

Licence Management international

Campus de Sénart et Créteil

Version 2017

1. Principes et objectifs de la Licence Gestion des entreprises

La licence propose un cursus intégré de 3 ans à la fois généraliste et de haut niveau, mais également professionnalisé, avec une forte dimension internationale. La licence constitue la 1^{ère} étape d'un cursus de 5 ans, débouchant sur un master.

Les 3 années de la licence visent à l'épanouissement intellectuel de ses élèves grâce à un programme pluridisciplinaire (management, droit, économie, sociologie, sciences politiques, méthodes quantitatives, culture générale, langues), une dominante en gestion et un effectif limité (25-30 étudiants) permettant des interactions entre les étudiants et enseignants, tout en assurant une poursuite d'études en master de management et une bonne intégration sur le marché du travail.

La dimension internationale de la formation est assurée par une pratique intensive de l'anglais en tant que langue véhiculaire, dès la 1^{ère} année ; un semestre de mobilité internationale obligatoire (5^{ème} semestre au sein de l'une des universités partenaires) et un semestre de cours entièrement en anglais (6^{ème} semestre). Il s'agit donc d'une licence sélective post-bac.

Enfin, trois stages (un par année) sont à réaliser, pour une durée totale de 6 mois au minimum.

Unités d'enseignement (UE)	1 ^{ère} Année - L1		2 ^{ème} Année - L2		3 ^{ème} Année - L3 (100 % en langue étrangère)	
	Cours	Vol.	Cours	Vol.	Cours	Vol.
UE 1 : Savoir échanger	Anglais (hors e-learning) ●	60	Anglais (hors e-learning) ●	60	LV2 (+ e-learning) 25 Projet professionnel 15	
	LV2 (hors e-learning)	50	LV2 (hors e-learning)	50		
	Expression écrite et orale en français	20	Expression écrite et orale en français	20		
	Méthodologie du travail universitaire	20	Communication et codes sociaux	30		
			Bureautique et C2i	30		
UE 2 : Savoir analyser	Méthodes quantitatives sous Excel	45	Méthodes quantitatives appliquées	45	Analyse des données ●	30
	Culture générale ●	30	Simulation de gestion ●	20		
UE 3 : Comprendre le monde	Macroéconomie	45	Histoire économique	30	Intelligence économique ●	30
	Economie contemporaine et débats actuels	30	Introduction à la sociologie	30		
	Introduction à la science politique	30	Géopolitique	60		
UE 4 : Comprendre et piloter les hommes et les organisations	Microéconomie	45	Psychosociologie des organisations	30	Gestion des ressources humaines ●	30
	Marketing et négociation commerciale	30	Comptabilité de gestion	30	Logistique et management des opérations ●	30
	Comptabilité et analyse financière	30	Connaissance des organisations	30	Finance ●	30
	Management ●	30			Contrôle de gestion et pilotage ●	30
					Management des systèmes d'information ●	30
UE 5 : Comprendre le droit	Introduction du droit	30	Droit commercial	30		
	Droit civil et des obligations	30	Droit du travail	30		
UE 6 : Expérience professionnelle et	Stage de vente (1 mois minimum)		Stage d'exécution (2 mois minimum)		Stage de fin de cursus (3 mois minimum)	
					Semestre de mobilité internationale	250
		525		525		500
	● : cours assuré en anglais		● : cours assuré en anglais		● : cours assuré en anglais	

2. Démarche pédagogique

La démarche pédagogique met en avant :

- Une pédagogie inversée, qui consiste à faire travailler par les étudiants les connaissances en amont du cours et à utiliser ce dernier pour l'échange et la mise en application. Contrairement au lycée où l'élève vient en cours pour acquérir des connaissances et faire chez lui des exercices, la logique est ici inversée. L'étudiant est ici engagé et acteur de sa formation. Le travail personnel de l'étudiant avant chaque cours est donc un impératif, ce qui suppose une forte autonomie de sa part ;
- Des cours qui sont l'occasion de faire des études de cas, des simulations, de mettre en place des débats... ;
- Des projets collectifs transversaux à réaliser, mobilisant les connaissances acquises dans plusieurs cours. Par exemple, la réalisation d'une étude de marché va mobiliser les connaissances des cours « marketing », « méthodes quantitatives », « psychosociologie », « sociologie », « bureautique » et, éventuellement, « anglais » ;
- Une prise en compte au sein d'un même cours des attendus de la formation dans plusieurs domaines : communication écrite et oral, éthique, analyse critique, analyse de données, technologie de l'information, pensée réflexive, créativité... ;
- Le développement de l'esprit critique des étudiants, par l'interrogation.

3. Organisation des stages

Chaque année, l'étudiant doit réaliser un stage, sauf en 3^{ème} année lorsque la période de mobilité internationale rend ce dernier délicat à mettre en place (il est alors optionnel). L'objet des stages est d'acquérir de l'expérience, gagner en assurance et en maturité, comprendre de l'intérieur les organisations, développer une analyse critique des organisations, de leur fonctionnement, des relations qui s'y nouent et acquérir des compétences.

En 1^{ère} année, le stage est orienté vers la vente et s'inscrit dans le prolongement du cours « marketing et négociation commerciale » dont il constitue une mise en application. Il est situé pendant les fêtes de fin d'année (décembre-janvier).

Le stage de 2^{ème} année est un stage d'exécution (stage « ouvrier »). Il est en lien avec les cours « connaissance des organisations » et « psychosociologie des organisations », dont il constitue de terrain de mise en application des connaissances acquises par un travail d'analyse de l'expérience vécue. Il peut être réalisé en France ou à l'étranger.

En 3^{ème} année, le stage a pour objectif de permettre à l'étudiant d'affiner son projet professionnel.

Syllabus des années 1 et 2

Ce référentiel prend appui principalement sur les programmes des CPGE. Les ouvrages de préparation aux concours d'entrée en écoles de commerce constituent une part significative de la bibliographie.

Communication et langues

Dans le cas des cours en *e-learning*, l'étudiant réalise en début d'année un test de positionnement lui permettant de se situer par rapport à un objectif à atteindre en fin d'année ou de cursus. Le travail personnel de l'étudiant, fonction de son niveau initial, est suivi par un enseignant référent au travers de tableaux de bord bimestriels.

Anglais : 60 h en L1 et 60 h en L2

Le cours d'anglais vise à développer les capacités des étudiants à s'exprimer à l'oral en anglais. Il est complété par un programme en *e-learning* axé sur la maîtrise écrite de la langue. En licence, l'objectif est l'atteinte du niveau B2 correspondant à 785 pts du TOEIC (*source : référentiels de compétences en licence, MESR 2012*). L'acquisition de compétences se fait également, de façon transversale, au travers des cours d'économie et de management assurés en anglais. Enfin, dans la plupart des cours de L1 et L2, une part des supports pédagogiques (cas, vidéo...) est en anglais.

LV2 : 50 h en L1 et 50h en L2

Sur le campus de Créteil, les LV2 proposées sont l'espagnol, l'espagnol grand débutant ainsi que l'allemand. Sur le campus de Sénart, la LV2 est l'espagnol ou l'allemand. L'initiation à l'arabe est proposée comme LV3 sur Créteil.

Expression écrite et orale en français : 20 h en L1 et 20 h en L2

Ce module couvre les différentes dimensions de la communication écrite et orale :

- Maîtrise des règles écrites du français : le travail se fait en autonomie sur la plateforme de *e-learning* Voltaire visant à la révision des règles de grammaire, conjugaison et orthographe. À l'issue de l'année (L1), l'étudiant doit atteindre un score de 600 points (sur 1 000) ;
- Capacité à la synthèse écrite : sur la base d'un ensemble de documents, l'étudiant doit être en mesure de rédiger une note de synthèse faisant ressortir les éléments fondamentaux, compte tenu de la finalité de la note. Il doit également être en mesure d'appliquer les règles typographiques et de présentation communément admises ;
- Capacité à l'expression orale en français : savoir s'exprimer en public, convaincre en construisant un argumentaire et produire des documents sous PowerPoint.

Bureautique : 30 h en L2

À l'issue de la licence 2, l'étudiant doit disposer du C2i (certificat des compétences informatique et internet). Pour cela, il doit notamment avoir une maîtrise du Pack Office (Word, Excel, PowerPoint...), certains de ces outils étant vu par ailleurs (Excel en Statistiques par exemple).

Communication et codes sociaux : 30 h en L2

L'objectif du cours est, tout d'abord, d'exposer les principes de la communication écrite et orale en entreprise, depuis la simple lettre jusqu'aux prises de parole en public et l'animation de réunions. Les étudiants seront amenés à réfléchir sur les problèmes de communication, d'animation d'équipe et de relation humaines à travers des applications pratiques (exposés, rédaction, CV et lettre de motivation, simulation d'entretiens de recrutement et de réunions).

Au terme de l'enseignement, les étudiants doivent être en mesure, d'une part, d'identifier les problèmes de communication personnels et collectifs, les décoder et les analyser afin de mieux les

résoudre et, d'autre part, de maîtriser des techniques de communication écrite et orale devenues indispensables en milieu professionnel.

L'objectif secondaire du cours est de transmettre aux étudiants une vision lucide du rapport entre les codes sociaux d'une part, et la maîtrise des règles de communication et des modalités d'expression d'autre part. Il s'agit donc ici d'explicitier les enjeux de l'expression en tant que marqueur social, de pointer l'inscription du social dans le visuel (geste, tenue) et l'oral (langage).

Méthodologie du travail universitaire : 20 h en L1

Ce cours contribue à promouvoir l'autonomie des étudiants et leur fournit les méthodes et techniques utiles à la poursuite d'études : préparer une bibliographie ; utiliser une bibliothèque et les nouvelles sources d'information ; prendre des notes, résumer un article ou un ouvrage ; s'initier au travail en groupe ; construire un projet d'étude et un projet professionnel ; pratiquer une langue vivante étrangère. (source : B.O. n° 19, 8 mai 1997, p. XLIII)

Par son approche pédagogique, ce cours vise également à la prise d'initiative, à l'autoévaluation... Il est articulé avec d'autres cours du 1^{er} semestre de la 1^{re} année de licence. La méthodologie ainsi acquise doit conduire l'étudiant à se poser les bonnes questions, d'organiser son travail en conséquence (planification et hiérarchisation), chercher et sélectionner les informations à la fois fiables et pertinentes, tout en les analysant de façon critique.

Voir également :

<http://guides.bib.umontreal.ca/disciplines/312-Methodologie-de-redaction-d-un-travail-universitaire?tab=1359>

http://www.reussir-en-universite.fr/methodologie-du-travail-universitaire/intro_MTU.html

Économie

Objectifs de la formation en économie

Apprendre à raisonner dans un cadre économique national et international, à l'aide de modèles identifiés par des données. Offrir aux étudiants les connaissances nécessaires pour comprendre la situation et les décisions de l'entreprise dans son environnement économique, les perspectives conjoncturelles, les enjeux de la politique et de la régulation économique, grâce à des enseignements, notamment :

- *d'économie : calcul économique, comptabilité nationale, économétrie, économie internationale, économie monétaire et financière, histoire des représentations et des faits économiques, macroéconomie, mathématiques, microéconomie, statistiques, systèmes et structures ;*
- *de gestion : comptabilité générale, comptabilité analytique, contrôle de gestion ;*
- *dans les disciplines connexes : histoire économique, initiation au droit des affaires, avec en options des sciences humaines et sociales, notamment géographie, histoire, psychologie, sciences politiques ou sociologie.*

(source : référentiels de compétences en licence, MESR 2012)

Microéconomie : 45 h en L1

La particularité de ce cours, par rapport à un cours classique de microéconomie, réside dans le fait le lien entre choix du consommateur et comportement du consommateur (cours de marketing).

Introduction à la microéconomie (le problème de la rareté, les choix sous contrainte...).

La demande, l'offre et le marché.

La théorie économique du choix du consommateur et la courbe de demande.

La théorie économique du choix du producteur et la courbe d'offre.

La formation des prix sur les marchés concurrentiels.

Le monopole et la concurrence monopolistique ; l'oligopole.

La formation des prix des facteurs de production et la répartition du revenu.

L'État et l'allocation des ressources.

(Source : programme prépa HEC)

Macroéconomie : 45 h en L1

Introduction à la macroéconomie

La comptabilité nationale : secteurs institutionnels, opérations, comptes, tableaux de synthèse, agrégats
Détermination du revenu global
Les déterminants de la consommation et de l'investissement
Fonction de demande globale et d'offre globale
La monnaie et les actifs monétaires
L'équilibre sur le marché des biens et de la monnaie (le modèle IS-LM et l'équilibre global)
L'analyse macroéconomique d'une économie fermée et d'une économie ouverte
Les grands courants de la macroéconomie contemporaine (nouvelle école classique et nouvelle école keynésienne)
(Source : programme prépa HEC)

Histoire de la pensée et des faits économiques : 30 h en L2

Le programme a pour objet l'étude des principaux phénomènes économiques et sociaux au XIXème et XXème siècles. Il vise à donner aux étudiants des instruments d'analyse et des clés de compréhension du monde contemporain. Le programme doit permettre le développement du travail personnel et l'acquisition de méthodes propres aux sciences économiques, à l'analyse historique et aux sciences sociales. Cette démarche doit conduire les étudiants à nourrir et à mûrir une réflexion autonome à propos des phénomènes complexes.

Le cadre général des activités économiques et sociales
La croissance économique au XIXème siècle
Croissance et développement du capitalisme au XXème siècle
Fluctuations et crises
Le financement de l'économie
Le rôle de l'État dans la vie économique et sociale
Les différentes formes de structures sociales
(Source : programme prépa HEC)

Économie contemporaine et débats actuels : 30 h en L1

L'organisation pédagogique s'inscrit dans la perspective du projet PEPS-Économie, selon lequel la colonne vertébrale de l'enseignement de l'économie ne devrait plus être basée sur les disciplines (microéconomie, macroéconomie, maths, etc.), mais sur le sens, sur les questions que l'on se pose. Ainsi, l'approche par des objets problématisés (par exemple : le travail) permet de résoudre à la fois la question du lien au réel et l'absence de pluralismes parfois rencontré dans les enseignements en économie.

L'internationalisation des économies
Les paiements internationaux
Déséquilibres et politiques économiques et sociales en économie ouverte
Le changement social contemporain dans les pays développés à économie de marché
Les stratégies de développement
(Source : programme prépa HEC)

Management

Objectifs de la formation en management

Offrir aux étudiants les connaissances nécessaires pour comprendre la situation et les décisions de l'entreprise dans son environnement politique, juridique, économique et culturel. Connaître le fonctionnement des organisations et les outils de leur gestion grâce à des enseignements, notamment :

- *de gestion : comptabilité générale et analytique, contrôle de gestion, finance, marketing, gestion des ressources humaines, gestion de production, éthique et responsabilité sociale de l'entreprise, stratégie, système d'information ;*
- *d'économie : économie internationale, économie monétaire et financière, histoire des faits économiques, microéconomie ;*

- de disciplines connexes : droit des affaires, droit social, droit fiscal, sciences humaines et sociales (sociologie, psychologie, histoire), théorie des organisations, statistiques, informatique appliquée à la gestion, langues étrangères et notamment l'anglais.

(source : référentiels de compétences en licence, MESR 2012)

Marketing et négociation commerciale : 30 h en L1

Le cours se décline en 4 grandes parties. La première partie vise à appréhender les objectifs de la démarche marketing et le contenu de la discipline, se familiariser avec les principaux éléments de terminologie de la discipline, définir, quantifier et identifier les principales caractéristiques d'un marché et enfin acquérir l'état d'esprit du marketing.

La seconde partie cherche à expliciter les concepts clés de la démarche marketing : segmenter, cibler, positionner et à s'initier à la stratégie marketing. La troisième partie appréhende l'ensemble des éléments de l'offre commerciale (le mix) et doit permettre de maîtriser les différents éléments constituant chaque élément du mix.

La dernière partie inclut la dimension négociation commerciale : les différentes étapes de la vente, les réponses aux objections.

1. Introduction au marketing
 - 1.1 Perspectives historiques
 - 1.2 Définition et attitude marketing
 - 1.3 Analyse du marché
2. Les concepts clés de la démarche marketing
 - 2.1 La segmentation et ciblage
 - 2.2 Le positionnement
 - 2.3 Les outils du diagnostic marketing
3. Mix et plan marketing
 - 3.1 Mix produit
 - 3.2 Mix prix
 - 3.3 Mix distribution
 - 3.4 Mix communication
4. La négociation commerciale :
 - 4.1 Les différentes étapes clés de la vente
 - 4.2 Les spécificités des négociations commerciales (dans l'industrie, les services, la grande distribution, les collectivités...)

Management : 30 h en L1

Les quatre parties qui composent ce cours déclinent les quatre grandes fonctions managériales – la planification, l'organisation, la direction et le contrôle –, en couvrant tous les concepts clés et accordant une place de choix à la pratique. L'une de ses forces est de ne pas se concentrer sur les applications dans les sphères dirigeantes d'entreprises multinationales, et de prendre en compte tous les acteurs des organisations, de l'agent de maîtrise sur le terrain au P.-D.G., et tous les types d'organisation, PME et associations à but non lucratif comprises.

I Introduction

Aux sources du management contemporain
 Les métiers du manager
 Management, la nouvelle donne

II La planification

La planification stratégique
 La prise de décision

III L'organisation

Les structures organisationnelles
 Le changement et l'innovation

IV La direction

Les comportements individuels et collectifs
 Le travail en équipes
 La motivation
 Le leadership

La communication interpersonnelle

V Le contrôle

Les bases du contrôle

Le management des opérations et de la chaîne de valeur

(Source : Robins, De Cenzo, Management, L'essentiel des concepts et des pratiques, Pearson)

Connaissance des organisations : 30 h en L2

Objectif du cours : se familiariser avec le management dans les organisations. Faire le lien entre les pratiques et la théorie.

Plan du cours

Ch 1 - Introduction au management des organisations

Qu'est-ce qu'une organisation ? Enjeux du management de l'organisation.

Ch 2 - L'école classique

Les théories du « one best way ».

Ch 3 - Les structures

Présentation des types de structures (fonctionnelles, divisionnelles, matricielles...). Les configurations structurelles de Mintzberg.

Ch 4 - La vision politique de l'organisation

Le pouvoir dans les organisations. L'analyse stratégique de Crozier et Friedberg.

Ch 5 - La culture

Les cultures dans l'entreprise. Cultures organisationnelles et nationales.

Comptabilité de gestion : 30 h en L2

Le cours structure en sept chapitres les concepts et les outils essentiels du contrôle de gestion. Il traite successivement la comptabilité de gestion, le système budgétaire, le contrôle de gestion des entreprises décentralisées, les systèmes de mesure de la performance et les tableaux de bord. Les thèmes exposés sont illustrés par de nombreux exemples, et une série d'exercices et de courtes études de cas est proposée à la fin de chaque chapitre. Ce cours est illustré par des cas sous Excel.

1. Concepts fondamentaux des systèmes de calcul des coûts
2. Calcul des coûts pour l'analyse stratégique
3. Analyse des coûts pour le pilotage de l'organisation
4. Système budgétaire de l'entreprise
5. Contrôle budgétaire
6. Contrôle de gestion de l'entreprise décentralisée
7. Mesures de performance et tableaux de bord

(Source : Rongé, Cerrada, Contrôle de gestion, Pearson)

Comptabilité générale et analyse financière : 30 h en L1

Objectif : Maîtriser les règles fondamentales de la comptabilité générale qui fournit les données de base en gestion comptable et financière. Percevoir la notion de modèle, à partir du modèle comptable, ainsi que les contraintes liées à sa mise en œuvre lors de la saisie des activités usuelles de l'entreprise. Ce cours ne vise pas à traiter les difficultés comptables

1. Le modèle comptable :
le modèle de base: les flux, les cycles, les stocks, le résultat, l'encaisse;
le cadre comptable français; les principes et les règles, le plan comptable général, les obligations, la normalisation
2. Les flux d'exploitation :
les opérations achats/ventes: règles d'évaluation, TVA
la rémunération du travail: salaires, cotisations sociales, personnel extérieur (sous-traitance, personnel intérimaire)
les flux de liquidités: règlements, crédits.

3. Les flux d'investissement :
 les immobilisations corporelles et incorporelles : règles d'évaluation, acquisition, production immobilisée, cession;
 les immobilisations financières: acquisition, cession.
4. Les flux de financement :
 les capitaux propres : capital, subvention (exclure tous les problèmes liés aux augmentations de capital dans les sociétés)
 les dettes financières : emprunts
 le financement par crédit-bail
5. Les charges et produits relatifs aux opérations financières
6. La détermination du résultat net :
 l'évaluation des actifs en fin de période : amortissements et provisions
 l'ajustement des charges et des produits
7. Notions d'analyse financière

Manuel de référence : Introduction à la comptabilité, Davasse, Parruitte, Paugam, Ed. Foucher, 2012

Psychosociologie des organisations : 30 h en L2

L'objectif du cours est de sensibiliser les étudiant(e)s aux phénomènes psychosociologiques qui sont à l'œuvre dans les organisations. L'accent est mis sur la manière dont les connaissances issues de psychologie, de psychologie sociale et/ou de sociologie, peuvent fournir des leviers d'action dans les organisations.

L'approche pédagogique se veut active et centrée sur des mises en situation. Au fil des séances, les étudiant(e)s sont amené(e)s à mobiliser les concepts et savoirs acquis en classe dans des ateliers/expériences afin de développer leurs aptitudes d'analyse et de prise de décision.

Au terme de l'enseignement, les étudiants devront être capables de mobiliser les connaissances issues du cours pour :

- émettre des hypothèses devant une situation organisationnelle problématique
- suggérer une manière d'acquérir des informations complémentaires pour investiguer et/ou gérer la situation

Plus généralement, le cours vise à faire prendre conscience aux étudiant(e)s des processus psychosociologiques qui sous-tendent la vie organisationnelle et à limiter les effets des jugements hâtifs et biaisés du sens commun. Il est organisé autour d'une série d'exposés et d'expériences réalisées en classe selon la séquence suivante :

Introduction générale

- Concepts principaux : présentation de soi, psychologie du sens commun...
- Atelier : « Qui suis-je ? »

Représentations et cognition sociale :

- Concepts principaux : impressions, attribution causale, biais, stéréotypes...
- Ateliers : « Perception », « Métro »

Identités et mentalités au travail :

- Concepts principaux : groupe, attitudes, analyse culturelle du travail, identités professionnelles...
- Atelier : « Fou sanguinaire », « Identités professionnelles en action »

Méthodes d'intervention et diagnostic

- Concepts principaux : tests, questionnaire, entretien...
- Ateliers : « test de frustration », « entretien non-directif » et « conduite de réunion »

Méthodes quantitatives

Les cours de méthodes quantitatives ont une finalité appliquée. Dès lors, ils font largement appel à l'utilisation de logiciels du type Excel ou SPSS.

Méthodes quantitatives sous Excel : 45 h en L1

Introduction à l'analyse de données et à l'utilisation d'Excel

Statistiques descriptives

Introduction à la statistique inférentielle (estimation et tests)

Corrélation et régression linéaire simple

Les écarts à l'indépendance et le test d'indépendance du khi-deux

Les probabilités : lois usuelles et utilisations en gestion (Bernouilli, binomiale, géométrique, hypergéométrique, Poisson...)

Manuel de référence : Méthodes statistiques appliquées au management, Corinne Hahn, Sandrine Macé, Pearson, 2012

Méthodes quantitatives appliquées : 45 h en L2

Suites réelles

Fonctions à une variable

Optimisation des fonctions à une variable

Calcul matriciel

Fonctions à plusieurs variables réelles

Optimisation des fonctions à plusieurs variables

Manuel de référence : Mathématiques appliquées à la gestion, Jeremy Dussart, Natacha Joukoff, Ahmed Loulit, Ariane Szafarz, Pearson, 2004

Culture générale et ouverture

Géopolitique 1 et 2 : 60 h en L2

Module 1 : La mondialisation : genèse, acteurs et enjeux

Ce module s'ouvre sur l'étude de la crise de l'ensemble des systèmes dont la croissance a été étudiée. L'aspect politique de ces crises est à considérer. Un chapitre est consacré aux grandes mutations structurelles (dérégulation), à l'impact des nouvelles technologies et aux rôles des États, aux formes et aux échelles de gouvernance économique internationales (des états-régions au G7) et des institutions internationales (GATT puis OMC, FMI, banque mondiale).

L'étude des acteurs de la mondialisation, après un chapitre consacré à la démographie, doit accorder une large place à l'étude des entreprises. Celle-ci part de monographies et d'études de cas qui donnent une profondeur historique séculaire, les unes et les autres permettant d'éviter les typologies trop abstraites. Rôle des entrepreneurs d'une part, des partenaires sociaux de l'autre, sont mis en évidence. L'étude des stratégies se place dans le cadre de la nouvelle division internationale du travail, tandis que celle des territoires montre comment les entreprises structurent leur espace en réseaux et organisent leurs relations avec leurs partenaires.

Genèse de la mondialisation

1. crise et restructuration de l'économie mondiale des années 1970 aux années 2000 : analyse historique et géopolitique
2. la mondialisation : les mutations technologiques et structurelles. Les aspects géo-économiques : la place des États et des institutions internationales
3. le nouveau visage de l'économie et de la société françaises dans le dernier quart du XXème siècle

Les acteurs de la mondialisation

1. Les hommes : les mutations démographiques. Croissance urbaine et métropolisation

2. Les entreprises : des structures et des hommes ; stratégies et territoires des entreprises dans le cadre de la nouvelle division internationale du travail

Les enjeux de la mondialisation

1. Enjeux énergétiques et alimentaires, sécurités quantitative et sanitaire
2. Risques et développement durable. La question de l'eau.
3. Débats et alternatives : alter et anti-mondialisation

Conclusion : la carte du monde au début du XXIème siècle

Module 2 : Géodynamique continentale de l'Europe, de l'Afrique, du proche et moyen Orient.

L'objectif de ce module est de donner aux étudiants de seconde année des clefs de compréhension et d'analyse des spécificités et de la complexité des situations qui prévalent aujourd'hui en Europe et en Afrique. Dans ce but, l'histoire, la géographie et la géopolitique sont associées pour offrir une lecture synthétique qui rende compte de manière à la fois précise, nuancée et critique d'une réalité mouvante. Pour ce qui est plus particulièrement du Moyen Orient, la relation sera faite avec les problématiques dégagées dans le second module autour de la question du pétrole.

Les étudiants doivent être en mesure à la fois de dissenter de manière argumentée sur ces espaces continentaux, y compris dans les perspectives étudiées en première année, d'analyser des documents statistiques et de réaliser des croquis de synthèse simples mais significatifs.

Les dynamiques géographiques en Europe résultent des formes prises par l'intégration économique, sociale et politique, dans un continent dont l'histoire, chargée de ruptures et de divisions, montre aussi les cohérences culturelles. L'étude géopolitique permet d'en mettre en évidence les conséquences actuelles et d'aborder la place et l'action de l'Europe dans le monde. L'Europe s'entend à l'échelle d'un continent dont la partie orientale fait partie intégrante. Sa plus petite définition retenue dans le libellé est celle de l'Union Européenne actuelle, uniquement pour ce qui concerne les mutations économiques et sociales.

Les dynamiques africaines demandent, outre la réflexion attendue sur les effets de la récente colonisation et décolonisation dans la structuration des États et Nations, une mise en perspective qui tienne compte aussi de la diversité et de l'ancienneté des cultures qui se répartissent sur un continent dont l'importance des ressources est un des grands enjeux géopolitiques du XXIème ? La présence du Proche et du Moyen-Orient permet en outre de mettre en évidence de manière plus complète les composantes et la problématique du développement. Dès lors, les implications des États et des populations apparaissent dans le processus du développement sous la double contrainte de l'influence des puissances régionales et des interventions extérieures.

L'Europe

1. Identités et diversités en Europe
2. La construction européenne et ses dynamiques géographiques
3. Les mutations économiques et sociales et leurs conséquences géographiques dans l'Union Européenne
4. Géopolitique de l'Europe

L'Afrique, le proche et le moyen orient

1. Géopolitique de l'Afrique, du proche et moyen Orient
2. La diversité culturelle
3. Les enjeux du développement

Module 3 : Géodynamique continentale de l'Amérique et de l'Asie

L'histoire dans sa dimension la plus large des civilisations, la géographie et la géopolitique viennent rappeler comment ces espaces continentaux à l'identité forte connaissent, de manière récente ou plus ancienne, l'expansion du monde occidental qui confronte leurs populations, leurs sociétés et leurs systèmes économiques aux effets d'une ouverture à l'échelle du monde, dont les modalités peuvent leur échapper.

En ce qui concerne le continent américain, l'étude insiste sur les conséquences géopolitiques et géoéconomiques de la confrontation de la puissance de l'Amérique anglo-saxonne avec les économies de l'Amérique latine. Le problème de l'intégration régionale et continentale est ainsi posé dans une approche qui met en évidence les centres et les périphéries dans un emboîtement d'échelles qui peut et doit dépasser ici le continent américain.

Pour l'Asie, il a été retenu d'étudier plus spécifiquement l'Inde, la Chine et le Japon, ce qui, du point de vue de la dynamique continentale et de la géopolitique, permet de s'intéresser au sud et à l'est du continent au sens large. Leur insertion dans l'espace mondial trouve ici de fortes résonances à la fois dans la dimension historique du XXème et dans les enjeux géoéconomiques et géopolitiques du monde contemporain.

Les Amériques

1. la construction des territoires et les grandes aires culturelles
2. centres et périphéries continentales
3. l'Amérique latine entre développement, indépendances et dépendances
4. Les États-Unis : économie et société ; des Amériques au monde

L'Asie

1. Culture, économie et société des trois puissances du monde asiatique : l'Inde, la Chine, le Japon
2. Géopolitique d'un continent multipolaire
3. Les espaces asiatiques dans la mondialisation

(Source : programme prépa HEC)

Culture générale : 30 h en L1

Cet enseignement concerne à part égale les lettres et la philosophie. Son but est de "former l'esprit à une réflexion autonome et éclairée, par la lecture ample et directe des grands textes et par la pratique de la dissertation..."

Objectifs majeurs :

- Développer chez les étudiants la maîtrise de l'expression écrite et orale, l'aptitude à communiquer ;
- Approfondir la réflexion personnelle et le sens critique des étudiants ;
- Enrichir la culture et mieux comprendre le monde actuel.

Le programme permet d'approfondir et d'élargir la culture acquise au cours des études secondaires, et de consolider les bases nécessaires à une réflexion personnelle. On s'efforcera de mettre en relation l'étude des œuvres littéraires ou philosophiques avec les représentations mythologiques, religieuses, esthétiques et avec l'histoire des sciences, des arts et des techniques.

Le programme est constitué par les rubriques suivantes :

- L'héritage de la pensée grecque et latine.
- Les apports du judaïsme, du christianisme et de l'islam à la pensée occidentale.
- Les étapes de la constitution des sciences exactes et des sciences de l'homme.
- L'essor technologique et l'idée de progrès.
- La société, le droit et l'État moderne.
- Les figures du moi et la question du sujet depuis la Renaissance.
- L'esprit des Lumières et leur destin.
- Quelques grands courants artistiques et esthétiques depuis la Renaissance.
- Les principaux courants idéologiques contemporains.

(Source : programme prépa HEC)

Introduction à la science politique : 30 h en L1

L'enseignement propose un tableau de la discipline et vise à mettre à la disposition des étudiants ses outils d'analyse et ses modes de raisonnement. La science politique aborde les questions centrales de l'organisation des pouvoirs et de leur légitimité. Elle étudie les fondements de l'obéissance à l'autorité et les formes d'intégration sociale, l'organisation des régimes, la genèse et les transformations de la domination étatique, le fonctionnement des partis et le poids des bureaucraties, les formes de mobilisation et d'action collectives ainsi que les déterminants de l'engagement et de l'orientation politiques. Le cours s'appuie sur les résultats des enquêtes sociologiques et les observations de l'anthropologie mais fait appel également à la pensée et à la théorie politiques.

Politique et science politique

Première partie : Systèmes et régimes

- Société et politique
- Légitimations et figurations du pouvoir
- État et domination

- Démocratie et séparation
- Totalitarisme et incorporation

Deuxième partie : Individus et groupes

- Action collective et représentation
- Organisation et oligarchie
- Opinion individuelle et opinion publique
- Implication et participation
- Orientation et détermination

Conclusion : violence et inimitié

Ouvrages de référence :

A. von Busekist, *Penser la politique*, Paris, Presses de Sciences Po, 2010.

J.-M. Donegani/M. Sadoun, *Qu'est-ce que la politique ?* Paris, Gallimard (Folio), 2007.

J.-Y. Dormagen/D. Mouchard, *Introduction à la sociologie politique*, Bruxelles, De Boeck, 2010.

(Source : programme IEP Paris)

Introduction à la sociologie : 30 h en L2

Objectif du cours : donner les bases du raisonnement sociologique, faire découvrir les grands auteurs et les principaux courants

Qu'est ce que la sociologie ?

Ch 1 : Trois figures fondatrices de la sociologie

- Karl Marx, l'analyse marxiste du capitalisme et de son évolution. La notion de classes sociales.
- Émile Durkheim, la division du travail social. La notion de fait social. L'étude du Suicide. Deux élèves de Durkheim : Mauss et Halbwachs.
- Max Weber, la sociologie compréhensive. Rationalisation et désenchantement du monde. Les formes de domination.

Ch 2 : Courants contemporains

- Individualisme méthodologique et analyse stratégique
- Interactionnisme symbolique et Ethnométhodologie, des recherches empiriques. Les interactions entre acteurs. L'étude de la déviance. Une « sociologie radicale » : l'ethnométhodologie.
- Dispositions et champs sociaux : la sociologie de Pierre Bourdieu, une sociologie de la domination. Habitus, champs, capitaux. La violence symbolique.

Ch 3 : Approches thématiques

- Éducation et inégalités sociales : difficultés de l'école à corriger les inégalités sociales.
- La famille et la construction sociale des genres masculin et féminin : Évolution de la famille. Choix du conjoint. Partage des tâches domestiques.
- Évolution du travail et de la protection sociale Précarité et insécurité sociale. La question de la souffrance au travail.
- L'action collective : sociologie des mouvements sociaux, Analyses classiques de la mobilisation. Nouveaux mouvements sociaux. Transformations des luttes sociales.
- Les mutations de l'économie capitaliste, Formes historiques et renouvellement du capitalisme.

(source : cours de L2 FSEG Créteil)

Droit

L'introduction au droit vise à donner un panorama général du système juridique français et européen, de façon à saisir les enjeux et implications d'un problème juridique. Le droit des obligations fournit les bases fondamentales à la résolution des principaux problèmes qui pourront être rencontrés.

Introduction au droit : 30 h en L1

Introduction : qu'est-ce que le Droit ?

- Les sources du droit

- Les principales institutions et juridictions
- Les principes applicables lors d'un procès
- Les personnes physiques et morales

Droit civil et des obligations : 30 h en L1

- Les biens et la notion de patrimoine
- La notion d'acte juridique et la formation d'un contrat
- Les effets d'un contrat et la responsabilité contractuelle
- La notion de fait juridique et les principes de la responsabilité délictuelle
- La preuve

Droit commercial : 30 h en L2

Connaître les contraintes juridiques de son activité, le parcours du créateur d'entreprise, choisir la structure juridique la plus adaptée et de respecter la législation de son secteur d'activité.

- Le commerçant
- Le fonds de commerce
- La propriété industrielle
- La notion de société et la formation d'un contrat de société
- Les différentes formes de l'entrepreneuriat et des sociétés commerciales
- Les procédures collectives

Droit du travail : 30 h en L2

Respecter la réglementation du travail. Comprendre et gérer les événements qui affectent l'exécution du contrat de travail au cours de la vie sociale.

Le contrat de travail

- Formes et formation
- Contenu
- Exécution
- Rupture

Les relations collectives de travail

- les conventions collectives
- la représentation et l'expression des salariés
- les syndicats et les conflits collectifs