



MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

CURSUS

6 Spécialités
Durée : 2 Ans - 4 semestres - 120 ECTS
Accessible Bac+3/Bac+4
Intégration possible en 2e année
Niveau de sortie : Équivalent Bac+5

SOMMAIRE

Présentation et objectifs	03
Public visé	05
Grille des unités	06
Semestre 1	08
Semestre 2	09
Semestre 3	10
Semestre 4	11
Présentation générale des modules enseignés	12
Liste des modules optionnels (de spécialisation)	21
Prerequisites	24
	02

PRÉSENTATION ET OBJECTIFS

Notre MBA est une formation de deux ans, répartie sur quatre semestres. Il est principalement conçu pour les cadres en activité au sein d'entreprises qui souhaitent enrichir leurs compétences techniques par une formation approfondie en gestion et autres domaines connexes. Cependant, il attire de plus en plus d'étudiants en début de carrière. Contrairement aux MBA traditionnels qui sont souvent coûteux, nos frais d'inscription sont considérablement plus abordables tout en maintenant une qualité comparable à d'autres établissements de renommée similaire.

Ce programme est aligné sur les normes internationales couramment adoptées dans les pays anglo-saxons et asiatiques, ce qui lui confère une reconnaissance mondiale. Il peut être suivi à temps plein ou être adapté aux horaires des cadres en activité. Notre MBA repose sur une approche pédagogique inspirée de la méthode socratique, mettant l'accent sur l'analyse de cas, la mise en situation, la réalisation de projets de veille, la rédaction de rapports d'activité et de mémoires professionnels. Nous valorisons l'expérience des apprenants, d'où la nécessité pour les étudiants en formation initiale d'effectuer un stage de six à neuf mois. Cela leur permet non seulement de développer leur réseau professionnel, mais aussi d'acquérir les compétences essentielles à leur réussite dans le monde professionnel.

Il existe des MBA spécialisés qui se concentrent sur des marchés spécifiques ou des domaines disciplinaires particuliers. Néanmoins, il est essentiel qu'un MBA conserve une base généraliste.

Un MBA comprend des modules techniques couvrant les principales disciplines des sciences de gestion, et il peut éventuellement inclure un ou deux modules spécialisés. Bien qu'il existe des MBA spécialisés axés sur un marché ou une discipline spécifiques, il est crucial de maintenir une perspective généraliste dans le cadre de cette formation.

PUBLIC VISÉ

Le niveau minimum d'entrée dans le programme est un Bac+3 validé (BBA, Master...). Les étudiants qui s'inscrivent à ce programme doivent maîtriser l'anglais ou le français. Il est également possible d'intégrer notre programme MBA après un Bac+3 et 5 ans d'expérience professionnelle.

Comme pour MBA, notre programme est adapté aux professionnels ayant pour objectif une promotion statutaire, ou une création d'entreprise, et souhaitant compléter une formation technique par une formation approfondie en sciences de gestion, management, etc.

Ce type de programme attirant de plus en plus d'étudiants en formation initiale, nous faisons donc le choix de construire un programme spécifiquement tourné vers les étudiants « temps plein », même si l'emploi du temps et les périodes de stage peuvent être aménagés afin que les étudiants puissent cumuler leur formation avec un emploi à temps partiel



GRILLE DES UNITÉS

Récapitulatif des modules et modalités d'enseignement (semestres, volume horaire et ECTS). La grille des unités de notre MBA est répartie en 4 semestres comprenant chacun les modules, leurs modalités d'enseignement, leur volume horaire et ECTS.

SEMESTRE 1			
Modules	Modalités d'enseignement	Volume horaire	ECTS
Management stratégique et opérationnel	Etudes de cas	30	4
RSE : Entrepreneuriat durable et éthique	Études de cas	30	4
Marketing digital	Conception et mise en œuvre d'un projet	50	4
Management et gestion de projet	Organiser un évènement	50	5
Méthodes quantitatives en Sciences de gestion	Cours magistral	20	4
Économie mondiale	Cours magistral	30	4
Business Studies	Cours magistral sur les fondamentaux des Sciences de gestion	40	5
Total semestre 1		250	30

SEMESTRE 2			
Modules	Modalités d'enseignement	Volume horaire	ECTS
Recrutement	Mise en situation	20	3
Socialisation professionnelle	Compétences non techniques	10	3
Développement du réseau professionnel	Travaux pratiques	20	3
Stage d'une durée de 3 mois conduisant à la soutenance d'un rapport d'activité	Rapport	400	0
Méthodologie du rapport d'activité	Travaux pratiques	20	8
Benchmarking et veille concurrentielle	Travaux dirigés	20	5
Les nouveaux questionnements de la GRH	Travaux dirigés	30	5
Business Law	Cours magistral sur le droit des affaires	30	3
Total semestre 2		550	30

SEMESTRE 3

Modules	Modalités 'enseignement	Volume horaire	ECTS
Développement local et durable	Cours magistral	30	4
Management interculturel	Travaux dirigés	30	4
Option 1*	Travaux dirigés	50	6
Option 2*	Travaux dirigés	50	6
Finance et fiscalité internationales	Cours magistral	30	3
Droit du commerce mondial	Travaux dirigés	30	3
Global politics	Travaux dirigés	30	4
Total semestre3		250	30
2 Options au choix parmi : Projet de création d'entreprise, analyse sectorielle d'un marché spécifique (luxe, mode, arts, culture, informatique, restauration...), introduction au neuro-marketing et à l'économie comportementale, modélisation et analyse des risques.			

SEMESTRE 4

Modules	Modalités d'enseignement	Volume horaire	ECTS
Stage d'une durée de 6 mois conduisant à la soutenance d'un mémoire d'activité	Mémoire professionnel	800	0
Méthodologie du mémoire d'activité	Travaux dirigés	50	13
Rédaction d'un article de recherche de spécialisation*	Travaux pratiques	50	13
Reading in Business Administration Studies	Travaux dirigés	50	4
Total semestre 4		950	30

* Rédaction d'un article de recherche publiable dans une revue académique en Sciences de gestion

PRÉSENTATION GÉNÉRALE DES MODULES ENSEIGNÉS

Les modules ont été élaborés en poursuivant trois objectifs essentiels

1. Contribuer au développement de compétences techniques pratiques qui répondent aux besoins actuels des entreprises.
2. Encourager le développement d'un réseau professionnel et favoriser l'acquisition des compétences sociales essentielles à l'obtention du premier emploi, ainsi qu'à l'évolution de carrière.
3. Cultiver une culture générale économique, sociétale et institutionnelle permettant d'analyser les problématiques contemporaines, qu'il s'agisse de questions liées au développement durable, à l'internationalisation, à la transformation numérique ou aux nouveaux enjeux et risques.

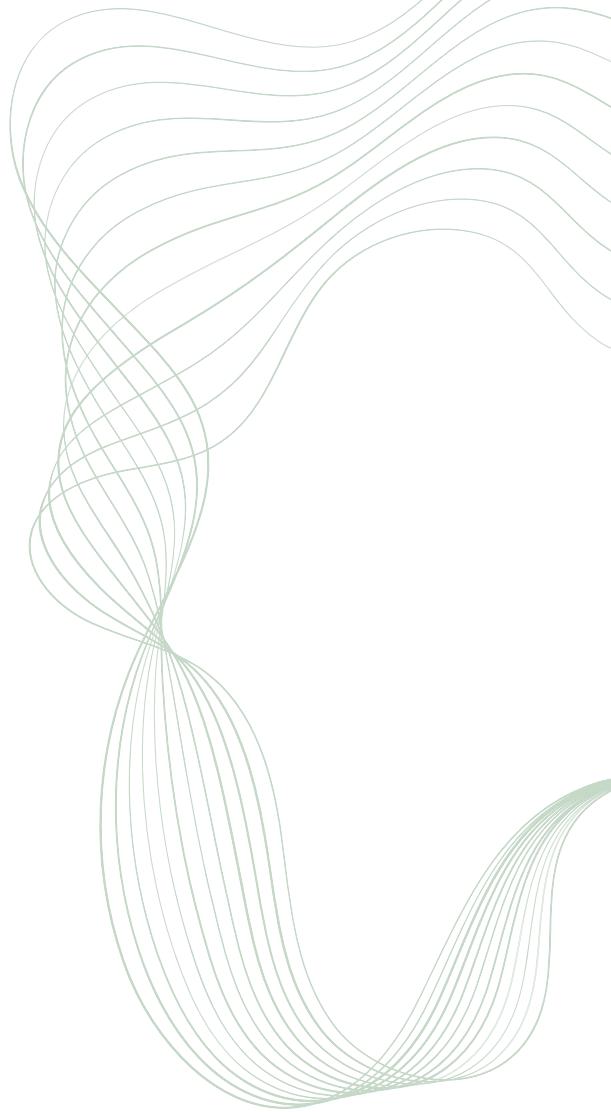
Chaque semestre comprend un ensemble variable de modules. La majorité d'entre eux ne se présentent pas sous forme de cours magistraux, mais plutôt sous la forme de séminaires, de travaux pratiques, de travaux dirigés, d'activités pratiques et de recherches basées sur une immersion professionnelle. L'accent est mis sur le développement de compétences pratiques et comportementales plutôt que sur l'acquisition purement théorique de connaissances. L'amélioration de l'employabilité est stimulée par la participation à des stages et à des projets de recherche.

Les étudiants font partie d'une communauté dans laquelle la méthode de formation entre pairs, qui a fait ses preuves, est combinée avec un travail autonome. Ils ont l'opportunité de collaborer avec l'équipe pédagogique pour choisir une spécialisation portant sur un marché, un produit, un métier ou une entreprise de leur choix. Cette approche leur permet d'orienter leurs stages, leurs projets de recherche et leurs activités pratiques afin d'atteindre au mieux leurs objectifs professionnels.

SEMESTRE 1

MANAGEMENT STRATÉGIQUE ET OPÉRATIONNEL (ÉTUDES DE CAS)

Le module “Management” stratégique et opérationnel consiste en la réalisation d’études de cas en management. Ce module est composé de 10 séances d'une durée de 3 heures chacune. Durant chaque séance, les étudiants travailleront sur des sujets, directement inspirés des réalités des entreprises, consistant à analyser le contexte de l’entreprise, établir des diagnostics stratégiques, analyser un marché, ainsi que les mécanismes de direction et de coordination au sein de l’organisation. Ils devront ensuite déterminer les problématiques de management de l’entreprise et proposer des solutions.



RSE : ENTREPENARIAT DURABLE ET ÉTHIQUE (ÉTUDES DE CAS)

La RSE (responsabilité sociétale des entreprises) repose sur les finalités sociale, sociétale et environnementale des entreprises sans s'opposer aux finalités économique et financière. En cela la RSE est la transposition du développement durable dans la pratique des entreprises. Au-delà d'une communication devenue incontournable et répondant à un intérêt marketing, les étudiants seront conduits à travailler sur des sujets concrets inspirés des réalités des entreprises afin d'identifier les pratiques éthiques et durables et celles qui relèvent de la simple communication verte et émettre des propositions conformes à la RSE. Chaque séance, d'une durée de trois heures portera sur une étude de cas.



MARKETING DIGITAL

Ce module est un module de spécialisation. Les étudiants sont encouragés à appliquer les outils de web-mining et de communication numérique à un projet de leur choix. Ce module prend la forme d'un travail pratique, au cours duquel les étudiants appliquent les outils présentés pendant le cours à la réalisation d'un projet concret.

MANAGEMENT ET GESTION DE PROJET

Ce module est dédié à la spécialisation des étudiants. Dans le cadre de cette formation, les étudiants sont chargés de planifier et de mettre en œuvre un événement au sein de l'école. Cet événement peut revêtir différentes formes, qu'il s'agisse d'une soirée à caractère culturel ou d'une conférence professionnelle. L'objectif principal de cette formation pratique et axée sur le pragmatisme est d'accompagner les étudiants dans la réalisation concrète d'un événement.

L'organisation d'un événement nécessite diverses étapes, notamment la recherche de partenaires et de sponsors, la quête de financements, la détermination des besoins logistiques tels que la gestion du matériel, et la réservation d'espaces, ainsi que la mise en place d'une stratégie de communication efficace.

MÉTHODES QUANTITATIVES EN SCIENCES DE GESTION

Ce module présente les apports et limites des outils mathématiques et statistiques en sciences de gestion. Deux outils sont abordés: les sondages et l'évaluation comptable. Ce module se présente sous la forme de travaux dirigés. Chaque séance porte sur le développement d'une compétence particulière : l'échantillonnage, la construction du questionnaire, le codage des données, l'analyse des données, les calculs de valeurs actuelles nettes, de taux de rentabilité interne

ÉCONOMIE MONDIALE

Le module d'économie mondiale s'ouvre sur les théories économiques et l'histoire du commerce international. La seconde partie du programme porte sur les stratégies internationales des firmes. Le cours se conclut par la présentation des institutions de régulation et de gouvernance du commerce mondial. Ce module se présente sous la forme d'un cours magistral, mais les étudiants sont invités à présenter leur point de vue face aux différentes thématiques abordées.

BUSINESS STUDIES

Le module *business studies* est un module assuré en anglais consistant en une présentation de l'ensemble des disciplines de l'administration des affaires. Les thèmes abordés sont le marketing, la finance, la gestion des ressources humaines, le management opérationnel, le macroenvironnement et les stratégies. Chaque séance débute par la lecture d'un document donnant lieu à discussion. Chaque séance se termine par la rédaction par chaque étudiant d'une courte synthèse sur le thème abordé.

SEMESTRE 2

RECRUTEMENT

Ce module aborde les différents aspects et les différentes problématiques du recrutement du point de vue du recruteur, comme du candidat au recrutement. Sont abordés successivement le droit encadrant la procédure de recrutement et la rédaction du contrat, la préparation du recrutement, le CV, la lettre de motivation, l'entretien, les tests. Ce module est un module pratique. Les étudiants réalisent des simulations de recrutement en alternant tour à tour les rôles.

SOCIALISATION PROFESSIONNELLE

Les *soft skills* sont aujourd’hui considérées comme essentielles tant durant le processus de recrutement que dans la pratique professionnelle. Afin de réussir son assimilation professionnelle dans un premier emploi, un changement d’emploi, un changement de poste, il est nécessaire de comprendre les codes et de les intégrer. En effet, les codes diffèrent selon le secteur d’activité. Ce module constitue un axe de recherche basé sur l’observation ethnographique et la réalisation d’entretiens permettant de capter l’essence de son nouvel environnement professionnel.

DÉVELOPPEMENT DU RÉSEAU PROFESSIONNEL

Afin de développer son réseau professionnel, les étudiants sont invités à se mettre en relation avec des professionnels de leur secteur d’activité. Outre les lieux de rencontre réels de la profession, le module aborde la pratique des réseaux sociaux professionnels (tels que LinkedIn), les problèmes récurrents de la gestion de l’image professionnelle sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram...) et le cadre du mail professionnel. Les étudiants ont pour objectif d’élargir leur carnet d’adresses professionnel.

STAGE CONDUISANT À LA SOUTENANCE D'UN RAPPORT D'ACTIVITÉ (1ÈRE ANNÉE) OU D'UN MÉMOIRE D'ACTIVITÉ (2ÈME ANNÉE)

Les étudiants réalisent deux stages (3 mois, puis 6 mois) durant lesquels ils devront analyser une pratique professionnelle ainsi qu'une ou plusieurs problématiques professionnelles. Les étudiants disposant d'un contrat salarié peuvent faire reposer leur rapport ou mémoire d'activité sur l'analyse de leur propre emploi. Enfin, les étudiants souhaitant créer une entreprise peuvent choisir de remplacer le stage par la réalisation concrète du projet de création d'entreprise. Ils réalisent à cet effet toutes les étapes préalables et initiales à la création.

RAPPORT OU MÉMOIRE D'ACTIVITÉ

Le rapport d'activité est un travail qui doit être réalisé durant le stage de première année, il débouche sur une soutenance en fin de première année. Le mémoire d'activité est un travail portant sur le stage de seconde année. La durée du stage, le nombre de pages et les éléments devant figurer dans ces deux travaux sont quelque peu différents mais reposent sur la même méthodologie. Le module de méthodologie expose les consignes de forme et de fond de ces travaux ainsi que les consignes pratiques permettant de bénéficier dans la plus large mesure possible du stage.

BENCHMARKING ET VEILLE CONCURRENTIELLE

Le *Benchmarking* qui consiste à comparer les pratiques de son entreprise avec des entreprises du même marché ou des secteurs différents dans le but de s'inspirer de ce qui fonctionne et d'éviter les erreurs commises par d'autres est un élément central de la veille stratégique et concurrentielle. Dans ce module, les étudiants s'intéressent à un marché et réalisent une étude complète. Ils peuvent choisir un marché correspondant à leurs objectifs professionnels; cependant, il est recommandé de travailler sur des marchés porteurs et innovants.

LES NOUVEAUX QUESTIONNEMENTS DE LA GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

La stratégie RH doit être capable de s'aligner sur la stratégie d'entreprise tout en tenant compte des tendances imposées par les évolutions sociétales et économiques.

La question du comportement et de la thématique comportementale s'est installée de fait au cœur des préoccupations et des pratiques managériales. Parallèlement, les modes d'organisation mettent l'accent sur l'autonomie des équipes et des acteurs, les processus RH se centrent sur l'individu, les comportements individuels et collectifs sont identifiés comme des vecteurs phares de l'obtention de la performance. Ce mouvement fait aussi émerger des thématiques nouvelles : les émotions, le comportement nomade dans le cadre de la carrière, la créativité, la citoyenneté, etc.

Dans ce module, les étudiants, enrichis de théories à partir de cas pratiques, porteront leurs analyses sur des situations de gestions types et actualisées.

BUSINESS LAW

Ce module est proposé en anglais, il correspond à un cours de droit des affaires. Le cadre juridique est celui du système anglais et américain. Sont abordés le système politique et administratif, le régime du droit des contrats, le cadre de la relation de travail, la fiscalité. Chaque séance débute par la lecture d'un document donnant lieu à discussion. Chaque séance se termine par la rédaction par chaque étudiant d'une courte synthèse sur le thème abordé.

SEMESTRE 3

DÉVELOPPEMENT LOCAL ET DURABLE

Le module axé sur le développement local et durable s'inscrit dans le contexte de la transition écologique qui repose sur la promotion des circuits courts, des productions locales et des marchés de proximité. Dans cette dynamique, les territoires retrouvent leur importance et deviennent des destinations prisées, que ce soit pour le tourisme culturel, la production agricole, voire même la production industrielle stratégique.

L'objectif principal de ce module est d'explorer le cadre méso-économique qui favorise le développement territorial. Cela implique la coordination nécessaire entre les institutions publiques et les entreprises privées. Au cours de ce module, les étudiants sont amenés à travailler sur la conception d'un projet de développement territorial concret.

MANAGEMENT INTERCULTUREL

L'ouverture économique et culturelle mondiale conduit de plus en plus d'entreprises à gérer leurs ressources humaines en tenant compte des différentes cultures. Il peut s'agir d'entreprise se développant dans des aires culturelles différentes, ou d'entreprises employant des équipes multiculturelles. Ce module se présente sous la forme d'un échange entre étudiants de différentes nationalités sur leurs expériences du travail scolaire et/ou professionnel, qu'il soit ou non interculturel.

La discussion permet ainsi de mettre en exergue les différences culturelles, les difficultés qui peuvent apparaître et les solutions envisageables.

FINANCE ET FISCALITÉ INTERNATIONALES

Dans un univers économiquement ouvert et interconnecté, les flux financiers n'ont plus de frontières, les monnaies nationales et les systèmes fiscaux s'inscrivent dans un cadre concurrentiel sur lequel les Etats perdent le pouvoir de contrôle. Des entreprises parviennent même à concurrencer les états en créant leur propre monnaie, leur monde virtuel. Ce module s'intéresse à la circulation mondiale de la monnaie. Il aborde les systèmes monétaires, les zones monétaires, les taux de change, les flux financiers internationaux, la régulation financière mondiale, les stratégies financières et fiscales des firmes et la question des cryptomonnaies. Ce module est assuré sous la forme d'un cours magistral.

DROIT DU COMMERCE MONDIAL

Ce module est assuré sous la forme d'un cours magistral. Le droit du commerce international repose sur 3 dimensions : les accords de Libre-échange et les zones de Libre-échange, le droit de l'OMC (organisation mondiale du commerce) et le droit privé international des affaires. Ce module présente successivement ces différents éléments.

GLOBAL POLITICS

L'expression *global politics* se distingue de l'expression *international politics* par la double signification du terme global. Module portant sur l'analyse de la mondialisation (*globalization*) mais également analyse globale au sens où il aborde à la fois, la politique et les institutions internationales, les stratégies des firmes, les grandes problématiques mondiales que sont les pandémies, les phénomènes terroristes, la cybercriminalité...

Dans le cadre de ce module, les étudiants réalisent un travail de recherche sur un thème qu'ils ont choisi.

SEMESTRE 4

READING IN BUSINESS ADMINISTRATION STUDIES

Ce module consiste en la lecture de travaux de recherche en sciences de gestion. Les revues de référence en sciences de gestion sont principalement anglophones (La Harvard Business Review est traduite en français, cependant les ressources en anglais sont beaucoup plus nombreuses).

Durant ce module, les étudiants travaillent sur les bases de données de la recherche académique. L'objectif principal est de permettre aux étudiants de s'intéresser aux travaux de recherche récents afin de nourrir la réflexion pratique de la meilleure recherche académique.

RÉDACTION D'UN ARTICLE DE RECHERCHE DE SPÉCIALISATION

A l'issue de leur formation, les étudiants rédigent un article de recherche académique. Celui-ci peut s'appuyer sur un thème travaillé durant un module, une activité pratique, un stage... Le module porte sur les conditions de forme et de fond à respecter dans la rédaction d'un article de recherche académique publiable. MISB est spécialisée dans la recherche académique.

Ce module permet aux étudiants de produire un travail qui s'intègre pleinement au cœur d'activité de notre école.

LISTE DES MODULES OPTIONNELS (DE SPÉCIALISATION)

PROJET DE CRÉATION D'ENTREPRISE

Ce module est un module optionnel de spécialisation construit comme un tutorat à la création d'une entreprise. Il s'adresse principalement aux étudiants souhaitant créer une entreprise. Dans ce cas, la création de l'entreprise remplace le stage.

Le module aborde l'analyse du marché, les diagnostics stratégiques, le choix d'un statut de société, la rédaction des statuts, les démarches administratives et bancaires, le marketing.

ANALYSE SECTORIELLE

Ce module est un module optionnel de spécialisation. Il s'approche du module de création d'entreprise, mais ne vise pas la création d'une société, plutôt la spécialisation sur un marché. Les étudiants réalisent l'analyse complète du marché de leur choix (luxe, mode, art, culture, informatique, restauration...)

LOGISTIQUE DES TRANSPORTS URBAINS

Ce module est un module optionnel de spécialisation. Il aborde la problématique particulière des transports à l'échelle mondiale, notamment les règlementations, les chaînes de valeur des contrats internationaux, les plateformes numériques, le E-commerce ainsi que les principaux moyens de transport utilisables. Ce module est d'abord et avant tout tourné sur le partage d'expériences concrètes du monde de l'entreprise.

INTRODUCTION AU NEURO-MARKETING ET À L'ÉCONOMIE COMPORTEMENTALE

Ce module est un module optionnel de spécialisation. Les neurosciences impactent de nombreuses disciplines et notamment les sciences économiques et les sciences de gestion. Certaines pratiques comme la PNL font l'objet de débats scientifiques et éthiques. On reproche souvent aux études empiriques en neuro-marketing de transformer le cobaye en un rat de laboratoire, d'autant que l'usage d'IRM permettant d'analyser le cerveau peut conduire à donner accès aux fantasmes les plus secrets du cobaye. L'usage de puces RFID ou d'appareils connectés, et donc piratables, constitue l'ultime menace portant sur les données personnelles. Ce module contribue à la construction d'une réflexion sur ces différentes questions et confronte les travaux de recherche avec les pratiques d'entreprises.

MODÉLISATION ET ANALYSE DES RISQUES

Ce module est un module optionnel de spécialisation. Il aborde successivement la modélisation mathématique et économétrique et la théorie des Jeux. L'accent est porté sur les risques et donc sur la probabilité d'un modèle de prévision, formulé à partir de données du passé, et donc la pertinence des simulations qui en résultent. Ce module aborde les marchés financiers, les risques environnementaux, terroristes et géopolitiques, cybersécuritaires sous l'angle de la théorie des Jeux.

PREREQUISITES

COMPÉTENCES LINGUISTIQUES

1. La maîtrise d'au moins une langue est requise, la langue d'enseignement au sein de l'établissement étant le français et l'anglais.
2. Pour les candidats internationaux dont la langue maternelle n'est pas le français, des tests de langue supplémentaires tels que l'IELTS ou le TOEFL peuvent être demandés en vue d'évaluer le niveau de maîtrise de l'anglais.
3. Examen d'entrée:
4. Les futurs étudiants pourront éventuellement passer des examens d'entrée spécifiques au domaine des études commerciales. Ces tests évalueront leur raisonnement logique, leurs compétences et, plus généralement, leur aptitude à étudier dans le domaine choisi.
5. Motivation et entretien:
6. La motivation personnelle est un facteur clé. Les candidats peuvent être tenus de soumettre une lettre de motivation expliquant leur intérêt pour les études commerciales et pourquoi ils souhaitent rejoindre MASH International School of Business.
7. Un entretien pourra être mené pour évaluer les compétences en communication, l'engagement et l'adhésion des candidats aux valeurs de l'école.

LETTRE DE RECOMMANDATION

Soumission d'une ou plusieurs lettres de recommandation d'enseignants ou de professionnels qui peuvent se porter garants des capacités académiques ainsi que du potentiel du candidat dans le domaine des affaires.

Activités parascolaires et réalisations:

La participation à des activités parascolaires, des fonctions de leadership, des stages ou des réalisations pertinentes sera prise en compte dans l'étude du dossier de candidature.

ÂGE:

Pour les étudiants du programme de Bachelor, l'âge minimum sera de 18 ans.