



CATALOGUE DE COURS

2025-2026 Catalogue cours Bachelor 2 CURSUS FRANCOPHONE

SOMMAIRE

PRESENTATION DU BACHELOR.....	4
SEMESTRE 3.....	5
Affaires et questions internationales	5
Contrôle de gestion.....	6
Droit 2.....	7
English tutoring.....	8
Politique de communication	9
Politique produits et services	10
Public speaking and eloquence	11
BACH 2 Business English S3.....	12
BACH 2 Chinois S3.....	13
BACH 2 Deutsch S3	14
BACH 2 Espanol S3	15
BACH 2 Français S3	16
BACH 2 Italiano S3.....	17
SEMESTRE 4.....	18
Stage / Internship Bach 2	18
Artificial Intelligence in Business (IS)	19
Bach Art et culture.....	20
Digital communication (IS)	21
Entrepreneuriat innovant et durable	22
Human resource practices (IS)	23
Introduction à la finance d'entreprise.....	24
Management challenge (IS)	25
Négociation commerciale B to B.....	26
Politique de distribution	27
Transition écologique	28
Introduction to Wine Industry	29
Web Module.....	29
Intercultural Management and Communication S2	30
French culture and society S2.....	31
EA Final Report	32
BACH 2 Business English S4	33
BACH 2 Chinois S4	35
BACH 2 Deutsch S4.....	36
BACH 2 Espanol S4.....	37
BACH 2 Français S4.....	38
BACH 2 Italiano S4.....	39

Semestre 3	Langues	Heures module	Crédits ECTS
Affaires et questions Internationales		27	4
Contrôle de gestion		27	4
Politique de Communication		27	4
Politique produits et services		27	4
English tutoring		21	2
Public speaking and eloquence		21	
Droit 2		27	4
Business English S3		13,5	1
LV2 S3		13,5	1
TOTAL S3		204	24
Semestre 4	Langues	Heures module	Crédits ECTS
Politique de distribution		12	2
Transition écologique		12	2
Négociation commerciale B to B		24	4
Introduction à la finance d'entreprise		24	4
Art et culture (Dijon & Lyon)		24	3
Introduction to Wine Industry (Dijon)			
Web module (Dijon & Lyon)			
Entrepreneuriat innovant et durable		24	3
Business English S4		12	1
LV2 S4		12	1
Digital communication (IS)		24	3
Human Resources practices (IS)		24	3
Management challenge (IS)		12	2
Artificial Intelligence in Business (IS)		12	2
Intercultural Management and Communication S2		21	4
French culture & society S2		21	4
EA Final report			4
TOTAL S4		258	42
Stage (ou monographie d'entreprise pour les étudiants internationaux)			6

Art et Culture / Web module / Introduction to Wine Industry :
modules électifs.
Vous n'êtes autorisé à choisir qu'UN SEUL parmi les 2 modules.

PRESENTATION 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'Innovation, 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.

SEMESTRE 3

Affaires et questions internationales

Volume horaire en face à face : 27 **ECTS:** 4 **Semestre :** Automne

Responsable du module : DITTER Jean-Guillaume

Pré-requis: Aucun

Description: Dans le contexte d'une économie globalisée subissant les effets de plusieurs crises, il est essentiel de comprendre les grands débats contemporains et la nature des interactions entre entreprises gouvernements, institutions internationales et médias, les rapports de forces qui se manifestent et leurs enjeux.

1_Définition et méthodologie de la géopolitique 2_Géopolitique et géoéconomie 3_L'Union européenne 4_Thème défini par l'enseignant 5_La Russie de Poutine 6_La Chine dans le monde 7_Les Nouvelles Routes de la Soie (One Belt One Road) 8_Indopacifique et Aukus 9_Conclusions

Objectifs d'apprentissage : Comprendre l'environnement international de l'entreprise : 1_Comprendre les rapports de force géopolitiques et leurs enjeux 2_Saisir les grands enjeux de la mondialisation, son évolution actuelle et ses implications pour les entreprises et les États

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Participation orale 30%

Contrôle collectif continu - Étude de cas collective 30%

Contrôle individuel final - Examen sur table 40%

Compétences :

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

BACH GS 01.05 - Identifier et sélectionner des ressources pertinentes sur un sujet donné

BACH GK 07 - Connaître et comprendre les enjeux internationaux

[Plus d'informations](#)

Contrôle de gestion

Volume horaire en face à face : 27 ECTS: 4 Semestre : Automne

Responsable du module : POCHON Eric

Pré-requis: Aucun

Description: Découverte du contrôle de gestion. Plusieurs thématiques sont abordées et accompagnées d'exercices : - La présentation du contrôle de gestion en général, des acteurs (qui sont les contrôleurs de gestion ?) et des utilisateurs (une majeure partie des parties prenantes de l'entreprise). - Thème 1 : Les coûts (directs, indirects, fixes, variables, etc.), - Thème 2 : La notion de marge, - Thème 3 : La notion de budget.

Cours de 8 séances en présentiel (24h) et d'une séance mutualisée (asynchrone / synchrone) qui sera réalisée à distance. Séance 1 : Découverte du contrôle de gestion et des acteurs + thème 1 sur les coûts + exercices Séance 2 : Thème 1 sur les coûts + exercices Séance 3 : Thème 2 sur la marge + exercices Séance 4 : Thème 2 sur la marge + exercices + préparation au MidTerm Séance 5 : Thème 2 sur la marge + exercices Séance 6 : Thème 3 sur le budget + exercices Séance 7 : Thème 3 sur le budget + exercices Séance 8 : Séance de révision au partiel final et de finalisation : Les moins avancés peuvent refaire des exercices et les plus avancés peuvent faire des exercices complémentaires (d'un niveau de difficulté plus élevés, afin de se perfectionner) Séance 9 : Séance mutualisée (Lien entre intelligence artificielle et CDG)

Objectifs d'apprentissage : Comprendre la valeur ajoutée du contrôle de gestion en entreprise (dans la réalisation de projets, budget, etc.) Avoir des connaissances de base, mais nécessaires, dans le calcul de coûts (diverses natures de coûts, calcul de marge, de seuil de rentabilité, etc.)

Démarche pédagogique : Cours de 3 heures en présentiel : - Questions sur le cours précédent, - Cours (sous forme de slide, article) - Exercices : à faire en individuel + correction

Outils pédagogiques : Manuel. Cas. Support de cours

Méthodes pédagogiques : Études de cas. Recherches

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Non renseigné 15%

Contrôle individuel midterm - Non renseigné 35%

Contrôle individuel final - Examen sur table 50%

Compétences :

BACH GK 03 - Connaître les principaux outils de la finance

BACH GK 03.03 - Appliquer les outils de base du contrôle de gestion

[Plus d'informations](#)

Droit 2

Volume horaire en face à face : 27 **ECTS:** 4 **Semestre :** Automne

Responsable du module : JUNO-DELGADO Edwin

Pré-requis: Aucun

Description: Ce cours vise à fournir un traitement complet du droit des affaires d'une manière intéressante et facile à comprendre. Chaque cours est censé commencer par une introduction aux définitions, concepts, etc. de base concernant les questions à traiter. Ensuite, des réglementations provenant de différentes sources doivent être confrontées afin de prendre conscience des principaux termes. Business law 2 course aims to familiarize the students with legal concepts and terminology in topics which will be useful in their forthcoming professional career in business.

Ce cours complète le précédent cours d'introduction au droit. Il donne un aperçu des principaux problèmes, concepts et principes juridiques qui forment la toile de fond du droit de l'emploi, du droit du travail et du droit du marketing. Ces trois sujets seront étudiés dans le cadre d'une approche holistique. Dans chaque sujet, nous discuterons des applications pratiques des règles en faisant de nombreux renvois et en démontrant les relations entre les différents domaines. Le programme convient donc aux étudiants qui ont l'intention de faire carrière dans de nombreux autres domaines, tels que la banque, la gestion, le marketing et la finance

Objectifs d'apprentissage : Le cours de droit des affaires 2 vise à familiariser les étudiants avec les concepts et la terminologie juridiques sur des sujets qui leur seront utiles dans leur future carrière professionnelle dans les affaires. Les principaux objectifs sont les suivants : a) Expliquer comment s'établit la relation entre employeur et employé et les incidents du contrat de travail ; b) Comprendre les aspects juridiques de la fiscalité, y compris toutes les contributions imposées par le gouvernement aux particuliers pour le service de l'État. c) Comprendre quels types de questions juridiques peuvent être soulevés lors de la mise en place d'une campagne publicitaire.

Démarche pédagogique :

Outils pédagogiques : E-learning. Cas. Fascicule

Méthodes pédagogiques : Études de cas. Projets. Présentations orales

Evaluations pédagogiques :

Contrôle collectif continu - Non renseigné 30%

Contrôle individuel continu - Non renseigné 30%

Contrôle individuel final - Examen sur table 40%

Compétences :

BACH GK 01 - Connaître les principaux éléments socio-économiques et juridiques de l'environnement organisationnel

BACH GK 01.03 - Mobiliser les principaux concepts du droit des affaires et s'assurer du respect des règles

[Plus d'informations](#)

English tutoring

Volume horaire en face à face : 21 **ECTS:** 2 **Semestre :** Automne

Responsable du module : TALPAIN Iryna

Pré-requis: none

Description: A back-to-school seminar over 4 days before classes. This intensive course is for the students: * who have a rather low English level (the level could vary from pre-intermediate to Intermediate +). * who are resistant to speaking English in class (don't like to be corrected; don't want to make a mistake in front of the whole class; can't say what they want to say in English, etc)

• An interactive environment with instant feedback and tips to scaffold students' learning • Basic Business English + General English (everyday situations) • NO handouts but mini-supports and mini-tasks via Microsoft Forms • Limited (= « hidden ») grammar. • Speaking activities are prominent! • Each teacher will see where students need improvement and personalise his teaching material accordingly

Objectifs d'apprentissage : Students will : - Use English skills in a creative atmosphere - Gain confidence by speaking English with more people - Improve their everyday speaking skills - Improve their general vocabulary, grammar and listening skills

Démarche pédagogique : Flexible teaching approach Focus on progression

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

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

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Non renseigné 60%

Contrôle individuel final - Présentation orale individuelle 40%

Compétences :

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

BACH GK 08.03 - Développer une argumentation à l'oral en anglais

[Plus d'informations](#)

Politique de communication

Volume horaire en face à face : 27 **ECTS:** 4 **Semestre :** Automne

Responsable du module : TAVILLA Valérieane

Pré-requis: cours marketing bachelor 1

Description: Ce cours offre une vision globale du processus de communication et de la démarche stratégique dans les organisations. Il permet de connaître les étapes générales et nécessaires à la constitution d'une politique de communication

Ce cours permet aux étudiants de comprendre la place centrale de la communication en entreprise, de réfléchir à la complexité et à la gestion des différentes problématiques de communication.

Objectifs d'apprentissage : GK2 Connaître les fondamentaux du marketing et de la vente GK2.3 Comprendre et établir le lien entre la stratégie marketing et le plan d'action commerciale GS6 Travailler avec les autres, avoir des qualités relationnelles GS7 Savoir communiquer avec efficacité à l'écrit et à l'oral

Démarche pédagogique :

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

Méthodes pédagogiques : Recherches. Internet

Evaluations pédagogiques :

Contrôle collectif continu - Dossier collectif 30%

Contrôle individuel continu - Étude de cas individuelle 70%

[Plus d'informations](#)

Politique produits et services

Volume horaire en face à face : 27 **ECTS:** 4 **Semestre :** Automne

Responsable du module : BARDEY Aurore

Pré-requis: Connaissance de la théorie et de la démarche marketing

Description: Ce cours vise à donner les éléments théoriques et les outils de la décision en termes de politique produits et services. Le cours s'articule autour de deux principaux axes : (1) la partie stratégique et amont du plan marketing dans la définition et les décisions des politiques produits et services, (2) la partie opérationnelle et les outils concernant cette phase en termes de politique produits et services.

SEANCE 1 - Introduction module & évaluations - Politiques Produits (1/2) - Constitution des groupes
SEANCE 2 - Politiques Produits (2/2) - Groupe : trouver votre marque + commencer dossier Marketing Durable
SEANCE 3 - Présentation Produits - Groupes 1 & 2 - Marketing des services - Travail dossier Marketing Durable
SEANCE 4 - Présentation Produits - Groupes 3 & 4 - SWOT / PESTEL - Travail dossier Marketing Durable
SEANCE 5 - Présentation Produits - Groupe 5 & 6 - Ansoff - Travail dossier Marketing Durable
SEANCE 6 Séance capsule (asynchrone – distanciel) SEANCE 7 - Présentation Produits - Groupe 7 - Porter/McKinsey - Travail dossier Marketing Durable
SEANCE 8 EVALUATION 2 : Quiz Finaliser le dossier Marketing Durable -> Envoi du dossier (document Évaluation 3 à votre professeur) en fin de séance 8.
SEANCE 9 EVALUATION 3 : Présentation orale de groupe – Dossier marketing durable

Démarche pédagogique :

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

Méthodes pédagogiques : Séminaires. Études de cas. Recherches. Projets. Présentations orales. Débats. Enseigner

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Présentation orale individuelle 30%

Contrôle individuel continu - Synthèse individuelle 35%

Contrôle individuel continu - Quiz 35%

[Plus d'informations](#)

Public speaking and eloquence

Volume horaire en face à face : 21 **ECTS:** 2 **Semestre :** Automne

Responsable du module : MONTAGNER Eleonora

Pré-requis: Aucun

Description: Eloquence is the art of good speech, of persuading through speech. Being eloquent implies mastering rhetoric and its subtleties, being the latter the tool of eloquence, the discipline that prepares for the practice of this art, by learning to compose speeches appropriate to their purposes. The eloquence module will be organized, on the one hand, around the acquisition of the basic elements of rhetoric and, on the other hand, around the implementation of these skills through the practice of eloquence.

The course is organized around 11 sessions, both theoretical and practical, which will focus on: 1. Introduction to the basic elements of rhetoric through the history of rhetoric (inventio, dispositio, elocutio, actio; the types of speeches, the key elements of persuasion: ethos pathos logos; argumentation ad rem/ad hominem); 2. The discourse: targeting the objective; managing the ideation and organization of the contents of the discourse; the style; to know the audience; 3. Putting the speech into action: mastering the parts of the speech, identifying the different types of arguments; the modalities and characteristics of the different types of interaction (face-to-face, presentation to a PPP audience, meeting, debate, conference, motivational speech, etc.); respecting time and public attention constraints; anticipating objections; answering sensitive questions. 4. Non-verbal aspects of oral communication. We will focus on the vocal techniques; the facial expressions and the body language; the management of oral stress; the use of silence.

Objectifs d'apprentissage : The main objective of the course is to improve the quality and effectiveness of students' oral communication through the study, analysis and especially the practice of the elements that contribute to the success of communication. In particular, this course aims to develop in the student: - The Knowledge and the understanding of key elements of rhetoric, the communication techniques, the eloquence principles and public speaking; - The ability to use this knowledge to successfully expand its communicative impact also professionally in terms of public speaking

Démarche pédagogique :

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

Méthodes pédagogiques : Analyses critiques. Études de cas. Présentations orales

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Présentation orale individuelle 60%

Contrôle individuel continu - Quiz 40%

Compétences :

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

BACH GS 01.04 - Savoir s'exprimer à l'oral

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

[Plus d'informations](#)

BACH 2 Business English S3

Volume horaire en face à face : 13.5 **ECTS:** 1 **Semestre :** Automne

Responsable du module : TALPAIN Iryna

Pré-requis: N/A

Description: CONSOLIDATION OF SKILLS: The S3 course is designed to help students develop & consolidate communication and different Business language skills. Multicultural Working environment, student well-being, internships & students' feedback (informal speaking)

Each class, a mix of activities: - Building business vocabulary - Reading business-related materials - learning, drilling and applying grammar (based on needs) - practicing speaking in conversations with peers - improving oral comprehension skills (listening exercises) - writing tasks Homework: - assignments from teachers - Global exam self-study (free choice)

Objectifs d'apprentissage : Students will be able: - to improve informal speaking - to follow oral information given and formulate questions of interest to further the exchange (participation) - to communicate efficiently and professionally - to build up business vocabulary and oral comprehension skills -to improve grammar

Démarche pédagogique : Blended learning: face-to-face classes with Microsoft Teams assignments via Forms, Kahoot vocabulary quizzes, recorded speaking via Flipgrid, etc + online self-study (an online language platform, Global Exam + tailor-made coaching via Microsoft Teams based on students' needs & online tracking

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

Méthodes pédagogiques : Études de cas. Groupes de discussion. Présentations orales. Simulations. Internet. Jeux. Libre discussion autour d'un thème

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Non renseigné 30%

Contrôle individuel continu - Non renseigné 40%

Contrôle individuel continu - Non renseigné 30%

[Plus d'informations](#)

BACH 2 Chinois S3

Volume horaire en face à face : 13.5 **ECTS:** 1 **Semestre :** Automne

Responsable du module : GRUNZIG Ina

Pré-requis: BACH chinois 1, 2 ou équivalent

Description: Entreprise - la langue chinoise des affaires

Il s'agit d'un enseignement de la langue chinoise, spécialisé dans les domaines économique et commercial. Objectifs pédagogiques (selon les niveaux) : conversations simples dans le milieu des affaires chinois, exposé d'un projet ou d'un bilan, entretiens, négociation Il s'agit d'un cours de la technique de négociation avec des interlocuteurs chinois, et des conseils pour la négociation avec les chinois. La différence culturelle est une question à ne pas négliger. Toutes les entreprises occidentales y sont confrontées en Chine, quelle que soit leur taille ou le secteur d'activités dans lesquelles elles interviennent

Objectifs d'apprentissage : LG3 GK/GS-7.2 Put into practice international knowhow and skills

Démarche pédagogique : Débats ; exposés ; discussions

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

Méthodes pédagogiques : Groupes de discussion. Présentations orales

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Présentation orale individuelle 35%

Contrôle individuel continu - Non renseigné 35%

Contrôle individuel continu - Non renseigné 30%

[Plus d'informations](#)

BACH 2 Deutsch S3

Volume horaire en face à face : 13.5 **ECTS:** 1 **Semestre :** Automne

Responsable du module : POUX-MOINE Sandra

Pré-requis: Kenntnisse der deutschen Sprache, der deutschen Grammatik und Kenntnisse des allgemeinen Vokabulars und Kenntnisse der vorherigen Semester.

Description: Handel und Verhandeln

Kontaktaufnahme mit Kunden Auftragsabwicklung: Angebot und Bestellung Allgemeine Geschäftsbedingungen mündliches Verhandeln

Objectifs d'apprentissage : LG3 GK/GS-7.2 Put into practice international knowhow and skills Der Lernfortschritt hängt vom Niveau der Gruppe ab.

Démarche pédagogique : Dieses Modul umfasst 11 Kurse von je 2 Std. Jeder Kurs umfasst : Einführung des Vokabulars mit Hilfe von Hörtexten, Videos, Texten. Weiterführende Diskussionen, Rollenspiele, Präsentationen Bei Bedarf : Wiederholung der grammatischen Strukturen

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

[Plus d'informations](#)

BACH 2 Espanol S3

Volume horaire en face à face : 13.5 **ECTS:** 1 **Semestre :** Automne

Responsable du module : POUX-MOINE Sandra

Pré-requis: -

Description: Este curso ha sido diseñado para que el alumno aprenda rápidamente el vocabulario específico del español referido al mundo de la empresa mientras desarrolla todas las destrezas del idioma español. El propósito principal de este curso es enseñar a los estudiantes de Español como se desarrollan los negocios del mundo hispano y ayudarles a localizar la información y los recursos necesarios para completar sus conocimientos específicos en gestión de empresas. Los estudiantes perfeccionarán destrezas en lengua española para comunicarse efectivamente con clientes y colegas y estudiarán las particularidades del sistema económico y comercial del mundo hispano.

1. Conceptos y definición de "Empresa" en español. 2. El empresario y su espíritu emprendedor. 3. Creación de una empresa. 4. Tipos de empresa y organigrama. 5. Objetivos de una empresa y análisis DAFO. 5. El plan de empresa o plan estratégico, conocer las principales etapas y partes del plan estratégico en español. Revisión de la formación y utilización del futuro y condicional. 7. El mercado Latinoamericano. 8. Las nuevas tecnologías. 9. La responsabilidad empresarial. 10. El financiamiento de la empresa. Las cuentas anuales.

Objectifs d'apprentissage : Put into practice international knowhow and skills

Démarche pédagogique : Método de español por "tema" que comprende una serie de herramientas diversas y de mecanismos audio-orales, audio-vidéos y a partir de textos de carácter comercial, económico, de administración, etc., referido al Mundo de la Empresa.

Outils pédagogiques : CD - Support Audio. E-learning. Manuel. Cas. Revue. Base de données. Support de cours

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

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Non renseigné 35%

Contrôle individuel continu - Non renseigné 30%

Contrôle individuel continu - Non renseigné 35%

[Plus d'informations](#)

BACH 2 Français S3

Volume horaire en face à face : 13.5 **ECTS:** 1 **Semestre :** Automne

Responsable du module : TALPAIN Iryna

Pré-requis: Test de niveau avant Sept avec Global Exam qui permettra de définir le niveau

Description: Entraîner aux 4 compétences et dispenser un enseignement linguistique et culturel.

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. 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. 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. E-learning. DVD - Support Vidéo. Support de cours

Méthodes pédagogiques : Présentations orales. Débats. Internet. Jeux. Libre discussion autour d'un thème. Simulations. Enseigner

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Non renseigné 35%

Contrôle individuel continu - Non renseigné 35%

Contrôle individuel continu - Non renseigné 30%

[Plus d'informations](#)

BACH 2 Italiano S3

Volume horaire en face à face : 60 **ECTS:** 1 **Semestre :** Automne

Responsable du module : POUX-MOINE Sandra

Pré-requis: Buona conoscenza della lingua italiana: la grammatica italiana e la conoscenza del vocabolario generale e professionale

Description: Corso indirizzato ad allievi iscritti al primo semestre del secondo anno Bachelor che possiedono un livello d'italiano intermedio/avanzato. Il corso si rivolge a studenti che intendano consolidare le basi del linguaggio degli affari e del commercio e le conoscenze culturali necessarie per un'interazione efficace nel contesto lavorativo delle aziende italiane (si affrontano anche temi attuali riguardo il rapporto impresa-mercato come: la nascita in Italia di nuovi imprenditori stranieri, il mercato alimentato da una nuova domanda, quella degli immigrati, ecc.).

Il corso si basa sullo studio dell'azienda, il nucleo fondamentale delle economie di sempre. La struttura del corso è stata creata appositamente per fornire una panoramica esauriente delle principali aree funzionali dell'interazione commerciale.

Objectifs d'apprentissage : LG3 GK/GS-07.1 Understand and communicate in foreign languages
Fornire gli strumenti fondamentali della lingua e del vocabolario che permettono una buona comunicazione. Preparazione test di livello CECRL.

Démarche pédagogique : Metodo di italiano che comprende una serie di strumenti e di supporti audio, video, testi commerciali, economici, riferiti alla al mondo dell'impresa e del mercato italiani.

Outils pédagogiques : CD - Support Audio. E-learning. Cas. Revue. Base de données. Fascicule. Support de cours

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

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Non renseigné 35%

Contrôle individuel continu - Non renseigné 35%

Contrôle individuel continu - Non renseigné 30%

[Plus d'informations](#)

SEMESTRE 4

Stage / Internship Bach 2

Volume horaire en face à face : 0 ECTS: 6 Semestre : Printemps

Responsable du module : BERTIN Delphine

Pré-requis: Aucun

Description: Stage en entreprise d'une durée d'au moins 12 semaines (en France ou à l'Etranger). Effectuer une mission dans une entreprise : Savoir mobiliser des connaissances dans sa pratique professionnelle et savoir positionner son action. Réaliser en entreprise une mission précise ou occuper un poste, ce qui exclut les stages d'observation ou de découverte. Internship/Work Placement 12 weeks minimum (in France or abroad). Carry out a mission in a company: To be able to apply knowledge in a professional framework and to position one's action within an organization. Students are therefore asked to carry out an internship/work placement with a specific assignment or to have a defined post, which excludes company discovery/observation internships/work placements.

Voir la Notice Stage dans l'Intranet du Groupe ESC Dijon Bourgogne See Internship/Work Placement Guidelines in Burgundy School of Business Intranet

Objectifs d'apprentissage : 4 niveaux d'objectifs d'apprentissage : - Apprendre à négocier dans une mission et en tirer une expérience valorisable dans un CV, - Utiliser les connaissances acquises en cours dans le cadre d'une situation professionnelle et développer les compétences correspondantes, - Favoriser la prise d'initiative et le sens des responsabilités, - Savoir positionner la mission et les actions dans l'environnement et la stratégie de l'entreprise, notamment en référence aux politiques commerciales, marketing et de communication. Il est donc demandé aux élèves de réaliser en entreprise une mission précise ou d'occuper un poste, ce qui exclut les stages d'observation ou de découverte. 4 levels of learning goals: - to learn to negotiate as part of an assignment and to gain valuable experience which can be added to a CV, - to put into practice knowledge in a professional setting and to develop skills, - to encourage taking initiatives and developing the feel for responsibilities, - to be able to apply knowledge in a professional framework, to position one's action within an organization, especially regarding commercial, marketing and communications policies. Students are therefore asked to carry out a work placement with a specific assignment or to have a defined post, which excludes company discovery/observation work placements.

Démarche pédagogique : Avant la période de stage, Ateliers de préparation au stage : conseil pour la recherche d'une entreprise ; information sur le processus d'enregistrement et de validation du stage. Pendant la durée du stage, Coaching par un tuteur Ecole. Pour plus d'information, voir la Notice Stage. Before the internship, Information meetings: advice for company researching; information about administrative process and assessment conditions. During the internship, Coaching by a tutor. For further information, see Internship/Work Placement Guidelines.

Outils pédagogiques :

Méthodes pédagogiques :

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel final - Synthèse individuelle 100%

Compétences :

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

BACH GS 01.08 - Identifier les sources d'information professionnelle et académique et les canaux de diffusion en lien avec la situation professionnelle

BACH GS 02 - Savoir adopter un comportement professionnel

[Plus d'informations](#)

[SOMMAIRE](#)

Artificial Intelligence in Business (IS)

Volume horaire en face à face : 12 **ECTS:** 2 **Semestre :** Printemps

Responsable du module : PETANI Fabio James

Pré-requis: Aucun

Description: This is an introductory course to the field of Artificial Intelligence (AI) and its application in business. It adopts both a technological and managerial perspective to unravel the concept of AI and explain how contemporary organizations adopt AI-based systems and technologies to transform the way they do business. While the technological perspective explores the technical foundations and the basics for developing AI-driven systems and technologies, the managerial perspective looks at how the adoption and implementation of AI and its associated cutting edge technologies impacts the management operations of various types of firms and organizations. This course aims at equipping students with the necessary skills for assessing the strategic value for AI adoption and implementation to solve prevailing business problems and improve the functioning of firms. The overall goal of this course is to conceptualize an AI-driven business strategy for a firm that aims at investing in AI-associated structures and yield the benefits of this powerful technology.

Objectifs d'apprentissage : Combining both the technological and managerial perspectives, at the end of the course, students will be able to: - Understand the fundamental notions of AI and its associated technologies. - Assess the different ways AI-driven systems and technologies impact and transform firms and organizations and the way they do business. - Understand the implementation process of various types of AI systems and technologies within firms and organizations. - Identify the strategic value behind AI adoption and implementation within an organization. - Conceptualize a business strategy for AI adoption and implementation within a public or private organization.

Démarche pédagogique : This module relies on a variety of pedagogical tools and methods. The teaching is interactive and is based on active learning methods. Students are encouraged to take an active participation in class through taking the initiative and look forward for the acquired knowledge. Various active tools including case studies and active assignments are employed to help students in the active learning process. The lecturer uses presentations, illustrations, and complementary tools in delivering the lectures to facilitate the acquisition of knowledge by students.

Outils pédagogiques : Cas. Support de cours

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Quiz 60%

Contrôle collectif final - Présentation orale collective 40%

Compétences :

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

BACH GK 05.05 - Anticiper l'impact de l'iA sur le monde des affaires

[Plus d'informations](#)

Bach Art et culture

Volume horaire en face à face : 24 ECTS: 3 Semestre : Printemps

Responsable du module : KLEIN Jean-Yves

Pré-requis: aucun

Description: A travers ces deux thématiques, vous découvrirez le pouvoir d'attractivité des activités culturelles pour une ville ou une région. Vous découvrirez également les multiples interactions du secteur culturel avec les entreprises engagées dans une démarche d'ancrage de leurs activités économiques au coeur de la cité.

Démarche pédagogique : cours introductifs par des professionnels des sujets abordés.

Outils pédagogiques : Support de cours

Méthodes pédagogiques : Études de cas

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel final - Quiz 70%

Contrôle collectif final - Présentation orale collective 30%

[Plus d'informations](#)

Digital communication (IS)

Volume horaire en face à face : 18 ECTS: 3 Semestre : Printemps

Responsable du module : GALVES-ORJOL Aurore

Pré-requis: Aucun

Description: Practices and formats of communication (personal, professional, mediatized) experience an extraordinary enrichment thanks to the possibilities of socio-digital devices. New technologies and above all social networks determine the restructuring of organizations as well as the reconfiguration of traditional and recent professional identities. The content of the Digital Communication module targets emerging technologies and prepares the student for the creation of communication strategies, the design of multimedia campaigns and the creation of a digital identity.

This course examines the different aspects of existing and emerging social media and the relationship with corporate communication. It discusses the dynamics of effective communications and online public relations management. This module explores how engaging Internet content is essential to engaging visitors and stimulating their behavior. It discusses the appropriate styles for B2B and B2C websites and blogs. Content formats include videos, infographics, contests and surveys. Finally, he also focuses on how to conceive and develop online advertising campaigns. The course content is organized around the following themes: S1. Introduction and Digital Communications Strategy Bloc 1 - OWNED : S2. Web Présence and Websites S3. Content marketing / Brand content S4. Personal Branding Bloc 2 - EARNED : S5. Social Networks and Community management S6. Influence and Affiliation S7. E-Public Relations PAID : S8. Online Advertising Campaigns

Objectifs d'apprentissage : - Understand the main strategies for digital communication. - Ability to apply the main digital communication tools to the case studies. - Know how to develop a digital communication plan.

Démarche pédagogique : Active pedagogy, students make the class guided by the lecturer

Outils pédagogiques : E-learning. Manuel. Cas

Méthodes pédagogiques : Études de cas. Groupes de discussion. Internet

Evaluations pédagogiques :

Contrôle collectif continu - Dossier collectif 50%

Contrôle individuel continu - Quiz 25%

Contrôle individuel continu - Étude de cas individuelle 25%

Compétences :

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

BACH GK 05.02 - Utiliser les outils digitaux pour collaborer en interne et en externe

[Plus d'informations](#)

[SOMMAIRE](#)

Entrepreneuriat innovant et durable

Volume horaire en face à face : 21 ECTS: 3 Semestre : Printemps

Responsable du module : TAVAKOLI Mohsen

Pré-requis: Aucun

Description: Ce cours fondamental vise à permettre aux étudiants de découvrir comment les différentes théories développées dans le domaine de recherche de l'entrepreneuriat influencent et sont influencées par les activités entrepreneuriales. Plus spécifiquement, ce cours tente de démontrer comment les entrepreneurs mobilisent des modèles d'affaires durables pour innover et relever les défis sociaux et environnementaux auxquels nous sommes confrontés aujourd'hui. Ce module axé sur la pratique et l'expérience est bénéfique pour les étudiants qui souhaitent développer des projets entrepreneuriaux, ceux qui veulent développer leur esprit d'entreprise et ceux qui envisagent de reprendre des entreprises existantes.

Objectifs d'apprentissage : Une fois le cours terminé avec succès, les étudiants - Apprendront à travailler avec un plan d'affaires, comme une feuille de route. - Développent des compétences leur permettant de faire face aux problèmes auxquels ils sont confrontés dans leur vie quotidienne. - Connaissent les différentes perceptions de l'entrepreneuriat : l'entrepreneuriat comme un métier ou comme un état d'esprit ? - Comprendre les aspects pratiques des cadres théoriques : faire le lien entre eux.

Démarche pédagogique :

Outils pédagogiques : Cas. Support de cours

Méthodes pédagogiques : Ateliers d'identification de problèmes et d'opportunités. Analyses critiques. Études de cas. Recherches. Groupes de discussion. Projets. Présentations orales. Débats. Interviews. Enquêtes. Libre discussion autour d'un thème

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel final - Quiz 20%

Contrôle collectif continu - Présentation orale collective 40%

Contrôle individuel continu - Participation orale 10%

Contrôle individuel continu - Synthèse individuelle 30%

Compétences :

BACH GK 02 - Connaître les principaux éléments de l'entrepreneuriat et de l'analyse stratégique

BACH GK 02.04 - Anticiper l'impact de la transition écologique sur le monde des affaires

[Plus d'informations](#)

Human resource practices (IS)

Volume horaire en face à face : 24 ECTS: 3 Semestre : Printemps

Responsable du module : MONIER Hélène

Pré-requis : /

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 collectif continu - Présentation orale collective 40%

Contrôle individuel continu - Examen sur table 60%

Compétences :

BACH GK 02 - Connaître les principaux éléments de l'entrepreneuriat et de l'analyse stratégique

BACH GK 02.03 - Analyser les pratiques de management des ressources humaines

[Plus d'informations](#)

Introduction à la finance d'entreprise

Volume horaire en face à face : 24 ECTS: 4 Semestre : Printemps

Responsable du module : LE BAIL Jean Berenger

Pré-requis: aucun

Description: Introduction aux principaux outils financiers nécessaires à l'évaluation des projets, au financement, à l'analyse financière.

Une introduction à la Finance d'Entreprise, en abordant 3 thèmes principaux: 1. Outils Financiers fondamentaux Actualisation/capitalisation, taux, emprunts ... 2. Analyse de la valeur (investissements, projets) Flux d'un investissement, outils d'évaluation des projets ... 3. Analyse Financière Introduction à l'analyse de rentabilité d'une entreprise

Objectifs d'apprentissage : BACH GK 03.02 Connaitre les principaux concepts et outils de la finance d'entreprise et savoir les utiliser

Démarche pédagogique : Teaching language : french, english.

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

Méthodes pédagogiques : Études de cas. Présentations orales. Diagnostics

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Examen sur table 40%

Contrôle individuel final - Examen sur table 60%

Compétences :

BACH GK 03 - Connaître les principaux outils de la finance

BACH GK 03.02 - Appliquer les outils de la finance d'entreprise

[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 performances 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](#)

Négociation commerciale B to B

Volume horaire en face à face : 24 ECTS: 4 Semestre : Printemps

Responsable du module : BONESCU Mihaela

Pré-requis: Module Négociation commerciale B2C (Bachelor 1)

Description: Ce module propose un approfondissement de la méthodologie d'une vente et l'expérimentation d'une vente complète en B to B

La méthodologie d'une vente en B to B : la prise de contact, la découverte, l'argumentation, le traitement des objections, la conclusion et la prise de congé

Objectifs d'apprentissage : Comprendre les étapes d'une vente en contexte B to B et appliquer une méthodologie structurée et cohérente Améliorer son comportement et progresser dans la maîtrise de la communication verbale et non-verbale BACH GK 04 - Connaître les principaux outils commerciaux et marketing BACH GK 04.01 - Connaître les principaux concepts et outils de la négociation et savoir les utiliser

Démarche pédagogique :

Outils pédagogiques : Cas. Support de cours

Méthodes pédagogiques : Études de cas. Simulations

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Participation orale 50%

Contrôle individuel continu - Jeu 50%

Compétences :

BACH GK 04 - Connaître les principaux outils commerciaux et marketing

BACH GK 04.01 - Utiliser les principaux concepts et outils de la négociation

BACH GK 04.05 - S'exprimer à l'oral pour développer un argumentaire commercial

[Plus d'informations](#)

Politique de distribution

Volume horaire en face à face : 12 ECTS: 2 Semestre : Printemps

Responsable du module : DUNCAN Allen Scott

Pré-requis: Aucun

Description: Connaissance de la distribution.

La répartition des différents aspects de la distribution en se concentrant sur des conférences, des études de cas et des présentations.

Objectifs d'apprentissage : Comprendre la place de la distribution dans la stratégie globale de gestion marketing. Permettre aux étudiants d'évaluer et d'évaluer le rôle de la distribution dans le marketing mix.

Démarche pédagogique : Méthode de combiner les présentations d'enseignement, les échanges et la recherche active des étudiants.

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

Méthodes pédagogiques : Études de cas. Recherches. Groupes de discussion. Projets. Présentations orales

Evaluations pédagogiques :

Contrôle collectif continu - Dossier collectif 40%

Contrôle individuel continu - Quiz 50%

Contrôle individuel continu - Non renseigné 10%

[Plus d'informations](#)

Transition écologique

Volume horaire en face à face : 12 ECTS: 2 Semestre : Printemps

Responsable du module : NOISETTE Bruno

Pré-requis: Aucun

Description:

Le module Transition écologique vise à fournir aux étudiants la base de connaissance nécessaire pour comprendre les enjeux de la crise écologique et de donner un sens aux cours subséquents sur la gestion de la transition écologique des organisations et du système économique. Ce module englobe à la fois des connaissances théoriques sur le fonctionnement du système planétaire (sciences physiques, biologie, climat) et des savoir-faire pratiques (développement de l'esprit critique, analyse de la complexité, pensée prospective). Cet apprentissage doit permettre d'intervenir de la manière la plus pertinente dans l'action, à partir de cette compréhension du contexte et de l'ensemble des enjeux.

Objectifs d'apprentissage :

1. Décrire l'urgence à agir face aux enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux en prenant en compte leur dimension systémique
2. Expliquer l'impact des modes de vie et de production sur le climat et la biodiversité ; identifier les possibilités d'action
3. Imaginer de nouveaux modèles économiques en s'appuyant sur des exemples inspirants

Démarche pédagogique :

Equilibre entre apprentissage collectif (travaux de groupe et débats à chaque séance) et mémorisation des concepts et chiffres clés

Outils pédagogiques :

Méthodes pédagogiques : Cas. Support de cours Méthodes pédagogiques : Ateliers d'identification de problèmes et d'opportunités. Groupes de discussion. Simulations. Internet. Jeux. Libre discussion autour d'un thème

Evaluations pédagogiques :

- Contrôle individuel continu - Quiz 10%
- Contrôle individuel final – Quiz 55%
- Contrôle collectif continu - Synthèse collective 15%
- Contrôle collectif continu - Présentation orale collective 20%

[Plus d'informations](#)

Introduction to Wine Industry

Time volume (in hour): 24 **ECTS:** 3 **Semester:** Spring

Module's Manager: SEILLY Hugo

Pre-requisites: None

Description:

Introduction To Wine Industry. Viticulture and winemaking.

Wine Tasting and Evaluation. Marketing and Distribution in the Wine Industry

Cultural and Social Dimensions of Wine

Future Trends in the Wine Industry

Design a wine for Gen Z

Learning objectives:

The module is aimed at providing students with insights into the specificity of the wine industry, in particular :

1. Provide an overview of the global wine industry.
2. Explore key elements of viticulture, winemaking, and wine business practices.
3. Introduce students to the cultural, economic, and social significance of wine.
4. Develop practical knowledge through interactive and participative activities.

Methodology:

Group presentation: Design a wine for Gen Z based on the concept analysed in class (50% final grade)

Individual project: write a report on the movie (50% final grade)

Web Module

Volume horaire en face à face : 24 **ECTS:** 3 **Semestre :** Printemps

Responsable du module : DUARTE Magalie

Pré-requis: Aucun

[SOMMAIRE](#)

Description: This training module aims to popularise the concepts related to the Web. It first covers the fundamentals of the Web and digital culture, and then allows you to and then allows you to understand the basic notions of website programming. of a website. Participants will develop their knowledge of the web, discover different programming languages programming languages and learn about databases. databases. In a second step, they will see how to set up a hosting and referencing strategy. hosting and a referencing strategy. At the end of this training, participants will be able to create a website, to reference it and to and put it online.

Web & digital Culture 1- INTRODUCTION : Introduction to the course, methodology, history of the Internet and networks, technical of the Internet revolution, the different programming languages. 1- DISCOVERY OF HTML PROGRAMMING : The structure of a web page, syntactic structure of HTML tags, programming logic programming, first site with notepad, discovery of the inspector, parsing and rendering process of a web page. 2- THE BASICS OF CREATING A WEB PAGE : Physical structure of a website, principles of CSS, creation of a file CSS, creating a remote CSS file, creating a navigation menu. 3- STRUCTURING A PAGE LAYOUT : The general principles of graphic structure (zoning), use of the DIV tag, understanding of the DISPLAY property, structuring tags of a complete page, introduction to the GRID value for the DISPLAY property. 4- ADVANCED PAGE LAYOUT: GRID Functional definition of GRID, complete terminology and concrete use of the of the system. 5- COMPLETE HTML TAGS REMINDER Review of all the html tags, 1st level tags, header tags, text structuring tags, list tags, table tags, form tags, section tags tags, section tags, generic tags. 1- CREATING ADAPTABLE WEB INTERFACES The different types of terminals, RWD and Mobile First design approach, content/content separation, difference between Web design and Mobile design. 2- MEDIAQUERIES Adapting CSS to the characteristics of the terminal, conditional rules (orientation, device-width...). Additional visual rendering settings (Viewport). 3- THE BOOTSTRAP FRAMEWORK Presentation and use of Bootstrap. 1- DISCOVERING THE WORDPRESS CMS : The different types of use, basic functionalities of WordPress, discovery of the dashboard, installation of WordPress dashboard, installation of WordPress on a local server, configuration, writing and publishing your first article. 2- INTERACTION WITH DATABASES: Introduction to algorithms, general principles of databases, presentation of PhpMyAdmin, creation of a MySQL database and a user, practice with WordPress. RESPONSIVE DESIGN & MOBILE FIRST WORDPRESS & DATABASES 1- HOSTING ON A REMOTE SERVER : Finding a host, registering a domain name, FTP notions and workshops FTP, uploading your website, optimising security with SSL certificates 2- SEO STRATEGY AND ANALYTICS : HOSTING & REFERENCING Strategic stakes of SEO in the company, technical optimizations of a website, choice of website, choice of keywords and semantic analysis, web writing and SEO constraints SEO, Netlinking, SEO performance analysis tools, introduction to Google Analytics.

Objectifs d'apprentissage : Discover the basic notions of the Web & Digital culture Learn about programming logic Create your first website in HTML Learn about CSS and Responsive Design Discover the possibilities of BootStrap Understand the mechanics of databases Practical workshop on WordPress Discover how to host your website Learn about SEO and analytics

Démarche pédagogique :

Outils pédagogiques : E-learning. Cas. Base de données

Méthodes pédagogiques : Études de cas. Projets. Internet

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Dossier individuel 51%

Contrôle collectif continu - Dossier collectif 49%

[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

[SOMMAIRE](#)

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. Autres. Support de cours

Méthodes pédagogiques : Études de cas. Recherches. Incidents critiques. Groupes de discussion. Projets. Présentations orales. Internet. Jeux. Activités théâtrales. 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%

French culture and society S2

Volume horaire en face à face : 21 **ECTS:** 4 **Semestre :** Printemps

Responsable du module : TALPAIN Iryna

Pré-requis: None

[SOMMAIRE](#)

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%

EA Final Report

ECTS: 4

Pré-requis: Aucun

[SOMMAIRE](#)

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 :

- Etre 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

BACH 2 Business English S4

Volume horaire en face à face : 12 ECTS: 1 Semestre : Printemps

Responsable du module : TALPAIN Iryna

Pré-requis: N/A

[SOMMAIRE](#)

Description: TRANSFER OF SKILLS: The S4 course is designed to help students develop communication and listening comprehension skills in order to build professional relationships and interact effectively, to put into practice international knowhow and skills in the multicultural working environment (speaking to convince).

Each class, a mix of activities: - building business vocabulary - reading business-related materials - learning, drilling and applying grammar (based on needs) - practicing speaking in conversations with peers - improving oral comprehension skills (listening exercises) - written tasks Homework: - assignments from teachers - Global exam self-study

Objectifs d'apprentissage : Students will be able: - to improve speaking skills (speaking to convince) - to follow oral information given and formulate questions of interest to further the exchange (oral comprehension) - to communicate efficiently and professionally - to build up business vocabulary and oral comprehension skills - to improve grammar - to identify major elements and take effective notes

Démarche pédagogique : Blended learning: face-to-face classes with MicrosoftTeams assignments via Forms, Kahoot vocabulary quizzes, recorded speaking via Flipgrid, etc + online self-study (an online language platform, Global Exam) + tailor-made coaching via Microsoft Teams based on students' needs & online tracking. Case studies

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

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

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Non renseigné 30%

Contrôle individuel continu - Non renseigné 30%

Contrôle individuel continu - Examen sur table 40%

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](#)

BACH 2 Chinois S4

Volume horaire en face à face : 13.5 **ECTS:** 1 **Semestre :** Printemps

Responsable du module : GRUNZIG Ina

Pré-requis: Connaissances de base

Description: LG3 GK/GS-7.2 Put into practice international knowhow and skills

Voir calendrier

Objectifs d'apprentissage : Chinois d'affaire et courant

Démarche pédagogique : débats ; exposés ; discussions

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

Méthodes pédagogiques : Présentations orales. Débats

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Présentation orale individuelle 35%

Contrôle individuel continu - Non renseigné 35%

Contrôle individuel continu - Examen sur table 30%

Compétences :

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](#)

BACH 2 Deutsch S4

Volume horaire en face à face : 12 ECTS: 1 Semestre : Printemps

Responsable du module : POUX-MOINE Sandra

Pré-requis: Kenntnisse der deutschen Sprache, der deutschen Grammatik und Kenntnisse des allgemeinen Vokabulars und Kenntnisse der vorherigen Semester.

Description: Handel und Verhandeln

Kontaktaufnahme mit Kunden Auftragsabwicklung: Angebot und Bestellung Allgemeine Geschäftsbedingungen mündliches Verhandeln

Objectifs d'apprentissage : LG3 GK/GS-7.2 Put into practice international knowhow and skills Der Lernfortschritt hängt vom Niveau der Gruppe ab.

Démarche pédagogique : Dieses Modul umfasst 9 Kurse von je 2 Std. Jeder Kurs umfasst : Einführung des Vokabulars mit Hilfe von Hörtexten, Videos, Texten. Weiterführende Diskussionen, Rollenspiele, Präsentationen Bei Bedarf : Wiederholung der grammatischen Strukturen

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

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Présentation orale individuelle 35%

Contrôle individuel continu - Non renseigné 35%

Contrôle individuel continu - Quiz 30%

Compétences :

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](#)

BACH 2 Espanol S4

Volume horaire en face à face : 12 ECTS: 1 Semestre : Printemps

Responsable du module : POUX-MOINE Sandra

Pré-requis: -

Description: Los alumnos realizarán actividades relacionadas con el Comercio Internacional. Aprenderán a desarrollar reflejos lingüísticos en español para llevar a cabo una negociación.

Todos los temas relacionados con la negociación y contenidos en el syllabus.

Objectifs d'apprentissage : Desarrollar las competencias del Marco CECRL como la expresión oral y, escrita así como la comprensión oral y comprensión escrita

Démarche pédagogique :

Outils pédagogiques : CD - Support Audio. E-learning. Cas. Revue. Fascicule

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

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Participation orale 35%

Contrôle individuel continu - Non renseigné 35%

Contrôle individuel continu - Non renseigné 30%

Compétences :

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](#)

BACH 2 Français S4

Volume horaire en face à face : 12 **ECTS:** 1 **Semestre :** Printemps

Responsable du module : TALPAIN Iryna

Pré-requis: Test de niveau avant Janvier avec Global Exam qui permettra de définir le niveau

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. 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. 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. E-learning. DVD - Support Vidéo. Support de cours

Méthodes pédagogiques : Présentations orales. Débats. Internet. Jeux. Libre discussion autour d'un thème. Simulations. Enseigner

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Non renseigné 35%

Contrôle individuel continu - Non renseigné 35%

Contrôle individuel continu - Non renseigné 30%

Compétences :

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](#)

[SOMMAIRE](#)

BACH 2 Italiano S4

Volume horaire en face à face : 12 ECTS: 1 Semestre : Printemps

Responsable du module : POUX-MOINE Sandra

Pré-requis: La conoscenza della lingua italiana; la grammatica italiana e la conoscenza del vocabolario acquisito durante il semestre precedente.

Description: Corso indirizzato agli studenti iscritti al secondo anno Bachelor. Durante le lezioni vengono affrontati temi relativi al mondo del commercio e degli affari e in Italia. Vengono inoltre analizzati temi inerenti all'impresa italiana e alla sua unicità (come ad es. i distretti industriali).

Grande rilevanza ha durante lo svolgimento di questo corso la lettura e scrittura di lettere, fax, e-mail commerciali e di altre tipologie di scrittura tipiche del contesto aziendale. Durante le lezioni sarà dedicato molto spazio all'abilità di ascolto e alla comunicazione orale, sia sviluppando, in tutte le componenti l'italiano commerciale al telefono, sia affrontando in maniera sistematica aspetti della comunicazione orale determinati da situazioni particolari del contesto commerciale: ad esempio fare presentazioni orali, negoziare...

Objectifs d'apprentissage : LG3 GK/GS-07.1 Understand and communicate in foreign languages
Fornire gli strumenti fondamentali della lingua e del vocabolario che permettono una buona comunicazione.

Démarche pédagogique : La metodologia utilizzata è principalmente la comunicazione basata sulle quattro competenze principali (comprensione orale, comprensione scritta, espressione scritta e orale), senza dimenticare la grammatica, fondamentale per l'apprendimento della lingua.

Outils pédagogiques : CD - Support Audio. Cas. Revue. Base de données. Fascicule. Support de cours

Méthodes pédagogiques : Groupes de discussion. Présentations orales. Internet. Libre discussion autour d'un thème

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Présentation orale individuelle 35%

Contrôle individuel continu - Non renseigné 35%

Contrôle individuel continu - Non renseigné 30%

Compétences :

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](#)