

CHOISIR SES MAJEURES

Guide de présentation des Majeures de la Licence Gestion et Management

iaelyon School of Management
Rentrée 2023 - 2024

LES MAJEURES DISPONIBLES

Ce guide a pour objectif de vous présenter les Majeures disciplinaires qui vous sont offertes à la rentrée 2023 dans la Licence Gestion et Management de l'iaelyon, afin de vous aider à faire votre choix.

Vous devrez choisir une Majeure qui vous corresponde, en fonction de vos facilités et de vos aspirations.

Liste des Majeures proposées :

Semestre 1 : matières obligatoires

MAJEURE GESTION

UE fondamentale

- Introduction au droit
- Théorie des organisations
- Fondamentaux de la macro-économie
- Gestion de l'entreprise et business game
- Mathématiques élémentaires
- Gestion comptable 1

UE transversale

- Environnement numérique du travail
- PPP

Il n'y a aucune matière à choix pour ce semestre.

Semestre 2 : matières obligatoires

UE fondamentale

- Droit des contrats
- Fondamentaux de la micro-économie
- Introduction au management stratégique
- Gestion comptable 2
- Analyse et statistiques pour la gestion

UE Transversale

- Business English II
- BMA (bénévolat de 20 heures)

Il n'y a aucune matière à choix pour ce semestre.

Semestre 3 : matières obligatoires

UE fondamentale

- Fondamentaux de contrôle de gestion
- Fondamentaux des systèmes d'information
- Probabilités en vue d'applications statistiques
- Gestion comptable 1 (pour les L1 sortants) : seulement pour la rentrée 2023
- Fondamentaux du marketing

UE transversale

- Culture numérique et outils bureautiques
- PPP L2
- Business English III

Il n'y a aucune matière à choix pour ce semestre.

Semestre 4 : matières obligatoires

UE fondamentale

- Diagnostic et gestion de projets
- Analyse financière
- Fondamentaux de la GRH
- Fondamentaux du management industriel et logistique
- Statistiques inférentielles pour la gestion
- Gestion comptable 2 (pour les L1 sortants) : seulement pour la rentrée 2023
- BMA optionnel
- Stage obligatoire de 6 semaines

UE transversale

- Business English IV
- Pitcher un projet

Il n'y a aucune matière à choix pour ce semestre.

Semestre 5 : rentrée 2023

UE fondamentale

Matières obligatoires :

- Marketing stratégique
- Fondamentaux de la finance
- Fondamentaux de l'audit qualité

Matières à choix :

- Marchés et comportements stratégiques (micro-économie 3)

- Droit des sociétés
- Fondamentaux de l'entrepreneuriat
- Fondamentaux du management industriel
- Conduite du changement
- Matrices et applications
- Algorithmie et programmation avancée

UE transversale

Matières obligatoires :

- Business English V
- PPP L3
- Systèmes d'information et bases de données

Il n'y a aucune matière à choix dans l'UE transversale de la majeure.

Semestre 6 : rentrée 2023

UE fondamentale

Matières obligatoires :

- Fondamentaux de la Gestion des ressources humaines

Matières à choix de l'UE fondamentale Majeure :

Une matière par choix :

CHOIX 1 :

- Marketing opérationnel
- Analyse de l'information comptable

CHOIX 2 :

- Économie industrielle
- Économie internationale
- Management des équipes
- Protocoles ou langages web
- Campus création
- Droit social
- Éthique et Responsabilité sociétale des entreprises (RSE)
- Pratique du management industriel
- Conduite de projets et d'innovation socio-économique

CHOIX 3 :

- Économétrie appliquée
- Économie de la décision
- Diagnostic stratégique de l'entreprise

UE transversale

Matières obligatoires :

- Business English V
- Communication d'entreprise

Il n'y a aucune matière à choix dans l'UE transversale de la majeure.

Afin de vous aider à faire votre choix, nous allons présenter spécifiquement chaque Mineure en vous donnant un résumé, éventuellement le nombre de places, les qualités requises pour réussir, des conseils et les possibilités de poursuite d'études et/ou débouchés.

Pour les matières obligatoires, nous vous donnons rendez-vous sur votre intranet.

Les Majeures de l'iaelyon

Liste des Majeures proposées en semestre 5 :

Matières à choix dans l'UE fondamentale de la Majeure.

Marchés et comportements stratégiques (micro-économie 3)

L'objectif de cet enseignement est de familiariser les étudiants aux méthodes formelles de l'analyse des comportements stratégiques, et de montrer comment celles-ci peuvent être utilisées dans l'analyse de situations économiques, sociales ou politiques entre des agents stratégiquement interdépendants, c'est-à-dire qui s'influencent les uns les autres et qui ont conscience de ces influences réciproques.

Plus précisément, le cours présente les notions qui sont abondamment utilisées par l'analyse économique : la dominance stricte, les comportements 'meilleure réponse', les stratégies mixtes, l'équilibre de Nash, la "backward induction", l'asymétrie d'information, coordination au sein de coalitions ...

Droit des sociétés

Le cours de droit des sociétés civiles et commerciales a pour objet d'étudier l'ensemble des règles juridiques qui régissent la vie des sociétés depuis leur création jusqu'à leur liquidation. Sont concernées aussi bien les sociétés commerciales (SARL, SA, SAS) que les sociétés civiles (immobilières, de construction vente, de moyens...).

Fondamentaux de l'entrepreneuriat

Ce cours traite du processus entrepreneurial. L'étudiant découvre de quelle façon les entrepreneur(e)s reconnaissent les occasions d'affaires, trouvent des idées et organisent leurs ressources afin de lancer des projets ou des entreprises qui, tout en répondant à des besoins du marché, leur apportent de grandes satisfactions personnelles. Il est examiné les valeurs, les qualités et les habiletés qui sont à la base des activités entrepreneuriales.

La réflexion sur l'entrepreneuriat est apparue dans les années 60 aux EUA par des historiens, notamment de Harvard.

D'après Schumpeter, l'entrepreneur est un homme dont les horizons économiques sont vastes et dont l'énergie est suffisante pour bousculer la propension à la routine et réaliser des innovations.

Fondamentaux du management industriel

Ce cours entend donner aux étudiant(e)s un premier aperçu du management industriel. Pour ce faire, le cycle de vie du produit est balayé, avec des enseignements concernant les fondamentaux de la conception, de l'industrialisation du produit, de sa production (Maintenance, Logistique, recyclage et système d'information compris).

Les connaissances à acquérir sont :

1. Vocabulaire de base de la conception : partie prenante, contexte opérationnel, fonction de service, architecture, solution, nomenclature
2. Vocabulaire de base de l'industrialisation : Méthodes, process, ingénierie de process, implantation, gamme opératoire, procédé, Maintenance
3. Concepts et algorithmes de base de la gestion de production : MRP, gestion de stocks, ordonnancement, MES

Les compétences ciblées sont :

1. Compétences en conception : savoir réaliser une analyse fonctionnelle, pratiquer la Pensée Conception (Design Thinking)
2. Compétence en production : savoir calculer un TRS, planifier une production selon les principes du MRP, optimiser un stock en appliquant la formule de Wilson, et ordonnancer un atelier à l'aide des règles courantes (TOM, SPT, etc.)

Conduite du changement

Le cours présente des outils d'accompagnement et de conduite du changement dans les entreprises et organisations selon une approche globale, respectueuse de l'équilibre entre la recherche de performance et la qualité de vie au travail. Dans un environnement perturbé et instable, la conduite interne du changement est un enjeu fort pour les décideurs, les responsables fonctionnels et les managers d'équipes afin de mieux piloter leur zone de responsabilités.

Les connaissances à acquérir sont :

1. La notion d'outil en management
2. Les fondamentaux des outils du management socio-économique
3. Les leviers d'action du travail en équipe
4. Les leviers de la performance
5. La conduite du changement (processus, animation)

Les compétences ciblées sont :

1. Instrumenter pour piloter une équipe et/ou une activité (moyens/objectifs)
2. Développer et mettre en place des indicateurs de pilotage
3. Piloter et rendre compte vis-à-vis les parties prenantes

4. Evaluer et capitaliser

Matrices et applications

Une matrice est un objet mathématique qui peut être vu comme un tableau de nombres. Dans ce cours, on apprend tout d'abord à manipuler les matrices, à les additionner, à les multiplier, à les inverser.

La matrice est un objet mathématique lié à l'algèbre linéaire qui est un domaine des mathématiques encore peu connu des étudiants en licence Gestion ; dans ce cours il sera nécessaire d'aborder les notions de base en algèbre linéaire (espaces vectoriels, familles libres et génératrices, image et noyau) afin d'approfondir notre connaissance des matrices.

Les connaissances ainsi acquises sur les matrices nous permettront de résoudre n'importe quel système d'équations linéaires (n équations et m inconnues) mais nous pourrions également déterminer le nombre de solutions d'un tel système sans avoir à calculer explicitement les solutions.

Ensuite un chapitre est consacré à la notion de diagonalisation de matrices qui permet de transformer une matrice en une matrice plus simple (une matrice diagonale) ; cela permet de simplifier certains calculs (et sera notamment utilisé lors du semestre 6 en analyse de données). La diagonalisation de matrices est une connaissance fondamentale de tout cours d'algèbre ou de calcul matriciel. Les notions de valeurs propres et vecteurs propres qui seront vues dans ce chapitre sont utilisées dans d'autres domaines applicatifs (cf. paragraphes ci-après et également le cours du semestre 6 intitulé *Analyse de données*).

Le calcul matriciel a de nombreuses applications dans des domaines variés. Les quelques applications qui seront vues en cours illustrent l'intérêt et la richesse du calcul matriciel pour modéliser et résoudre des problèmes concrets.

Nous verrons tout d'abord une application au modèle économique de Leontief (déterminer si une économie est viable ou non) ainsi qu'une application à la gestion de portefeuilles en finance (calculer la volatilité d'un portefeuille par exemple).

Un chapitre sera consacré aux chaînes de Markov (il s'agit de processus où on passe d'un état à un autre avec une certaine probabilité). On verra dans ce chapitre comment les calculs matriciels peuvent se substituer à l'application de la formule des probabilités totales et comment ils peuvent déterminer la distribution de probabilités sur le long terme lorsque le processus aléatoire se stabilise.

Enfin nous verrons comment les matrices permettent d'analyser des réseaux sociaux. La clef est de modéliser un réseau social par un graphe puis d'associer une matrice à ce graphe. Nous verrons, entre autres, qu'un calcul de vecteur propre d'une telle matrice pourra nous donner une notion d'influence d'un individu au sein du réseau social et que des vecteurs propres pourront nous aider à regrouper des individus au sein de communautés.

Algorithmie et programmation avancée

Approfondissement de l'algorithmie et de la programmation par l'étude d'algorithmes.

Le programme :

1. Rappels des notions de base en algorithmie et sur langage de programmation utilisé
2. Modularité
3. Etude d'algorithmes fondamentaux et complexité
4. Objets
5. Structures de données
6. Etudes de cas appliqués à la gestion

Liste des Majeures proposées en semestre 6 :

Matières à choix dans l'UE fondamentale de la Majeure.

CHOIX 1 :

Marketing opérationnel

Ce cours présente les moyens d'action marketing qu'utilise l'entreprise pour commercialiser des produits et les concepts fondamentaux associés au marketing opérationnel, à travers le déploiement du marketing mix.

Ce module suit celui du semestre 5 de *marketing stratégique* qui porte sur la démarche préalable au lancement et à la vente de produits.

Les connaissances à acquérir sont :

- Composition d'un plan produit et de ses principales étapes
- Lancement d'un produit nouveau
- Qualités de la marque et sa protection, ses moyens de croissance
- Fonctions et contraintes du packaging
- Principes de l'identité visuelle et repérage des champs du design
- Méthodologie de fixation et politique de prix
- Paysage de la distribution et stratégie de distribution d'un produit
- Dimension stratégique et commerciale de la publicité

Les compétences ciblées sont :

- Elaborer un plan produit
- Evaluer les qualités d'un nom & d'un logotype
- Développer une réflexion de stratégie face aux menaces pesant sur la marque
- Fixer un prix pour assurer la rentabilité et la réussite commerciale
- Mettre en correspondance les variables du produit, son prix et sa distribution
- Sélectionner des circuits de distribution adaptés
- Construire un plan de communication en fonction d'une cible
- Choisir des moyens publicitaires

Analyse de l'information comptable

Il s'agit ici d'un cours sur les bases de l'analyse financière et de la comptabilité analytique.

Les connaissances à acquérir sont :

- Compréhension des documents comptables
- Analyse fonctionnelle du bilan
- Lecture des soldes intermédiaires de gestion
- Coûts complets et coûts partiels

Le programme :

Introduction

Chapitre 1 : Du Bilan comptable au bilan fonctionnel

Chapitre 2 : Analyse fonctionnelle du Bilan

Chapitre 3 : Analyse du Compte de Résultat économique

Chapitre 4 : La méthode des coûts complets

Chapitre 5 : Les méthodes de coûts partiels

CHOIX 2

Economie industrielle

Ce cours donne une méthode pour étudier les structures de marchés réels et comprendre la dynamique concurrentielle sur les marchés. Il traite des notions suivantes : théorie de la firme, discrimination des prix, concurrence réelle et potentielle, phénomènes de concentration, Fusions & Acquisitions, Cartels, pouvoir de marché, entreprises dominantes, barrières à l'entrée, marchés contestables, politiques antitrust, politiques industrielles, déréglementation des monopoles publics et réseaux.

Les connaissances à acquérir sont :

- Notions de bases de l'économie industrielle
- Fonctionnement dynamique de l'industrie
- Influence de l'environnement et des comportements stratégiques des firmes
- Connaissances préalables et nécessaires au cours de stratégie de master

Les compétences ciblées sont :

- Être capable d'analyser un marché et les diverses stratégies des firmes en particulier : les stratégies de prix et les ententes potentielles.
- Être capable d'évaluer les situations de position dominante.
- Être capable de prendre en compte les contraintes réglementaires et politiques en matière de concurrence

Le programme :

1. Les courants de l'économie industrielle dans l'analyse économique et la théorie de la firme
2. La dynamique économique des réseaux dans le cadre du développement de l'économie numérique
 - Typologie des réseaux
 - Monopole et ouverture à la concurrence
 - Barrières à l'entrée et contestabilité
3. Pratiques de discrimination des prix et Ventes liées
4. Fusions et concentration des firmes
5. Cartels et ententes avec analyse de la politique de la concurrence

Économie internationale

L'objectif de ce cours est de donner aux étudiants les outils leur permettant d'appréhender la réalité des relations économiques internationales.

Le programme :

Chapitre introductif : les caractéristiques des relations économiques internationales et les mutations de l'environnement économique international

- Section I : Nature, structure et géographie du commerce international
- Section II : Comment mesurer les échanges internationaux ?

Chapitre 2 : Les déterminants de l'échange international, fondements théoriques

- Section I : Les explications fondées sur les différences entre les pays
- Section II : Les explications fondées sur les similitudes

Chapitre 3 : La Multinationalisation des firmes

- Section I : Les modes d'internationalisation dans un contexte de globalisation financière
- Section II : Les déterminants de la multinationalisation des firmes
- Section III Comportements stratégiques des firmes

Chapitre 4 : L'intégration régionale : théorie et pratique

- Section I : La Régionalisation des échanges
- Section II : Analyse statique et dynamique de l'intégration régionale
- Section III : Les explications de l'échange régional

Chapitre 5 : l'OMC et le problème de la régulation des échanges internationaux

- Section I Principes et fonctionnement de l'OMC
- Section II Les questions portées devant l'OMC

Management des équipes

Il s'agit ici de faire acquérir aux étudiants les connaissances permettant de piloter des équipes dans les organisations.

Programme du cours :

Introduction :

Les principaux paradigmes sous-jacents au management des équipes : techno-économiques, sociotechniques et socio-économiques.

1. Les différentes structures organisationnelles et les types d'organisation existant : organigrammes de structure.
2. Historique des différents types de Management d'équipes.
3. Les concepts de base du management d'équipes.

4. Les différentes catégories de coopération possibles dans les équipes.
5. La communication au sein des équipes.
6. Les principaux dysfonctionnements rencontrés dans le management des équipes.
7. Les compétences et les comportements des managers d'équipes : rôle, outils et dispositifs.
8. Rôles et comportements des équipiers.

Ouverture sur de nouvelles pratiques :

- La gouvernance dynamique
- La médiation et la gestion des conflits par la CNV
- L'intelligence collective

Protocoles ou langages web

Ce module a pour objectif principal la conception d'un site web dynamique sans accès à une base de données. En plus de connaissances sur les protocoles du Web, les étudiants devront être capable de réaliser un site Web à partir de l'acquisition de connaissances et compétences dans différents langages de programmation Web (HTML 5, CSS 3 et JavaScript).

Les connaissances à acquérir sont :

- Langages Web HTML5, CSS 3 et JavaScript.
- Connaissances de base des protocoles Web.

Les compétences ciblées sont :

- Concevoir et réaliser une application web dynamique sans liaison avec la base de données.
- Utiliser un éditeur de code (Notepad++) et des serveurs Apache et MySQL.

Campus création

Campus Création est un cours proposé en partenariat avec le Centre d'Entrepreneuriat Lyon Saint Etienne. Il a la particularité d'être tout à la fois dans les murs et hors les murs avec une inscription en novembre, ce qui suppose pour les étudiants qui prendront cette option au second semestre d'anticiper leur souhait de suivre ce cours. Celui-ci s'inscrit dans le prolongement du cours de « fondamentaux de l'entrepreneuriat ».

Le programme Campus Création propose aux étudiants des établissements d'enseignement supérieur de la Région Auvergne-Rhône-Alpes de créer une entreprise virtuelle au cours d'une année universitaire. Réunis en équipes pluridisciplinaires et inter-établissements, les candidats découvrent toutes les facettes de l'entreprise, de sa création à son développement.

Pendant 6 mois, des ateliers, des conférences et des rendez-vous de coaching sont organisés pour aider les équipes à avancer sur leurs projets et construire un « business plan », le livrable final leur permettant d'accéder à la partie concours et tenter de remporter un prix financier. Les heures prévues dans la maquette 24h CM et 12h TD, s'inscrivent dans cet ensemble avec quelques interventions spécifiques pour les étudiants de la L3 MSH.

Ce cours représente une expérience particulière pour chaque étudiant(e) permettant de se projeter dans le monde de l'entreprise, d'acquérir des compétences transversales, utiles à la gestion de projet et de mettre en avant, aussi bien leur savoir, savoir-faire, savoir agir que leur savoir-être.

Droit social

Ce cours présente les différentes institutions étatiques (juridictionnelles et administratives) propres aux relations de travail, en portant une attention particulière aux dispositifs de représentation et de défense des intérêts collectifs des travailleurs, à la négociation collective et aux conflits collectifs de travail.

Le programme :

Présentation du fonctionnement régulier des instances représentatives. Les étudiants sauront également apprécier les conditions dans lesquelles les négociations collectives se déroulent et envisager les conséquences d'un conflit collectif. Enfin, ils maîtriseront les règles d'articulation des différentes sources de droit du travail, qu'il s'agisse des sources classiques du droit ou de celles propres au droit social, en particulier les conventions collectives de branche ou d'entreprise.

Éthique et Responsabilité sociétale des entreprises (RSE)

Cette matière présente une approche conceptuelle de la RSE et de l'éthique, ainsi qu'une approche concrète via des outils et des cas variés d'étude, de mises en situation professionnelle.

Ce cours vise une ouverture aux enjeux de l'entreprise en termes de gouvernance. Plus particulièrement, ce cours traitera de RSE (responsabilité sociale ou sociétale de l'entreprise). En substance, il s'agit de remettre en cause, de façon critique, les approches traditionnelles de la firme. On s'intéressera particulièrement aux stratégies sociétales (objectifs environnementaux et sociaux). Sera étudiée également l'éthique d'entreprise (inquiétudes écologiques, normes, valeurs). In fine, l'étudiant élargira ses connaissances en termes d'éthique organisationnelle et de développement durable (management durable). Nous verrons que l'entreprise déborde la sphère strictement économique pour réguler le social (paternalisme, entreprise citoyenne). Néanmoins, la mondialisation oblige l'entreprise à élargir ses responsabilités (environnementales et sociales). Nous étudierons les débats théoriques et pratiques.

Pratique du management industriel

Ce cours vise à permettre une transposition des meilleures techniques de Management des opérations ("supply chain") inventées dans l'industrie, à tous les autres secteurs ayant des activités répétitives (administrations, hôpitaux, distribution...) ou ayant besoin de gérer des projets.

Il fait suite au cours de Management Industriel.

Conduite de projets et d'innovation socio-économique

Acquérir les méthodologies de conduite de projet et d'innovation socio-économique du processus d'intervention socio-économique.

Le programme :

Présentation du Management Socio-économique : problématique et hypothèses fondamentales de l'Analyse socio-économique.

1. La Démarche HORIVERT
2. L'organisation en Grappes

3. Le Diagnostic socio-économique
4. Les Coûts-Performances cachés
5. L'Avis d'Expert
6. Les paniers de dysfonctionnements
7. Projets horizontaux et projets verticaux
8. Les groupes de projets
9. La Balance socio-économiques des projets
10. La planification-programmation des projets socio-économiques

Analyse de données

L'analyse de données permet d'extraire des informations pertinentes à partir de données pouvant être volumineuses. L'analyse de données fait appel à différentes branches des mathématiques : les statistiques inférentielles (et donc les probabilités) avec notamment les tests d'hypothèses ou le calcul matriciel où l'on utilise la diagonalisation de matrice pour réduire de dimension d'étude (il est donc indispensable d'avoir suivi le cours de calcul matriciel du semestre 5).

Chacun des chapitres du cours – brièvement décrits ci-après – consiste à présenter une méthode d'analyse de données. A la fin du cours l'étudiant doit être capable de savoir choisir l'outil statistique adapté à la situation à analyser, le mettre en œuvre avec un logiciel et restituer les résultats sous forme de rapport d'analyse.

L'analyse en composantes principales a pour but d'étudier conjointement plusieurs variables quantitatives et d'extraire des facteurs synthétiques permettant de réduire la dimension d'étude (et donc simplifier l'analyse et mieux comprendre les données). Exemple : extraire des facteurs synthétisant les nombreuses variables afférentes à la satisfaction d'employés.

L'analyse factorielle des correspondances établit des correspondances entre des modalités de deux variables qualitatives. Exemple : il y a un lien entre la catégorie socio-professionnelle et le type de media utilisé pour s'informer, ce lien résidant notamment dans les CSP+ qui sont sur-représentés parmi les lecteurs de presse quotidienne nationale.

Les modèles de régression permettent d'expliquer une variable en fonction d'une ou plusieurs autres variables. Exemple : expliquer le montant annuel des ventes d'un magasin en fonction de la surface du magasin, du montant dépensé en publicité, du nombre de concurrents dans le quartier, etc. On verra également le modèle de régression logistique où on modélise une probabilité. Exemple : expliquer la probabilité qu'une transaction par carte bancaire soit frauduleuse en fonction de variables telles le montant, la distance au domicile, la distance au lieu de la dernière transaction.

L'analyse de la variance permet de tester l'effet d'une variable qualitative sur une variable quantitative. Exemple : le rendement d'un régime de retraite d'une administration américaine dépend-il du conseiller en investissement choisi ?

Les classifications automatiques permettent de regrouper des observations (ou individus) en fonction de leurs valeurs sur un ensemble de variables. Exemple : faire des groupes de clients en fonction de leur montant dépensé sur diverses catégories de produits.

L'analyse de réseaux sociaux permet notamment d'extraire des individus « centraux » (c'est-à-dire ayant une position remarquable dans le réseau) ou d'extraire des communautés (des groupes d'individus très interconnectés).

Ainsi les connaissances et compétences de ce cours visent à analyser et comprendre des phénomènes, des comportements ou des sujets à travers des données et offre ainsi des outils pour prendre des décisions éclairées.

CHOIX 3

Économétrie appliquée

Ce cours est une introduction à l'économétrie (données en coupe transversale, modèle linéaire ordinaire, estimation par moindres carrés ordinaires).

Le programme :

- Qu'est-ce que l'économétrie ?
- Le modèle linéaire ordinaire
- Estimation par les moindres carrés ordinaires
- Tests de contraintes linéaires
- Problèmes classiques
- Finaliser l'étude

Économie de la décision

Le cours présente les fondements de la décision dans l'incertain et de la gestion du risque à partir des axiomatiques de Von Neumann Morgenstern et de Savage.

Les connaissances à acquérir sont :

- Fondements axiomatiques de l'assurance et de la finance
- Rationalité des choix dans l'incertain
- Analyse du comportement face au risque
- Analyse bayésienne de la décision managériale

Le programme :

PREMIERE PARTIE : L'utilité espérée von Neumann Morgenstern et ses applications à l'assurance et à la finance

Introduction

1. Concepts et outils de la prise de décision dans le risque
2. Théorie de l'espérance d'utilité (TEU)
3. Assurance : Application de la TEU aux choix individuels d'assurance
4. Finance : Application de la TEU au choix de portefeuille

SECONDE PARTIE : éléments d'analyse bayésienne

1. F.P Ramsey et la probabilité subjective
2. Analyse bayésienne de la décision
3. Inférence bayésienne
4. Jeux bayésiens

Diagnostic stratégique de l'entreprise

Le cours de diagnostic stratégique de l'entreprise vise fondamentalement à consolider les compétences des étudiants sur les 3 dimensions principales du management stratégique : diagnostic, choix et déploiement.

L'enseignement repose sur la compréhension des enjeux et du contexte actuel auquel les entreprises font face (en termes de nécessaire adaptation aux crises ou ruptures à l'œuvre). Les séances de TD reposent sur l'étude de cas d'une entreprise réelle actuelle choisie par les étudiants (parmi une liste proposée). Le principal résultat attendu de ce travail collectif (en groupe de 5-6 étudiants) prendra la forme d'une note de synthèse à l'attention des décideurs de l'entreprise.

Le programme :

Chapitre 0 : Contexte et enjeux

Chapitre 1 : Introduction

Chapitre 2 : Diagnostic stratégique

Chapitre 3 : Choix stratégiques

Chapitre 4 : Déploiement stratégique

CONCLUSION

Quelles que soient les matières choisies, la Licence Gestion et Management de l'iaelyon vous permet de poursuivre vos études en Master Gestion, Master Droit, Master Langues selon les cursus choisis.

Nous espérons que ce guide vous a été utile dans la programmation de votre formation chez nous. Nous vous souhaitons pleine réussite dans vos études.

Mme FRANCOIS Yolande

Responsable pédagogique de la Licence Gestion et Management

Mail : yolande.francois@univ-lyon3.fr

Portable : 06.64.59.10.96