corps conduit à questionner la construction des marchés de la santé et de l'alimentaire ; abordé dans sa dimension externe, il ouvre sur les univers des cosmétiques, parfums, mode et paraître. La porosité entre ces marchés y est présentée comme une source d'innovation et de créativité, tandis qu'une attention particulière est portée aux enjeux RSE tels que l'inclusivité, la durabilité, le recyclage et la représentation des minorités. Nourri d'exemples, de mini-cas, d'exercices et de rencontres avec des professionnels du secteur, ce cours obtient d'excellentes évaluations chaque année et s'adresse à des étudiants passionnés par le sujet, prêts à s'investir dans des travaux exigeants. Une expérience de stage préalable, quelle que soit l'industrie, est recommandée.

## 5AXM30 – Marketing BtoB

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

Le Business to Business (B2B) désigne les échanges commerciaux entre organisations, qu'il s'agisse d'entreprises, d'administrations ou de gouvernements. A la différence du marketing grand public, le marketing B2B s'adresse à des acheteurs professionnels dont les logiques de décision sont spécifiques et souvent complexes. A travers ce cours, les participants apprennent à identifier les particularités de l'activité marketing dans un contexte où les clients sont eux-mêmes des organisations, et acquièrent les méthodes et outils concrets nécessaires à sa mise en oeuvre. L'approche pédagogique repose sur l'analyse de cas pratiques travaillés en séance, qui permettent d'ancrer les concepts clés dans des situations réelles et d'en maîtriser l'application opérationnelle.

## 5AXM47 – Marketing Digital

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

La révolution digitale transforme en profondeur le marketing et, plus largement, l'ensemble des fonctions de l'entreprise. Alors qu'une part croissante des budgets marketing bascule vers le digital, maîtriser cet environnement est devenu une compétence incontournable pour tout professionnel du secteur. Ce cours apporte une compréhension concrète et opérationnelle des grands leviers du marketing digital, en répondant à trois questions fondamentales : pourquoi le digital occupe-t-il aujourd'hui une place cruciale dans la stratégie marketing, quels sont les principaux outils à la disposition du marketeur, et comment intégrer efficacement les réseaux sociaux dans une démarche marketing cohérente. A travers une approche à la fois conceptuelle et pratique, les participants acquièrent les clés pour saisir les opportunités qu'offre le digital et les traduire en actions concrètes.

## 5AXM60 – Marketing pour entrepreneurs

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

Pensant maîtriser les réseaux sociaux parce qu'on les utilise au quotidien, on découvre vite que leur activation à un niveau professionnel obéit à des règles radicalement différentes : stratégie, objectifs mesurables et résultats concrets remplacent l'improvisation. Fondé sur une pédagogie par projet réel, à la fois dynamique, ludique et hautement formatrice, ce challenge plonge les étudiants au cœur des connaissances, compétences et savoir-faire indispensables pour exploiter efficacement les réseaux sociaux les plus utilisés par les entreprises dans le monde, quelle que soit leur taille ou leur marché. Très pratique et particulièrement apprécié, il affiche une note moyenne de 4,7 sur 5 depuis cinq ans. Pour en tirer le meilleur parti, il est recommandé de disposer de bases solides en marketing, d'une connaissance pratique des réseaux sociaux et d'un excellent niveau en français pour participer activement aux échanges en classe.

## 5AXM22 – Marketing stratégique

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

Destiné à un niveau introductif, ce parcours en marketing forme les participants à la prise de décisions de haut niveau et à la résolution des défis stratégiques auxquels les entreprises sont confrontées. Loin de se limiter à une seule école de pensée, il explore deux perspectives complémentaires et fondamentales : les stratégies marketing axées sur la décision d'une part, et les stratégies marketing culturelles d'autre part. L'objectif est de familiariser les étudiants avec les théories modernes du marketing afin de leur permettre de comparer différents points de vue et de choisir l'approche la plus adaptée à chaque situation. Pour ancrer cette réflexion dans la réalité, la théorie est systématiquement mise en pratique à travers des études de cas et des travaux de groupe, créant ainsi un pont solide entre concepts académiques et application concrète.

## 5AXM46 – Sociologie des Marchés et de la Conso.

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

Pour aborder ce cours avec profit, une connaissance préalable du marketing est recommandée. Plongés au coeur des dynamiques complexes qui gouvernent les marchés et les comportements de consommation dans les sociétés contemporaines, les étudiants y adoptent une approche résolument sociologique pour comprendre comment les marchés sont socialement construits. Les interactions entre acteurs économiques, institutions, structures sociales et systèmes de valeurs sont analysées dans toute leur richesse, à travers des cas variés allant de la consommation de masse à la consommation durable, en passant par les phénomènes de mode et les mouvements de consommation éthique. L'accent est mis sur la manière dont les identités sociales, les inégalités et les mutations culturelles façonnent les pratiques de consommation, et en sont simultanément façonnées. Les méthodes de recherche propres à la sociologie constituent le fil conducteur du cours, dotant les étudiants des outils analytiques indispensables pour décrypter les tendances actuelles et anticiper les évolutions futures du monde de la consommation.

## 5AXM25 – Stratégie & Gestion d'image de marque

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

Des bases en marketing sont nécessaires pour suivre ce cours dans les meilleures conditions. Sur des marchés mondialisés et hyperconcurrentiels, le produit ou le service seul ne suffit plus à faire la différence : la marque est devenue un critère de choix déterminant, aussi bien en B to C qu'en B to B. Souvent réduit à tort à un simple exercice publicitaire, le branding est en réalité une discipline transversale qui croise le marketing, la sociologie, la psychologie, la sémiologie et les sciences de l'information et de la communication. Partant de cette richesse pluridisciplinaire, le cours met en perspective le concept de marque et ses fondements pour conduire les étudiants vers une identification profonde de l'identité de marque et de ses aspirations, avec pour finalité la construction d'un positionnement fort et d'une mise en discours efficiente auprès de publics variés, internes comme externes. L'ambition ultime est de former des professionnels capables de créer et de pérenniser des marques qui font véritablement sens auprès de leurs audiences.

## 5AXM55 – Sustainable Purchasing

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

À l'heure où les exigences réglementaires et les attentes sociétales transforment en profondeur les pratiques d'achat, ce cours offre une plongée concrète dans les enjeux de la durabilité appliquée aux achats. À travers des études de cas pratiques, les participants apprennent à intégrer les critères de durabilité dans leurs stratégies, en couvrant des thématiques clés telles que l'évaluation des risques, le respect des droits humains, la lutte contre la déforestation dans les chaînes d'approvisionnement et l'atteinte des objectifs net zéro. Une attention particulière est portée à la compréhension du cadre réglementaire en vigueur, à la mesure de la performance durable et à l'engagement des parties prenantes, afin de donner aux participants les outils nécessaires pour devenir de véritables moteurs de transformation au sein de leurs organisations.

# Operations, Data et Artificial Intelligence for business

## 5AXD52 – Conseil en Transformation et Innovations

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

Dans un contexte où transformation digitale, innovation, data, cybersécurité et éco-responsabilité redéfinissent en profondeur les règles du jeu économique, les entreprises n'ont d'autre choix que de se réinventer en permanence pour rester compétitives et répondre aux attentes de leurs clients, collaborateurs et partenaires. C'est précisément dans cet environnement qu'interviennent les cabinets de conseil en transformation, dont Capgemini Invent, qui accompagne les organisations dans la définition de leur feuille de route et l'identification des technologies et innovations à haut potentiel. Ce cours offre une immersion concrète dans le métier du conseil en transformation à travers huit séances thématiques alliant présentation approfondie de concepts, technologies ou méthodes émergents et retours d'expérience issus de missions réelles menées chez leurs clients. Les thématiques abordées couvrent un spectre large et représentatif des grands enjeux actuels : introduction à la transformation digitale et à l'innovation, expérience collaborateur, expérience client, méthodes agiles et delivery de produits digitaux, industrie intelligente, data et intelligence artificielle générative, cybersécurité et enfin informatique durable.

## 5AXD06 – Découverte des métiers du conseil

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

Ce cours se donne pour ambition de démystifier le conseil sous toutes ses facettes : la mission elle-même et son déroulement, le quotidien et les compétences du consultant, la structure et le fonctionnement des cabinets, ainsi que les grandes dynamiques du secteur à travers ses chiffres clés, la typologie de ses acteurs et ses enjeux présents et futurs. Au-delà de cette vision panoramique, chaque étudiant est invité à construire une réflexion personnelle sur deux questions essentielles : pourquoi ce secteur et ce métier l'attirent ou non, et en quoi son profil peut représenter un atout aux yeux des recruteurs. Des professionnels du secteur viennent enrichir le cours en partageant directement leur expérience, ancrant ainsi les apports théoriques dans la réalité du terrain.

## 5AXD09 – Logistique internationale

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

Dans un monde où la mondialisation et la réduction des barrières commerciales poussent les entreprises à opérer sur des marchés toujours plus internationaux, la maîtrise de la chaîne logistique globale est devenue un enjeu stratégique majeur. De l'approvisionnement en amont jusqu'à la livraison au client final, cette chaîne mobilise une multitude d'acteurs internes, qu'il s'agisse du marketing, des achats, de la finance ou de la logistique, mais aussi externes, tels que fournisseurs, transporteurs et prestataires logistiques. Destiné aux étudiants souhaitant acquérir une vision globale et structurée de ces enjeux, ce module introduit les concepts fondamentaux et les principales approches de la gestion de la chaîne logistique internationale, tout en sensibilisant aux grandes tendances qui conditionnent aujourd'hui la compétitivité et la performance des entreprises. Il permet également de comprendre concrètement ce qu'implique l'internationalisation croissante des organisations sur l'organisation et le pilotage de leurs flux logistiques, depuis la sous-traitance et le sourcing international jusqu'aux stratégies d'export et d'import.

## 5AXD49 – Méthodes d'aide à la décision

- 5 ECTS
- Cours en français
- Niveau intermédiaire
- Professeur : Yacine REKIK

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

Véritable rampe de lancement pour les jeunes diplômés, les métiers du conseil offrent une exposition rapide à des problématiques variées et à des méthodes rigoureuses, autant d'acquis précieux pour la suite d'un parcours professionnel. Suivant le fil conducteur d'une mission de conseil dans sa globalité, le cours en parcourt toutes les étapes clés : prise de connaissance initiale et élaboration de la proposition d'intervention, diagnostic, formulation des recommandations, plan d'action et mise en œuvre. Une attention toute particulière est accordée à la dimension méthodologique, cœur de la valeur ajoutée des cabinets de conseil : qu'il s'agisse de concevoir une méthode innovante et sur mesure ou de s'appuyer sur une méthodologie normalisée, le consultant doit savoir mobiliser les bons outils au bon moment. Collecte d'information, modélisation de processus, communication professionnelle, utilisation de modèles structurants constituent ainsi autant de savoir-faire fondamentaux travaillés tout au long du cours. Pour ancrer ces apprentissages dans la réalité opérationnelle, plusieurs séances sont animées directement par des cabinets de conseil sous forme d'ateliers pratiques.

## 5AXD22 – Prépa au recrutement dans le conseil

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

Le recrutement dans le secteur du conseil présente deux particularités majeures : l'essentiel des embauches s'effectue au niveau junior, à la sortie des grandes écoles, sur des profils très homogènes qui rendent la différenciation difficile, et la quasi-totalité des cabinets font appel aux études de cas comme outil de sélection, avec une place prépondérante dans les firmes de conseil en stratégie. Destiné en priorité aux étudiants ayant déjà fait le choix d'une carrière dans le conseil, ce cours constitue une préparation concrète et structurée à ce mode de recrutement particulier. Les étudiants y découvrent la nature et les différents types d'exercices rencontrés en entretien, qu'il s'agisse de guesstimates, de business cases ou de brain teasers, et apprennent à les aborder avec efficacité. Au-delà de la préparation technique, le cours invite chacun à approfondir sa réflexion sur la construction de son projet professionnel dans le conseil et sur la valorisation de ses atouts. Il constitue une formation initiale que les étudiants peuvent compléter en participant aux ateliers organisés par les services carrières.

## 5AXD04– VBA pour l'entreprise

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

Maîtriser les fonctions de base de Microsoft Excel et disposer d'un ordinateur sous Windows ou Mac OS sont les deux prérequis indispensables pour suivre ce cours dans de bonnes conditions. Partant de ces fondations, l'objectif est de conduire les étudiants vers une utilisation avancée d'Excel dans un contexte professionnel, avec une focale particulière sur la programmation VBA. La première partie du cours est consacrée à l'apprentissage progressif des bases du code VBA à travers des cas pratiques concrets, permettant d'ancrer rapidement les acquis dans des situations réalistes. Dans un second temps, les étudiants mettent ces nouvelles compétences à l'épreuve dans le cadre d'un jeu d'entreprise, en concevant un tableau de bord interactif qui constitue à la fois l'aboutissement pédagogique du cours et une réalisation concrète valorisable professionnellement.

# Quantitative finance & economics

## 5AXF40- Diversité du Capitalisme

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

Le capitalisme ne se conjugue pas au singulier, et c'est précisément cette diversité que ce cours explore à travers une démarche pluridisciplinaire croisant économie, sociologie et géopolitique. Les étudiants comparent les grands modèles de gouvernance, du libéralisme anglo-saxon au capitalisme d'État chinois en passant par les économies coordonnées européennes, et évaluent l'impact des grands modèles d'affaires tels que les GAFAM, les BATX, les entreprises familiales et les entreprises à impact sur les économies nationales. La réflexion s'articule autour de quatre axes : la rivalité systémique sino-américaine, les ruptures numériques et l'IA, la performance et l'éthique face aux inégalités et à la corruption, et la compatibilité du capitalisme avec les limites planétaires et les ODD. Un tableau de bord d'indicateurs multidimensionnels, intégrant notamment les indices IMD, les ODD de l'ONU, les mesures de Piketty, les indicateurs de la Heritage Foundation et l'indice de Transparency International, structure et objective l'ensemble des comparaisons..

## 5AXF18- Economie contemporaine

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

Avoir suivi un cours d'économie couvrant la microéconomie et la macroéconomie est un prérequis pour aborder ce cours dans les meilleures conditions. Capitalisant sur ces acquis, il ambitionne de doter les étudiants d'un cadre d'analyse solide pour appréhender les grands débats économiques contemporains et développer une capacité de réflexion critique, nourrie par des points de vue contrastés issus de chercheurs, d'économistes et de chefs d'entreprise. Le contenu s'articule en trois parties : la première examine les nouvelles formes d'organisation et de régulation de la production à l'ère des technologies et de l'économie de la connaissance ; la deuxième se penche sur les enjeux soulevés par la plateformes croissante de l'économie ; la troisième aborde les logiques propres à l'économie de l'immatériel, terrain sur lequel se jouent aujourd'hui nombre des transformations les plus structurantes pour les entreprises et les sociétés.

## 5AXF24 – Economie de la concurrence

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

Conçu à destination des avocats, ce cours est idéalement suivi après une introduction à la microéconomie, sans que cela constitue un prérequis strict. Si certains développements font appel à des formalismes algébriques, l'accent est délibérément placé sur des explications intuitives et accessibles, rendant les concepts économiques appropriables sans bagage technique avancé. L'objectif est double : approfondir la compréhension des grands principes économiques appliqués au droit de la concurrence, et développer la capacité des étudiants à enrichir leur analyse de cas antitrust réels, avec une attention particulière portée à la législation européenne. A la croisée du droit et de l'économie, ce cours offre ainsi aux futurs avocats une grille de lecture complémentaire et précieuse pour décrypter les enjeux concurrentiels auxquels ils seront confrontés dans leur pratique professionnelle.

## 5AXF41– Economie sociale et Solidaire

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

Ces vingt dernières années, l'Economie Sociale et Solidaire a connu une transformation profonde, marquée par l'émergence de nouveaux modèles à impact et de statuts inédits valorisant l'entrepreneuriat social. Ce cours explore cet espace en pleine réinvention en abordant des problématiques clés : nouvelles formes de solidarité, rôle de l'ESS dans la transition écologique, gouvernance, juste prix, hybridation entre marché et solidarité, et bouleversements introduits par la loi de juillet 2014. Il se déroule en deux phases : une phase conceptuelle s'appuyant sur des auteurs de référence tels que Jeantet, Laville et Draperi, et permettant d'identifier les acteurs clés de l'ESS tout en situant la place du don dans la société ; une phase d'immersion pratique fondée sur des témoignages de fondateurs d'entreprises incarnant le renouveau de l'ESS, parmi lesquels des alumni de l'emlyon.

## 5AXF07 – Energétique environnementale

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

Dans un contexte de verdissement accéléré de l'économie et des infrastructures, ce cours offre une introduction rigoureuse aux grandeurs fondamentales et aux principaux concepts liés à l'énergie, qu'il s'agisse de sa production, de son stockage ou de son utilisation. Les premières séances sont consacrées aux calculs fondamentaux, afin de donner aux étudiants une aisance concrète et opérationnelle avec tout ce qui touche à l'énergie. Le cours aborde ensuite des problématiques aussi centrales que le transport, l'isolation et la production locale d'énergie, avec pour fil conducteur la question de savoir comment transformer concrètement les modes de production pour répondre aux grands enjeux environnementaux. Le lien avec l'entrepreneuriat est explicitement établi grâce à l'intervention d'un entrepreneur local. Deux points importants sont à noter : l'ensemble des séances assurées par l'enseignant repose sur un usage intensif du calcul scientifique, et la forte dimension interactive du cours, qui implique une prise de notes soutenue en classe, le rend inadapté à un suivi à distance.

# Strategy and Organization

## 5AXB05- Gestion stratégique du changement

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

Un cours de management stratégique constitue le prérequis pour aborder ce cours dans les meilleures conditions. Situé à la croisée du management stratégique et de l'analyse organisationnelle, il invite les étudiants à appréhender simultanément les enjeux de positionnement concurrentiel, d'analyse des ressources et de capacités stratégiques, et les dynamiques internes que sont les rapports de force, la culture organisationnelle et le design des systèmes d'incitation. La question centrale qui traverse le cours est celle de l'alignement : l'organisation est-elle cohérente avec la stratégie visée, et quels bénéfices y a-t-il à la transformer pour embrasser une nouvelle orientation ? Pour y répondre, le cours alterne entre l'étude des théories fondamentales sur le pouvoir, la culture et la conduite du changement, et l'analyse de cas concrets apportés par des intervenants externes ou issus de la littérature pédagogique.

## 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.

## 5AXB09 – Introduction à la Gouv. d'entreprise

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

Proposé en format 100% online et asynchrone, cet électif aborde une question fondamentale de la vie des affaires : qui détient réellement le pouvoir de décider de l'avenir d'entreprises dont dépendent des milliers d'employés et des millions de consommateurs ? À travers une exploration des mécanismes d'équilibre des pouvoirs au sein des organisations, les étudiants découvrent le rôle central des actionnaires dans un système libéral capitaliste, tout en questionnant leur nature, leurs intérêts et les effets concrets de leurs actions sur la vie de l'entreprise. Le module éclaire les évolutions de l'actionnariat, présente les principaux dispositifs de contrôle des dirigeants en vigueur dans le monde, et invite à porter un regard critique sur les limites et les perspectives futures du gouvernement des entreprises – y compris dans les structures mutualistes et coopératives, où les « sociétaires » ou « coopérateurs » jouent un rôle analogue à celui des actionnaires. La démarche pédagogique s'appuie sur un dispositif original : la ville virtuelle de Corporatia, dont les différents quartiers thématiques (quartier historique, quartier des affaires, etc.) permettent à chaque étudiant d'explorer à son rythme les concepts et les enjeux au coeur du cours.

## 5AXB02 – Manager par le travail réel

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

Fortement recommandé aux étudiants disposant d'une première expérience professionnelle en entreprise, cet électif vise à doter les étudiants de réflexes et de techniques concrètes de management opérationnel. L'enjeu n'est pas d'apprendre à gérer, mais bien à manager : percevoir, développer, évaluer et encourager le travail de ses collaborateurs au plus près de leurs réalités. Le coeur de la démarche repose sur la distinction entre travail prescrit et travail réel, celui effectivement accompli sur le terrain, souvent fort éloigné des consignes initiales, mais riche de bricolages, d'adaptations et de capacités d'innovation. Ancré dans les travaux de recherche du centre IFGE d'emlyon, le cours intègre en permanence les enjeux contemporains tels que le télétravail ou la RSE. La pédagogie en e-learning favorise un apprentissage autonome et individualisé, tout en exigeant un engagement régulier et rigoureux, semaine après semaine, dans le respect des délais fixés.

## 5AXF58 – Risque géopolitique : méthode & pratique

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

Accessible aussi bien aux étudiants ayant déjà suivi des cours de géopolitique qu'à ceux qui n'en ont jamais fait, cet électif place tous les participants sur un pied d'égalité : l'expérience préalable ne constitue ni un avantage ni un handicap. L'objectif est d'apprendre une démarche intellectuelle rigoureuse et de construire une véritable compétence géopolitique à visée professionnelle, bien loin du cours traditionnel de type classe préparatoire où un contenu figé est restitué en dissertation. Ici, chaque étudiant produit lui-même une analyse géopolitique appliquée à une situation réelle d'entreprise. Le cours ne propose pas un panorama de l'ordre mondial ni une lecture pays par pays : il s'agit de développer une méthode, dont le point de départ est le choix des données et des sources d'analyse. Un temps important est également consacré à l'identification de ses propres représentations et biais cognitifs, étape indispensable avant d'engager l'analyse elle-même. Pensée systémique et rigueur intellectuelle sont les deux qualités essentielles pour tirer le meilleur parti de cet enseignement.

## 5AXB03 – Stratégie, Business model & Marketing

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

Des connaissances préalables en stratégie et en marketing sont requises pour suivre cet électif, qui a précisément pour ambition de tisser des liens concrets entre ces deux disciplines trop souvent abordées séparément. La démarche repose sur trois axes complémentaires : apprendre à « stratégiser » par le marketing, c'est-à-dire construire une stratégie d'entreprise en plaçant la relation client au cœur du raisonnement ; intégrer la malléabilité des business models comme levier de sécurisation de la création de valeur ; et enfin « marketer » la stratégie, autrement dit mobiliser les outils du marketing pour convaincre et embarquer les parties prenantes autour d'une vision stratégique. Cet enseignement invite ainsi les étudiants à dépasser la frontière habituelle entre les deux champs pour développer une pensée intégrée, au plus près des réalités de l'entreprise.