



# CATALOGUE DE COURS

2024-2025 Bachelor 3  
SEMESTRE 6 ECHANGES  
CURSUS FRANCOPHONE – Campus de Dijon  
uniquement

# Sommaire

BACHELOR PRESENTATION .....	3
BD : Décisions d'achat .....	5
BD : Field Trip & Expérience .....	6
BD : Management de la Relation Client .....	7
BD : Pilotage du Développement Commercial .....	8
Luxe/Premium : communication et image(s) de marques .....	9
Luxe/Premium : distribution, retail et merchandising .....	10
Luxe/premium : expérience client, vente et services .....	11
Luxe/Premium : gestion opérationnelle de la marque ET introduction à l'histoire du Luxe .....	12
Management challenge (IS) .....	13
French culture and society S2.....	14
Human resource practices (ECH).....	15
Initiation à la recherche.....	16
Intercultural Management and Communication S2 .....	17
International issues (ECH) .....	18
Mémoire de fin d'études.....	19
EA Final Report.....	20
BACH 3 Business English S6.....	21
BACH 3 Deutsch S6.....	22
BACH 3 Français S6.....	23
BACH 3 Espanol S6 .....	24

# BACHELOR PRESENTATION

## 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 and 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



## BSB TRIPLE ACCRÉDITÉE



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).

BSB intègre aujourd'hui le cercle très fermé des Grandes Écoles de management détentrices des **trois accréditations internationales** de référence que sont AACSB, EQUIS et AMBA.

[SOMMAIRE](#)

Semestre 6		Heures	Crédits ECTS
Langue vivante 1 S6 : Business English S6		15	2
Langue vivante 2 S6 : Français S6, Deutsch S6, Espanol S6,		15	2
<a href="#">Management challenge (IS)</a>		12	2
<a href="#">Intercultural Management and Communication S2</a>		21	4
<a href="#">French culture &amp; society S2</a>		21	4
<a href="#">International issues (ECH)</a>		18	3
<a href="#">Human Resources practices (ECH)</a>		18	3
<a href="#">Initiation à la recherche</a>		30	18 ( 4 + 14)
<a href="#">Mémoire de recherche</a>			
<a href="#">EA Final report</a>			8
<b>Spécialisation</b>			
Business Dev (Campus de Dijon) - en Français	<a href="#">BD : Management de la Relation Client</a>	39	4
	<a href="#">BD : Field Trip &amp; Experience</a>	33	3
	<a href="#">BD : Décisions d'achat</a>	15	2
	<a href="#">BD : Pilotage du Développement Commercial</a>	33	3
Luxe et Premiumisation (Campus de Dijon) - en Français	<a href="#">LP : Communication et image(s) de marques</a>	27	4
	<a href="#">LP : Distribution, retail et merchandising</a>	24	2
	<a href="#">LP : Expérience client, vente et services</a>	24	2
	<a href="#">LP : gestion opérationnelle de la marque ET introduction à l'histoire du Luxe</a>	45	4
<b>TOTAL S6</b>		<b>270</b>	<b>58</b>

⚠ Initiation à la recherche / Mémoire de recherche → modules liés qui ne peuvent pas être choisis indépendamment l'un de l'autre

## Spécialisations proposées :

👤 Campus DIJON :  
 Business Développement (4 modules)  
 Luxe et Premiumisation (4 modules).

⚠ : Pas de possibilité de mixer les cours de différentes spécialisations.

# BD : Décisions d'achat

**Volume horaire en face à face :** 15 **ECTS:** 2 **Semestre :** Printemps

**Responsable du module :**

**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 :**

**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 :**

**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 - Etre 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 :**

**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 en comprenant les enjeux

[Plus d'informations](#)

# 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

## **Description:**

**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,

## **Description:**

**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 Valériane

**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 Valériane

**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

**Objectifs d'apprentissage :**

**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](#)

# 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](#)

## 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 :** MONIER Hélène

**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 collectif continu - Présentation orale collective 40%

Contrôle individuel continu - Examen sur table 60%

[Plus d'informations](#)

# 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).

## **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](#)

# 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. 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%

[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](#)

# 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

**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

## 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](#)

# EA 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 :

- 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 3 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 MicrosoftTeams 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](#)

# BACH 3 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](#)

# BACH 3 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. 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. 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%

## **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 3 Espanol S6

**Volume horaire en face à face :** 15 **ECTS:** 2 **Semestre :** Automne

**Responsable du module :** POUX-MOINE Sandra

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

**Description:** BACH 3 Español 6

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%

## 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](#)