



CATALOGUE DE COURS
BACHELOR 3 - SEMESTRE 6
2025-2026

SOMMAIRE

SEMESTRE 6.....	3
PRÉSENTATION DU BACHELOR.....	4
BUSINESS DEVELOPMENT	5
BD : Décisions d'achat.....	5
BD : Field Trip & Expérience.....	6
BD : Management de la Relation Client	7
BD : Pilotage du Développement Commercial.....	8
DIGITAL MANAGEMENT	9
DM : Stratégie Digitale	9
DM : Design Digital.....	10
DM : Entrepreneuriat Digital.....	11
DM : Marketing digital.....	12
MARKETING DU LUXE ET PREMIUMISATION.....	14
Luxe/Premium : communication et image(s) de marques	14
Luxe/Premium : distribution, retail et merchandising	15
Luxe/Premium : expérience client, vente et services	16
Luxe/Premium : gestion opérationnelle de la marque ET introduction à l'histoire du Luxe	17
MODULES HORS SPÉCIALISATIONS	18
Initiation à la recherche	18
Mémoire de fin d'études.....	20
Final Report.....	22
French culture and society S2.....	23
Human resource practices (ECH)	24
Intercultural Management and Communication S2	25
International issues (ECH).....	26
Management challenge (IS)	28
LANGUES S6	29
Business English S6.....	29
Chinois S6.....	30
Deutsch S6.....	31
Español S6.....	32
Français S6.....	33
Italiano S6.....	35

SEMESTRE 6

Semestre 6		Heures	Crédits ECTS
Langue vivante 1 S6 : Business English S6		15	2
Langue vivante 2 S6 : Français S6, Deutsch S6, Italiano S6, Espanol S6, Chinois S6		15	2
Management challenge (IS)		12	2
Intercultural Management and Communication S2		21	4
French culture & society S2		21	4
International issues (ECH)		18	3
Human Resources practices (ECH)		18	3
Initiation à la recherche		30	18
Mémoire de recherche			(4 + 14)
EA Final report			4
Spécialisation			
Business Dev (Dijon) - en Français	BD : Management de la Relation Client	39	4
	BD : Field Trip & Experience	33	3
	BD : Décisions d'achat	15	2
	BD : Pilotage du Développement Commercial	33	3
Luxe et Premiumisation (Dijon) - en Français	LP : Communication et image(s) de marques	27	4
	LP : Distribution, retail et merchandising	24	2
	LP : Expérience client, vente et services	24	2
	LP : gestion opérationnelle de la marque ET introduction à l'histoire du Luxe	45	4
Management digital (Lyon)	DM : Entrepreneuriat Digital	30	3
	DM : Stratégie Digitale	30	3
	DM : Design Digital	30	3
	DM : Marketing Digital	30	3
TOTAL S6		270	54

PRÉSENTATION DU BACHELOR

BURGUNDY SCHOOL OF BUSINESS



Notre **Bachelor en Management** est un programme de 3 ans conçu pour vous apporter les **compétences essentielles** en management, marketing et business tout en développant vos compétences comportementales : agilité, ouverture d'esprit, créativité, esprit d'entreprise et pensée collective.

Choisir BSB, c'est choisir une immersion internationale, des connexions fortes avec le monde de l'entreprise, une pédagogie orientée Do et Learn. Notre modèle d'enseignement et notre équipe dédiée nous permettent d'apporter un soutien individuel à chaque étudiant.

Avec le programme **Bachelor in Management** BSB vous développez les compétences incontournables aux métiers du management et les soft skills essentielles en entreprise : agilité, ouverture d'esprit, créativité, esprit d'entreprendre, sens du collectif...
Immersion internationale, connexion forte au monde de l'entreprise, pédagogie fondée sur l'Active Learning... en choisissant le Bachelor BSB vous avez la garantie d'accélérer votre employabilité et de maximiser vos chances de réussite aux concours d'entrée en Master Grande École.

UN DIPLÔME RECONNU EN FRANCE ET À L'INTERNATIONAL



Le Bachelor in Management BSB est visé Bac +3 par le ministère de l'Enseignement Supérieur, de la Recherche et de l'Espace, et confère le Grade de Licence. Il donne accès à la poursuite d'études en Master Grande École (Bac +5).

Ainsi, après notre réaccréditation AACSB pour 5 ans en 2019, notre réaccréditation EQUIS pour 3 ans en 2022, l'École vient de décrocher l'accréditation AMBA.

BUSINESS DEVELOPMENT

BD : Décisions d'achat

Volume horaire en face à face : 15

ECTS : 2

Semestre : Printemps

Responsable du module : JANOD Christelle

Pré-requis : Ensemble des compétences du cursus Bachelor

Description : Comprendre les attentes et techniques de l'acheteur donner aux étudiants accès à la connaissance des acteurs de la négociation : l'acheteur, responsable du processus d'achat ; et le vendeur, ambassadeur commercial de l'entreprise. L'ensemble des phases et des outils de la relation achat sont abordés dans ce cours, y compris la résolution des situations conflictuelles et la découverte de solutions gagnant-gagnant.

Objectifs d'apprentissage : Savoir négocier dans la fonction achat

Démarche pédagogique :

Outils pédagogiques : Cas. Support de cours

Méthodes pédagogiques : Présentations orales

Evaluations pédagogiques :

Contrôle collectif continu - Dossier collectif 30%

Contrôle individuel continu - Étude de cas individuelle 70%

Compétences :

BACH PS BD - Connaître et savoir utiliser les techniques et outils nécessaires pour exercer un métier lié au business development

BACH PS BD 02 - Connaître les bases des techniques d'achat dans le cadre d'un environnement économique et selon les attentes de l'acheteur

[Plus d'informations](#)

BD : Field Trip & Expérience

Volume horaire en face à face : 33

ECTS : 3

Semestre : Printemps

Responsable du module : JANOD Christelle

Pré-requis : Ensemble des compétences du cursus Bachelor

Description : Connaître les différents métiers de l'intérieur

Ce module amènera les étudiants à découvrir les différents métiers accessibles après leur diplôme autour d'interventions de professionnels, visites d'entreprise, d'interview de professionnels etc...

Objectifs d'apprentissage : Savoir identifier les différents métiers existants

Démarche pédagogique :

Outils pédagogiques : DVD - Support Vidéo. Support de cours. Visite d'entreprise. E-learning

Méthodes pédagogiques : Présentations orales. Interviews. Méthodes & Outils d'analyse de soi

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel final - Présentation orale individuelle 100%

Compétences :

BACH PS BD - Connaître et savoir utiliser les techniques et outils nécessaires pour exercer un métier lié au business development

BACH PS BD 04 - Connaître les différents métiers et opportunités de carrière d'un Business Développeur

[Plus d'informations](#)

BD : Management de la Relation Client

Volume horaire en face à face : 39

ECTS : 4

Semestre : Printemps

Responsable du module : JANOD Christelle

Pré-requis : Ensemble des compétences du cursus Bachelor

Description : Accompagner le client dans le cadre d'un projet global

Ce module permettra aux étudiants de comprendre la relation client dans sa globalité. Savoir identifier le contexte du besoin du client afin d'adapter l'offre commerciale. Avoir une vision globale du projet du client pour concrétiser un partenariat sur le long terme.

Objectifs d'apprentissage : Savoir négocier de manière complexe/globale

Démarche pédagogique :

Outils pédagogiques : Cas. Support de cours

Méthodes pédagogiques : Études de cas. Simulations

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Présentation orale individuelle 100%

Compétences :

BACH PS BD - Connaître et savoir utiliser les techniques et outils nécessaires pour exercer un métier lié au business development

BACH PS BD 01 - Être capable de gérer la relation client dans sa globalité en vue d'un partenariat.

[Plus d'informations](#)

BD : Pilotage du Développement Commercial

Volume horaire en face à face : 33

ECTS : 3

Semestre : Printemps

Responsable du module : JANOD Christelle

Pré-requis : ensemble des compétences du cursus Bachelor

Description : Améliorer les performances par la maîtrise du business plan commercial connaître l'ensemble des techniques permettant la conception et la réalisation d'un Plan d'Action Commerciale : le diagnostic, la segmentation, le ciblage des prospects, l'analyse quantitative des clients existants, l'analyse qualitative des clients existants, l'organisation de l'action des commerciaux. Les étudiants pourront en outre apprendre la gestion de la ressource "temps", avec l'optimisation des visites commerciales, la gestion du cycle de vente et de la progression des affaires, ainsi que la création et l'utilisation d'un tableau de bord opérationnel. [reprise du contenu précédent de la spécialité]

Objectifs d'apprentissage :

- Savoir définir l'action commerciale
- Connaître les paramètres de création et mise en œuvre d'un plan d'action commerciale

Démarche pédagogique :

Outils pédagogiques : Cas. Support de cours

Méthodes pédagogiques : Études de cas. Présentations orales

Evaluations pédagogiques :

Contrôle collectif continu - Étude de cas collective 30%

Contrôle individuel continu - Examen sur table 70%

Compétences :

BACH PS BD - Connaître et savoir utiliser les techniques et outils nécessaires pour exercer un métier lié au business development

BACH PS BD 03 - Etre capable d'appliquer les techniques liées à l'élaboration et la mise en œuvre d'un plan d'action commerciale en comprenant les enjeux

[Plus d'informations](#)

DIGITAL MANAGEMENT

DM : Stratégie Digitale

Volume horaire en face à face : 30

ECTS : 3

Semestre : Printemps

Responsable du module : ISAKSSON Siri

Pré-requis: Avoir les bases d'un diagnostic stratégique externe et interne

Description: La digitalisation conduit à une transformation économique, culturelle et organisationnelle qu'il convient de comprendre et analyser pour mieux pouvoir la manager. Ce cours propose une introduction aux différents enjeux de la transformation digitale en s'intéressant à l'évolution des différentes fonctions de l'entreprise et des business models.

Objectifs d'apprentissage : • Savoir définir la dynamique de digitalisation • Identifier les enjeux du management d'une transformation digitale • Analyser des business models digitaux

Démarche pédagogique :

Outils pédagogiques : Manuel. Cas. Support de cours

Méthodes pédagogiques : Études de cas. Projets. Activité de conseil

Evaluations pédagogiques :

Contrôle collectif continu - Étude de cas collective 50%

Contrôle individuel continu - Examen sur table 50%

Compétences :

BACH PS DM - Connaître et savoir utiliser les techniques et outils nécessaires pour exercer un métier lié au management digital

BACH PS DM 05 - Identifier les enjeux stratégiques et culturels de la digitalisation des entreprises et de leur business

[Plus d'informations](#)

DM : Design Digital

Volume horaire en face à face : 30

ECTS : 3

Semestre : Printemps

Responsable du module : ISAKSSON Siri

Pré-requis : La licence Adobe sera fournie par l'école pour le temps de la formation. Un matériel technique adapté est nécessaire pour pouvoir suivre ce module.

Description : Ce cours vise à former à la création de contenu visuel avec le logiciel Photoshop. Les étudiants apprendront les fonctionnalités principales de l'outil. La licence Adobe sera fournie pour le temps de la formation et un matériel technique adapté est nécessaire pour pouvoir suivre ce module.

Objectifs d'apprentissage :

- Savoir redimensionner, recadrer, retoucher les couleurs, la luminosité et les imperfections d'une image numérique
- Savoir utiliser les calques
- Maîtriser le détournage
- Savoir ajouter du texte à une image numérique

Démarche pédagogique :

Outils pédagogiques : Support de cours. E-learning. Manuel

Méthodes pédagogiques : Projets. Internet

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Dossier individuel 100%

Compétences :

BACH PS DM - Connaître et savoir utiliser les techniques et outils nécessaires pour exercer un métier lié au management digital

BACH PS DM 02 - Savoir utiliser des outils numériques

[Plus d'informations](#)

DM : Entrepreneuriat Digital

Volume horaire en face à face : 30

ECTS : 3

Semestre : Printemps

Responsable du module : NOISETTE Bruno

Pré-requis : Aucun

Description : L'objectif de ce module est d'étudier les différentes phases de développement d'un projet entrepreneurial dans un environnement digital : de la conception d'une proposition de valeur à la recherche d'accompagnement et de financement. Ce module offre également l'opportunité de partir à la rencontre d'entrepreneurs et de visiter différents incubateurs lyonnais orientés sur les nouvelles technologies.

Objectifs d'apprentissage :

- Analyser les défis de l'entrepreneuriat digital
- Proposer des recommandations adaptées aux défis de développement d'une entreprise digitale
- Lancer un projet entrepreneurial

Démarche pédagogique : Visite d'incubateurs lyonnais pour découvrir les défis entrepreneuriaux et startups digitales à succès

Outils pédagogiques : Cas. Visite d'entreprise

Méthodes pédagogiques : Études de cas. Projets. Activité de conseil

Evaluations pédagogiques :

Contrôle collectif continu - Présentation orale collective 50%

Contrôle individuel continu - Examen sur table 50%

Compétences :

BACH PS DM 04 - Être capable de mettre en place des éléments de base d'un projet digital entrepreneurial

BACH PS DM - Connaître et savoir utiliser les techniques et outils nécessaires pour exercer un métier lié au management digital

[Plus d'informations](#)

DM : Marketing digital

Volume horaire en face à face : 30

ECTS : 3

Semestre : Printemps

Responsable du module : RODRIGUEZ Mauricio

Pré-requis : Introduction au Marketing

Description : Ce cours fournit aux étudiants les connaissances et les compétences nécessaires pour concevoir des campagnes de marketing digital stratégiques dans le cadre d'un effort de marketing intégré.

En mettant l'accent sur la stratégie plutôt que sur des tactiques isolées, il guide les participants à travers le processus complet : de la rédaction du brief et de la formulation de la stratégie jusqu'au développement tactique, à la mise en œuvre et à l'évaluation. Les participants s'engageront avec des cadres qui alignent l'intention stratégique sur l'exécution tactique, tout en explorant les principes du growth marketing et une approche fondée sur les preuves pour la conception de campagnes, tout en évaluant également le rôle de l'intelligence artificielle (IA) dans l'acquisition de clients, la génération de trafic et la croissance.

Des études de cas et des lectures révèlent la complexité de l'application d'une stratégie digitale dans des contextes variés, tandis que des exercices pratiques favorisent l'acquisition de compétences concrètes. Le projet final met les étudiants au défi de concevoir une stratégie digitale pour une entreprise opérant à Lyon, démontrant une compréhension nuancée des contextes socioculturels et du comportement des consommateurs locaux.

Objectifs d'apprentissage :

- Évaluer de manière critique le rôle du marketing digital au sein des stratégies de marketing intégrées, en identifiant comment les canaux digitaux contribuent au positionnement et à la création de valeur.
- Développer des cadres stratégiques qui alignent les initiatives digitales avec les objectifs organisationnels plus larges, en dépassant les tactiques fragmentées.
- Concevoir et mettre en œuvre une stratégie complète de marketing digital, de la conception et du développement tactique jusqu'à l'exécution et l'évaluation, en intégrant à la fois des perspectives globales et locales.
- Appliquer des outils d'analyse et les principes du growth marketing pour évaluer la performance, interpréter les KPI et les OKR, et optimiser les campagnes.
- Collaborer et résoudre des problèmes à travers des études de cas et des scénarios réels, en adaptant les stratégies à des marchés diversifiés.

Démarche pédagogique : Le cours est interactif et orienté vers la pratique, combinant :

1. Cours magistraux Les cours introduiront les principaux concepts théoriques et leurs applications pratiques à travers des discussions, des exercices, des vidéos et des études de cas réels provenant d'entreprises reconnues pour leurs campagnes de marketing digital primées. Les étudiants auront accès à l'ensemble des supports de cours à l'avance sur Moodle afin de pouvoir préparer le contenu avant chaque séance. Le style d'enseignement est interactif et repose largement sur la participation, faisant de l'implication active des étudiants une partie centrale de l'expérience d'apprentissage. L'ensemble du contenu présenté en cours sera inclus dans l'évaluation finale.

2. Lectures, vidéos, podcasts et études de cas Les lectures, vidéos, podcasts et études de cas assignés sont obligatoires. Ils constitueront la base des discussions et exercices en classe. Les étudiants sont tenus de compléter tous les supports avant chaque séance afin d'assurer des contributions pertinentes pendant le cours. Les lectures seront discutées en profondeur pendant les séances et la participation pourra ajouter ou retrancher des points à votre note de contrôle continu. Dans ce syllabus, une section de lectures optionnelles est proposée ; elles ne sont pas obligatoires, mais représentent une liste sélectionnée de lectures, vidéos et podcasts intéressants qui enrichiront vos connaissances sur le sujet.

3. Travaux à rendre Les étudiants réaliseront des travaux individuels pratiques conçus pour appliquer les concepts étudiés en cours. La description du projet final en groupe et de l'examen final est expliquée dans la section suivante. Les étudiants sont tenus de préparer tous les supports à l'avance et de participer activement aux discussions.

Outils pédagogiques : E-learning. Manuel. Cas. Support de cours

Méthodes pédagogiques : Séminaires. Études de cas. Recherches. Projets. Internet. Activité de conseil

Evaluations pédagogiques :

Contrôle collectif continu - Étude de cas collective 50%

Contrôle individuel continu - Examen sur table 50%

Compétences :

BACH PS DM - Connaître et savoir utiliser les techniques et outils nécessaires pour exercer un métier lié au management digital

BACH PS DM 01 - Connaître et comprendre les bases des stratégies du marketing digital et du comportement digital du consommateur

[Plus d'informations](#)

MARKETING DU LUXE ET PREMIUMISATION

Luxe/Premium : communication et image(s) de marques

Volume horaire en face à face : 27

ECTS : 4

Semestre : Printemps

Responsable du module : TAVILLA Valérieane

Pré-requis : cours de marketing bachelor 1, 2, 3, cours de Politique de Communication/Communication bachelor 2

Objectifs d'apprentissage : Ce cours permet de comprendre et d'établir le lien entre la stratégie marketing et la stratégie de communication, dans un objectif de création d'image de marque dans le luxe/premium. Il permet aux étudiants de comprendre la place de la communication dans le luxe/premium.

Démarche pédagogique :

Outils pédagogiques : E-learning. Manuel. Cas. Support de cours

Méthodes pédagogiques : Études de cas. Recherches. Présentations orales. Enseigner

Evaluations pédagogiques :

Contrôle collectif continu - Dossier collectif 30%

Contrôle individuel continu - Étude de cas individuelle 70%

Compétences :

BACH PS ML - Connaître et savoir utiliser les techniques et outils nécessaires dans l'exercice d'un métier lié au marketing du luxe et de la premiumisation

BACH PS ML 05 - Connaître les enjeux et outils permettant de lier les stratégies marketing et communication et de déployer une marque positionnée luxe ou premium

[Plus d'informations](#)

Luxe/Premium : distribution, retail et merchandising

Volume horaire en face à face : 24

ECTS : 2

Semestre : Printemps

Responsable du module : TAVILLA Valérieane

Pré-requis : cours de marketing bachelor 1, 2 et 3, cours de négociation commerciale,

Objectifs d'apprentissage : comprendre et maîtriser les enjeux et les outils liés à la distribution et à l'aménagement du point de vente, dans le cadre d'une direction marketing et commerciale appliquée à un positionnement différenciant.

Démarche pédagogique :

Outils pédagogiques : Cas

Méthodes pédagogiques : Études de cas. Recherches. Enseigner

Evaluations pédagogiques :

Contrôle collectif continu - Étude de cas collective 30%

Contrôle individuel continu - Étude de cas individuelle 70%

Compétences :

BACH PS ML - Connaître et savoir utiliser les techniques et outils nécessaires dans l'exercice d'un métier lié au marketing du luxe et de la premiumisation

BACH PS ML 02 - Connaître les enjeux et les outils liés à la distribution ainsi qu'à l'aménagement d'un point de vente et savoir les appliquer à un positionnement stratégique différenciant

[Plus d'informations](#)

Luxe/Premium : expérience client, vente et services

Volume horaire en face à face : 24

ECTS : 2

Semestre : Printemps

Responsable du module : TAVILLA Valérieane

Pré-requis : cours de marketing et de relation client - négociation commerciale

Description : connaître les codes et les attentes du luxe en termes d'expérience et d'accompagnement du client. Comprendre et établir le lien entre la stratégie marketing, le plan d'action commerciale et la place du client appliqué à un positionnement différenciant.

Objectifs d'apprentissage : Ce cours offre une vision du marketing des services de la relation client et de la vente appliqués aux stratégies luxe et premium

Démarche pédagogique :

Outils pédagogiques : Cas. Support de cours

Méthodes pédagogiques : Études de cas. Recherches. Présentations orales. Enseigner

Evaluations pédagogiques :

Contrôle collectif continu - Étude de cas collective 30%

Contrôle individuel continu - Étude de cas individuelle 70%

Compétences :

BACH PS ML - Connaître et savoir utiliser les techniques et outils nécessaires dans l'exercice d'un métier lié au marketing du luxe et de la premiumisation

BACH PS ML 01 - Connaître les enjeux et les outils liés à l'expérience client et savoir les appliquer à un environnement/marché spécifique

[Plus d'informations](#)

Luxe/Premium : gestion opérationnelle de la marque ET introduction à l'histoire du Luxe

Volume horaire en face à face : 45

ECTS : 4

Semestre : Printemps

Responsable du module : TAVILLA Valérieane

Pré-requis : cours de marketing bachelor 1 et 2

Description : Deux blocs de 21h chacun, bloc 1 gestion opérationnelle de marque (offre, etc.) ET bloc 2 introduction à l'histoire du luxe

Démarche pédagogique :

Outils pédagogiques : Manuel. Cas. Autres. Support de cours. Ouvrage

Méthodes pédagogiques : Études de cas. Recherches. Présentations orales. Enseigner

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Étude de cas individuelle 50%

Contrôle individuel continu - Étude de cas individuelle 50%

Compétences :

BACH PS ML - Connaître et savoir utiliser les techniques et outils nécessaires dans l'exercice d'un métier lié au marketing du luxe et de la premiumisation

BACH PS ML 03 - Connaître les enjeux et les outils liés à l'élaboration et à la gestion de marques et savoir les appliquer à un environnement/marché spécifique

BACH PS ML 04 - Connaître et comprendre les éléments de contexte et d'évolution historiques du secteur du luxe et savoir les exploiter pour proposer des solutions de valorisation dans une démarche marketing.

[Plus d'informations](#)

MODULES HORS SPÉCIALISATIONS

Initiation à la recherche

Volume horaire en face à face : 30 ECTS : 4 Semestre : Printemps

Responsable du module : REBOUD Sophie

Pré-requis : aucun

Description : Ce module d'Initiation à la recherche a pour objectif d'accompagner les étudiant(e)s dans toutes les étapes de réalisation de leur mémoire de fin d'études du programme Bachelor in Management. La méthode choisie est une pédagogie active (active learning) impliquant les étudiants pendant les heures de cours et nécessitant un travail en amont et en aval des séances (lecture et visionnage de capsules vidéo, recherche documentaire).

Identification d'un sujet, Formulation d'une problématique, Recherche documentaire, Analyse et synthèse d'un article scientifique, Rédaction d'un plan de mémoire, Présentation orale d'un projet de mémoire

Objectifs d'apprentissage : Les objectifs d'apprentissage de ce module permettront aux étudiant(e)s :

- (1) d'apprendre à formuler une problématique liée à une situation professionnelle et en lien avec la spécialisation choisie par les étudiant(e)s ;
- (2) de mener des recherches bibliographiques et de savoir différencier la nature des documents
- (3) d'exploiter la substance des documents et d'en retirer des éléments pertinents permettant de préciser la problématique et/ou d'y répondre ;
- (4) d'analyser le contenu d'un article scientifique et d'en faire une synthèse critique ;
- (5) de structurer les idées pour former un plan détaillé articulé autour d'une revue de littérature et d'une partie appliquée ;
- (6) de citer les divers documents en respectant les normes de présentation et la charte éditoriale BSB ;
- (7) de présenter à l'oral différents livrables associés à la réalisation du mémoire faisant l'objet ou non d'une évaluation certificative.

En suivant ce module, les étudiant(e)s développeront les compétences suivantes (cf Référentiel de compétences du Bachelor in Management) :

- Savoir collecter de l'information, l'organiser, en évaluer la pertinence et la restituer
- Faire preuve d'esprit de synthèse, savoir exercer son esprit critique et savoir argumenter
- Savoir s'exprimer à l'écrit
- Savoir s'exprimer à l'oral

Démarche pédagogique : La méthode choisie est une pédagogie active (active learning) impliquant les étudiants pendant les heures de cours et nécessitant un travail en amont et en aval des séances (lecture et visionnage de capsules vidéo, recherche documentaire).

Outils pédagogiques :

Méthodes pédagogiques :

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Synthèse individuelle 60%

Contrôle collectif continu - Présentation orale collective 40%

Compétences :

BACH GS 01 - Être capable d'analyser des informations et de communiquer

BACH GS 01.06 - Développer une argumentation structurée avec esprit critique

BACH GS 01.07 - Rédiger un document structuré en langue française

BACH GS 01.09 - Réaliser une revue de littérature

[Plus d'informations](#)

Mémoire de fin d'études

Volume horaire en face à face : 0

ECTS : 14

Semestre : Printemps

Responsable du module : REBOUD Sophie

Pré-requis : NA

Description : Le mémoire est un document écrit composé des éléments suivants :

- Une introduction présentant le sujet, la problématique et le plan ;
- Une première partie correspondant à une revue de littérature recensant de manière structurée les idées principales issues de documents variés notamment au minimum de trois ou quatre articles académiques ;
- Une seconde partie appliquée mobilisant des ressources documentaires factuelles (éléments chiffrés, restitution d'expériences, description de situation professionnelle ou sectorielle) venant illustrer et mettre en perspective les idées avancées dans la première partie ;
- Une conclusion rappelant la problématique et les principaux éléments de réponse apportés et proposant un regard critique sur la réalisation du travail (limites du travail, acquisition de connaissances et de compétences liées à ce travail) ;
- Une bibliographie respectant les normes définies dans la Charte éditoriale (voir annexe 1);
- Des annexes mentionnant des documents illustratifs.
- La grille d'évaluation du mémoire

The dissertation is a written document consisting of the following elements :

- An introduction presenting the subject, the problematic and the plan;
- A first part corresponding to a literature review listing in a structured way the main ideas from various documents, in particular at least three academic articles;
- An applied second part mobilising factual documentary resources (figures, experience reports, description of professional or sectoral situations) to illustrate and put into perspective the ideas put forward in the first part;
- A conclusion recalling the problematic and the main elements of the answer provided and proposing a critical look at the work carried out (limits of the work, acquisition of knowledge and skills linked to this work);
- A bibliographic section
- Appendices with illustrative documents.
- The evaluation grid for the dissertation (see Annex 2)

Objectifs d'apprentissage : La formation au diplôme de Bachelor in Management de Burgundy School of Business comprend une initiation à la recherche qui passe par la réalisation d'un mémoire de fin d'études. Ce travail répond à un double objectif d'apprentissage :

- initier les étudiant(e)s à la recherche par la démarche demandée : formulation d'une problématique, identification et analyse de ressources documentaires dont des articles scientifiques, mise en relation d'informations de nature scientifique et de nature factuelle ;
- développer une connaissance approfondie sur un champ professionnel donné correspondant au choix de spécialisation des étudiant(e)s.

Plus précisément, les étudiant(e)s développeront les compétences suivantes (cf Référentiel de compétences du Bachelor in Management) :

- Savoir collecter de l'information, l'organiser, en évaluer la pertinence et la restituer
- Faire preuve d'esprit de synthèse, savoir exercer son esprit critique et savoir argumenter
- Savoir s'exprimer à l'écrit
- Savoir s'exprimer à l'oral

The Bachelor in Management dissertation is a written document aiming at formulating a problematic linked to a professional reality and at answering it by mobilizing and putting into perspective various documentary resources among which scientific articles. This work has a double learning objective:

- to initiate students to research through the required approach: formulation of a problem, identification and analysis of documentary resources including scientific articles, comparison of scientific and factual information;
- develop an in-depth knowledge of a given professional field corresponding to the students' choice of specialisation. More specifically, students will develop the following competences (see Bachelor in Management Competence Framework):
- Know how to collect information, organise it, evaluate its relevance and present it
- Be able to synthesise, to exercise a critical mind and to argue
- Ability to express oneself in writing
- Ability to express oneself orally

Démarche pédagogique :

Outils pédagogiques : E-learning. Manuel. Revue. Base de données. Fascicule. Support de cours. Ouvrage

Méthodes pédagogiques : Recherches. Projets. Présentations orales. Enquêtes. Analyse d'un panel

Evaluations pédagogiques :

Contrôle collectif continu - Présentation orale collective 40%

Contrôle collectif continu - Dossier collectif 60%

[Plus d'informations](#)

Final Report

ECTS : 8

Pré-requis : Aucun

Description :

Le final report est une recherche thématique et une analyse sur un sujet en relation avec les disciplines académiques qui ont été étudiées dans le programme de Bachelor à Burgundy School of Business. Il est considéré comme la conclusion du cursus Bachelor en marketing, management et commerce international. Il doit être réalisé avec des références académiques pertinentes et des exemples d'expériences d'entreprises.

Objectifs d'apprentissage :

Les objectifs d'apprentissage sont les suivants :

- Être capable de faire une synthèse professionnelle en relation avec les disciplines académiques étudiées sur le programme bachelor
- Collecter et analyser de l'information à partir de sources académiques
- Trouver et analyser des exemples en entreprise
- Analyser et comprendre les entreprises à la lumière des connaissances acquises sur le cursus bachelor
- Savoir faire une synthèse en mettant en perspective les acquis théoriques dans un contexte réel d'entreprise

French culture and society S2

Volume horaire en face à face : 21

ECTS : 4

Semestre : Printemps

Responsable du module : TALPAIN Iryna

Pré-requis: None

Description: A panorama of today's French culture and society: The family, work and employment, entertainment, religion, education, the institutions... A guided tour (Dijon or Lyon)

Each class:

- a mix of lectures, discussions, role plays
- a 3-hour guided tour (Dijon or Lyon)

Objectifs d'apprentissage : At the end of this module, students will be able to understand the way the French society works, the values and beliefs held by the French, some of the people's idiosyncrasies and cultural differences between their native country and France.

Démarche pédagogique : An interactive class:

- lectures and discussions
- guided tours
- reflective writing (a diary)
- role plays as interactive as possible

Outils pédagogiques : CD - Support Audio. DVD - Support Vidéo. Support de cours

Méthodes pédagogiques : Analyses critiques. Groupes de discussion. Présentations orales. Débats. Simulations. Internet. Jeux. Libre discussion autour d'un thème

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Non renseigné 50%

Contrôle individuel continu - Non renseigné 50%

[Plus d'informations](#)

Human resource practices (ECH)

Volume horaire en face à face : 18

ECTS : 3

Semestre : Printemps

Responsable du module : POURQUIER Catherine

Pré-requis: Aucun

Description: Title : Human Resource Practices Course focused on management and HRM practices. Every manager is a local HR manager. As a future manager, you must practice local HRM practices.

Active learning

Objectifs d'apprentissage : At the end of this course, the participants will have staged different management and HRM practices and will be able to debrief and analyze them. The practical application is completed by the writing of HRM incidents or situations.

Démarche pédagogique : active learning and practices

Outils pédagogiques : E-learning. Cas. Support de cours

Méthodes pédagogiques : Présentations orales. Débats. Simulations. Activités théâtrales

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Examen sur table 60%

Contrôle collectif continu - Présentation orale collective 40%

[Plus d'informations](#)

Intercultural Management and Communication

S2

Volume horaire en face à face : 21

ECTS : 4

Semestre : Printemps

Responsable du module : TALPAIN Iryna

Pré-requis: None

Description: Foreign culture and communication: foreign students will be mixed in the class to share their experiences and are asked to understand other cultures. They can therefore approach intercultural management during the sessions through exercises and situations from other cultures. Main topics: Intercultural management, communication in a foreign culture and team building. Inclusive language. Cultural differences.

Each class: lectures, discussions, critical incidents, role plays, case studies, group communication via Teams, mini-tests & assignments via Forms A group project followed by a group presentation (e.g. a FlipGrid video) Topics: Culture shock, values and heroes, discrimination, cultural differences and communication in Management, Inclusive language, critical incidents in management, Diversity and how to manage it, etc

Objectifs d'apprentissage :

To facilitate social integration of foreign students at BSB through a better understanding of the cultural differences between France and their home countries

To increase awareness of differences among business people (values, customs, traditions, etc.) from other cultures to pave the way for successful intercultural management and communication.

To respect other cultures within an international context

To make students more communicative in a foreign culture and team building

To learn how to lead global organizations with a diversity of profiles

To show the importance of inclusive language

Démarche pédagogique : Blended learning: a mix of traditional face-to-face classes (lectures, discussions, critical incidents, role plays, case studies) with online activities (all class materials, assignments and group communication are via Microsoft Teams + FlipGrid videos).

Outils pédagogiques : DVD - Support Vidéo. Cas. Support de cours. Autres

Méthodes pédagogiques : Recherches. Incidents critiques. Groupes de discussion. Présentations orales. Activités théâtrales. Études de cas. Projets. Internet. Jeux. Libre discussion autour d'un thème

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Non renseigné 30%

Contrôle collectif continu - Non renseigné 30%

Contrôle individuel continu - Non renseigné 40%

[Plus d'informations](#)

International issues (ECH)

Volume horaire en face à face : 18

ECTS : 3

Semestre : Printemps

Responsable du module : DITTER Jean-Guillaume

Pré-requis : NA

Description: This course provides an overview of the major themes and issues within the field of geopolitics, allowing students to develop a broad understanding of the subject matter and its practical implications in the contemporary business world.

Course objectives :

Develop an understanding of the concept of geopolitics, including its historical context, theoretical frameworks, and practical applications.

Analyze and evaluate the complex interactions between geography, politics, and international relations in shaping geopolitical dynamics at the global, regional, and national levels.

Session 1 – Introduction:

Definition of geopolitics, historical context, and theoretical frameworks.

Session 2 – Post-Brexit EU:

Consequences of the United Kingdom's decision to leave the EU, including its impact on European integration and global alliances.

Session 3 – The Ukraine crisis: Factors contributing to the conflict between Ukraine and Russia, including territorial disputes, energy interests, and geopolitical rivalries.

Session 4 – Global China: China's political and economic presence worldwide, current implications.

Session 5 – The USA: Domestic evolution and global presence, relationships with China.

Session 6 – The Indo-Pacific region: Strategic importance, power rivalries, and emerging alliances in the Indo-Pacific region.

Objectifs d'apprentissage :

Course learning goals :

Explain the key concepts of geopolitics, including its theoretical foundations and the contributions of major geopolitical thinkers.

Critically examine various contemporary geopolitical challenges.

Develop research skills to gather and analyze relevant data, employ appropriate methodologies, and critically evaluate various sources in the field of geopolitics.

Communicate effectively through written assignments, oral presentations, and class discussions.

Démarche pédagogique :

Outils pédagogiques : E-learning. Cas. Support de cours

Méthodes pédagogiques : Études de cas. Recherches. Présentations orales. Débats. Internet

Evaluations pédagogiques :

Contrôle collectif continu - Étude de cas collective 40%
Contrôle individuel continu - Non renseigné 60%

[Plus d'informations](#)

Management challenge (IS)

Volume horaire en face à face : 12

ECTS : 2

Semestre : Printemps

Responsable du module : AJDUKOVIC Ivan

Pré-requis : Notions in finance, marketing, tax system et strategy.

Description : Online business simulation

In a team, define and adapt a firm's strategy in order to improve sells and profitability in a competitive environment

Objectifs d'apprentissage :

Understand how a company works

Understand relations between different dimensions of the same company

Identify how competitors can affect your firm's performance

Improve ability to take decisions

Enhance teamwork and leadership

Improve general skills 2, 3 and 4

Démarche pédagogique : 4 sessions of 3h

Outils pédagogiques : Manuel

Méthodes pédagogiques : Simulations. Internet. Compétitions

Evaluations pédagogiques :

Contrôle collectif continu - Jeu 35%

Contrôle collectif final - Dossier collectif 15%

Contrôle individuel final - Synthèse individuelle 50%

Compétences :

BACH GK 05 - Connaître les principaux outils numériques et d'aide à la décision

BACH GK 05.03 - Utiliser les outils d'aide à la décision

BACH GS 02 - Savoir adopter un comportement professionnel

[Plus d'informations](#)

LANGUES S6

Business English S6

Volume horaire en face à face : 15

ECTS: 2

Semestre : Printemps

Responsable du module : TALPAIN Iryna

Pré-requis: an optional module for BACH 3 TC & ALT in S6

Description: EXPANDING SKILLS: The S6 course is designed to help students develop & apply communication and different Business language skills + exam preparation for MGE if needs (optional/compulsory module, no credits)

Each class:

- a mix of selected audio/video supports (for example, Ted Talks) with a follow-up discussion or real case studies (group work)
- a mix of listening, reading activities
- grammar based on needs Homework: - is optional on Global Exam and/or assigned by teachers

Objectifs d'apprentissage : To improve and broaden students' ability to communicate effectively through spoken English. It covers various aspects of oral communication, including clarity, fluency, vocabulary, tone, body language, and overall confidence when expressing ideas, opinions, or information.

Démarche pédagogique : Blended learning: face-to-face classes with Microsoft Teams assignments via Forms + online self-study (an online language platform, Global Exam) + tailor-made coaching via Microsoft Teams based on students' needs & online tracking for BACH 3 TC students. (NO coaching for BACH 3 ALT students) Individual and group work. Discussions/debates. Real case studies.

Outils pédagogiques : CD - Support Audio. DVD - Support Vidéo. Support de cours. E-learning. Cas

Méthodes pédagogiques : Recherches. Groupes de discussion. Débats. Libre discussion autour d'un thème. Études de cas. Internet. Jeux

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Non renseigné 100%

Compétences :

BACH GK 08 - Savoir s'exprimer dans des langues étrangères

BACH GK 08.01 - S'exprimer à l'oral et à l'écrit en anglais

[Plus d'informations](#)

Chinois S6

Volume horaire en face à face : 15

ECTS : 2

Semestre : Printemps

Responsable du module : GRUNZIG Ina

Pré-requis: BACH3 Chinois S5

Description: L'approche de la matière se fera de multiples façons: textes inconnus, exercices d'audition, supports visuels, bandes sonores, BD, vidéo, etc.

Chaque leçon aura un thème, parfois très large, sur la culture chinoise, des traditions, l'Histoire, la langue, des légendes, etc... et des points de grammaire très précis et pointus (aspects duratifs des verbes, sens dérivés des compléments complexes de direction, adverbes corrélatifs, particules passives, phrases relatives, etc...)

Objectifs d'apprentissage : Ce cours vise à amener l'apprenant à parler et à comprendre avec une plus grande facilité la langue chinoise. Il lui permet également de pouvoir lire des textes sur des sujets variés à l'aide d'un dictionnaire, ainsi que de rédiger des textes courants. De plus, les points grammaticaux les plus importants ainsi que les notions des particularités grammaticales et lexicales du chinois sont vus, afin de permettre à l'apprenant de poursuivre seul son apprentissage par la suite.

Démarche pédagogique : Le module comporte 8 séances de 2 heures. Workshop sur thèmes proposés ; débats ; exposés ; discussions

Outils pédagogiques : CD - Support Audio. E-learning. DVD - Support Vidéo. Revue. Base de données. Support de cours

Méthodes pédagogiques : Projets. Présentations orales. Débats

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Non renseigné 100%

[Plus d'informations](#)

Deutsch S6

Volume horaire en face à face : 15

ECTS : 2

Semestre : Printemps

Responsable du module : POUX-MOINE Sandra

Pré-requis: Grundkenntnisse der deutschen Sprache, der Grammatik und Kenntnisse des Vokabulars der Semester 1 bis 5

Description:

Intensives Training der für den "concours" erforderlichen Kompetenzen anhand von Dialogen des vergangenen Jahres: Hörverstehen, schriftliche Notizen, Vorbereitung der Synthese und des Kommentars, mündliche Präsentation, Diskussion; Gruppenarbeit sowie individuelles Coaching

Objectifs d'apprentissage : Der Lernfortschritt hängt vom Niveau der Gruppe ab.

Démarche pédagogique : 10 Kurse zu 2 Stunden

Outils pédagogiques : CD - Support Audio. E-learning. DVD - Support Vidéo. Support de cours

Méthodes pédagogiques : Analyses critiques. Présentations orales. Débats. Internet

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Présentation orale individuelle 100%

[Plus d'informations](#)

Español S6

Volume horaire en face à face : 15

ECTS : 2

Semestre : Printemps

Responsable du module : POUX-MOINE Sandra

Pré-requis: Haber validado los modulos de B1 à B5

Description:

1)Ejercicios de comprensión oral.

2)Debates de los temas. Preguntas, expresión de ideas, expresión de desacuerdo y acuerdo, comentarios, etc.

3)Realización de apuntes. Para cada temas, se debe realizar una ficha de datos y resumen.

4)Ejercicios de vocabulario. Ejercicios para practicar y conocer vocabulario relacionando con los temas tratados. Vocabulario Español y Latinoamericano. 5)Ejercicios de gramática. Ejercicios para practicar los tiempos gramaticales y su uso.

Objectifs d'apprentissage : El alumno trabajará con contenidos sobre la actualidad en el mundo hispanohablante para mejorar sus diversas competencias lingüísticas. Practicará su comprensión oral por medio de audios y videos. Desarrollará su expresión escrita y su comprensión escrita al realizar resúmenes y apuntes de los temas escuchados.

Démarche pédagogique :

Outils pédagogiques : CD - Support Audio. E-learning. Fascicule. Support de cours

Méthodes pédagogiques : Analyses critiques. Groupes de discussion. Présentations orales. Débats. Libre discussion autour d'un thème

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Non renseigné 100%

[Plus d'informations](#)

Français S6

Volume horaire en face à face : 15

ECTS : 2

Semestre : Printemps

Responsable du module : TALPAIN Iryna

Pré-requis: Test de niveau avant Janvier avec Global Exam qui permettra de définir le niveau. BACH 3 FLE - optionnel.

Description: Entraîner aux 4 compétences, dispenser un enseignement linguistique et culturel et approfondir les acquis de Semestre 1.

Level 1 (= niveau débutant+) : Entraîner aux 4 compétences et dispenser un enseignement linguistique et culturel. Maîtriser de structures syntaxiques et de formes grammaticales courantes et développer un répertoire de vocabulaire correspondant à des besoins concrets ; d'agir et d'interagir sur des sujets personnel et public dans un environnement quotidien. (+ Global Exam DELF A1-A2)

Level 2 (= intermédiaire) : Entraîner aux 4 compétences et dispenser un enseignement linguistique et culturel. Renforcer et d'enrichir les compétences linguistiques et socio culturelles. Enseigner du français langue étrangère à visée professionnelle. A apprendre à l'étudiant de parler de ses études, de son travail, de ses projets ; d'agir et d'interagir sur des sujets personnel et public dans un environnement professionnel. (+ Global Exam DELF B1-B2)

Level 3 (= natifs/bilangues et C1-C2) : Un perfectionnement de la langue française, customisé. La pédagogie est autour de parcours customisés, projets individuels (choix libre), possibilité étudier LV3 avec plateforme en autonomie.

Objectifs d'apprentissage :

Level 1 (= niveau débutant+) : Entraîner aux 4 compétences et dispenser un enseignement linguistique et culturel. Maîtriser de structures syntaxiques et de formes grammaticales courantes et développer un répertoire de vocabulaire correspondant à des besoins concrets ; d'agir et d'interagir sur des sujets personnel et public dans un environnement quotidien.

Level 2 (= intermédiaire) : Entraîner aux 4 compétences et dispenser un enseignement linguistique et culturel. Renforcer et d'enrichir les compétences linguistiques et socio culturelles. Enseigner du français langue étrangère à visée professionnelle. Apprendre à l'étudiant à parler de ses études, de son travail, de ses projets ; d'agir et d'interagir sur des sujets personnel et public dans un environnement professionnel.

Level 3 (= natifs/bilangues et C1-C2) : Un perfectionnement de la langue française.

Démarche pédagogique : Apprentissage "blended": face-à-face + auto-apprentissage avec la plateforme en ligne Global Exam + sessions de coaching personnalisées pour répondre aux difficultés et besoins individuels

Outils pédagogiques : CD - Support Audio. DVD - Support Vidéo. Support de cours

Méthodes pédagogiques : Groupes de discussion. Débats. Internet. Jeux. Libre discussion autour d'un thème. Simulations

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Non renseigné 100%

BACH GK 08 - Savoir s'exprimer dans des langues étrangères

BACH GK 08.02 - Savoir s'exprimer dans un contexte professionnel dans une deuxième langue étrangère

[Plus d'informations](#)

Italiano S6

Volume horaire en face à face : 15

ECTS : 2

Semestre : Printemps

Responsable du module : POUX-MOINE Sandra

Pré-requis: Buona conoscenza della lingua e della cultura italiana. Buone basi grammaticali (vocabolario generale e specialistico).

Description: BACH Italiano 6 - Società, Cultura e Economia

Il corso prevede una preparazione che dia allo studente la possibilità di "conoscere" in maniera approfondita diversi aspetti attuali della "cultura, società ed economia italiana". Il tutto si svolgerà facendo parallelamente un lavoro di ripasso grammaticale e lessicale (sulla base dei problemi che emergono durante le esercitazioni).

Objectifs d'apprentissage : Understand and communicate in foreign languages Corso indirizzato agli studenti iscritti al secondo semestre del terzo anno Bachelor. Le lezioni ruotano attorno ai fatti che caratterizzano l'attualità italiana. Il corso mette l'accento sulle attività pratiche.

Démarche pédagogique :

Outils pédagogiques : CD - Support Audio. E-learning. DVD - Support Vidéo. Revue. Support de cours

Méthodes pédagogiques : Simulations. Internet

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Non renseigné 100%

[Plus d'informations](#)