



The pioneering spirit



GRANDE ÉCOLE

CATALOGUE DES COURS/COURSE CATALOG
MASTER IN MANAGEMENT 2020-2021

Catalogue des Cours

Course Catalog

COURS – SPECIALISATIONS / COURSES – SPECIALIZATIONS

Année académique 2020-2021
Academic Year 2020-2021

Sommaire / Table of contents

Introduction / Introduction	5
Descriptif des cours / Course Outlines	7
• Codification des cours de gestion/ <i>Classification of Management Course Codes</i>	9
• Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting & Management Control</i>	13
• Droit et Environnement de l'Entreprise/ <i>Public and Private Policy</i>	27
• Économie/ <i>Economics</i>	67
• Finance/ <i>Finance</i>	79
• Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>	99
• Management/ <i>Management</i>	121
• Marketing/ <i>Marketing</i>	149
• Management des Opérations/ <i>Operations Management</i>	179
• Hors départements/ <i>Outside Academic Departments</i>	191
• Langues & Cultures / <i>Languages & Cultures</i>	201
Spécialisations / Specializations	217
Financial Reporting, Audit & Strategic Management Control.....	219
• Track 1 : CFO (Conseil, Finance et Organisation)	220
• Track 2 : CIMA (Chartered Institute of Management Control).....	221
• Track 3: DSCG (Diplôme Supérieur de Comptabilité et de Gestion)	222
Digital Business	224
• Accenture Strategic Business Analytics Chair	224
• Chaire Grande Consommation	225
• Chaire Media & Digital	227
• Digital Disruption Chair by BNP Paribas	231
Entrepreneurship & Innovation	234
• Chaire Armand Peugeot	234
• Chaire Innovation et Entrepreneuriat Social	235
• Chaire Innovation Managériale et Excellence Organisationnelle	237
• Entreprendre en Afrique (Track)	238
• Entrepreneurship Track/Filière Entrepreneuriat	240
• <i>Innovation and Entrepreneurship and Sustainability</i>	242
• The Essec Ventures Incubator	243
Finance & Economics	245
• Amundi Chair	245
• <i>Corporate Finance in Asia Track</i>	245
• <i>Economics Track</i>	246
• Filière Finance	249
• <i>Fintech in Asia Track</i>	253
• <i>Financial Markets in Asia Track</i>	254
Health, Food & Sport.....	256
• <i>Food Business Challenges Chair</i>	256
• Chaire Innovation et Santé, <i>Options systèmes de santé</i>	258
• <i>Innovation and Health Chair, Innovation in Health option</i>	260
• <i>ESSEC Sports Chair</i>	263

IT, Data & Operations.....	265
• <i>Business Analytics Methods Track</i>	265
• Filière Management des Opérations	266
• <i>Operations Management in Asia Track (Singapore Fall Track)</i>	268
• <i>Informations Systems Track</i>	269
• <i>Risk & Actuarial Track</i>	271
• <i>Information Strategy and Governance Chair.....</i>	274
Luxury, Art & Culture.....	276
• <i>The LVMH Chair: Future of Luxury.....</i>	276
Management	279
• <i>Asian Strategy Consulting Project (Singapore Fall Track).....</i>	279
• <i>Business Management in Asia Track</i>	280
• Chaire ESSEC du changement	281
• Filière conseil en stratégie	282
• <i>Global Manager in Africa Track</i>	284
• <i>Global Manager in Asia Track</i>	285
Management & Society	286
• Chaire Philanthropie.....	286
• <i>Leadership and Diversity Chair</i>	287
• <i>Management and Society Track</i>	290
• <i>Management and Philosophy Track</i>	291
• Filière Philosophie et stratégie pour l'innovation responsable	293
Marketing	295
• <i>Leading a beauty brand Chair</i>	295
Public & Private Policy	297
• Chaire d'Économie Urbaine	297
• Chaire Immobilier et Développement Durable	299
• Chaire Workplace Management	303
• Filière Immobilier RICS	305
• Real Estate – The RICS Track	306
• Filière Droit	307
• Filière Affaires Publiques-préparation aux concours de la fonction publique	309
• Filière Négociation et Gouvernance Internationale	310
<hr/>	
Autres programmes / Other programs.....	313
• Programme CPI.....	313
• <i>PhD in Business Administration</i>	315
• <i>ESSEC summer Programs</i>	317
<hr/>	
Annexe / Appendix	319
• Liste des professeurs permanents/ <i>Faculty Members</i>	320

Introduction / Introduction

Chères étudiantes, chers étudiants,

Le *Catalogue des cours* reflète la richesse de l'offre pédagogique qui vous est proposée au sein de la Grande École : cours, chaires, filières, cursus, etc., qu'ils soient donnés sur nos campus de Cergy, de Singapour ou du Maroc. Toutes les options possibles au sein de l'école y figurent. Vos nombreuses questions sur l'offre actuelle y trouveront réponse.

Ce catalogue est votre outil de travail, votre guide et la référence indispensable pour vous aider dans vos choix de cours.

Il est complémentaire au *Guide des Études* en cycle Master.

Nous espérons qu'il vous aidera à saisir toutes les opportunités qu'offre l'ESSEC et à faire des choix éclairés. Il vous aidera aussi à être un étudiant responsable : responsable de ses choix, de son cursus, de sa présentation au jury de diplôme.

Nous vous conseillons de compléter la lecture de ce catalogue par la consultation des plans de cours (syllabus) disponibles sur la page d'accueil de myessec.com.

Bonne lecture à toutes et à tous et très belle année universitaire 2020-2021.

Felix PAPIER

Directeur Général Adjoint en charge des Programmes Pré-Expérience
Directeur de la Grande Ecole
Dean of Pre-Experience Programs
Director of the Grande École

Dear Students,

The Course Catalog reflects the diversity of the academic offer proposed in the Master in Management: courses, chairs, specialization tracks... taught in Cergy as well as on our campuses in Singapore and Morocco. You find all the modules available in the program, along with many answers to your potential questions.

The Course Catalog is a guide and a reference to help you structure your choice of courses. Please also consult the Master Study Guide for additional information.

We hope that it will help you gain time and clarity when choosing courses during your studies. It will also help you in being a responsible student: responsible for your choices and for your curriculum when finally being examined by the Degree Board Committee.

We advise you to also consult the course syllabi available on the homepage on myessec.com

Enjoy this Course Catalog and have a fruitful academic year 2020-2021

Marie-Noëlle KOEBEL

Directeur des Etudes de la Grande École et des programmes Masters
Director of Studies for ESSEC Masters Programs

Descriptif des cours / Course Outlines



Descriptif des cours
Course Outlines

Codification des cours de gestion

Classification of Management Courses Codes

A - Cours de gestion / Management Courses

Le code des cours se compose de 3 lettres (code du département) suivies d'une lettre indiquant la matière concernée, de deux chiffres indiquant le programme, un chiffre pour le niveau de cours puis deux chiffres sans signification particulière.

Exemples de codes : DEVD31126 ; MGTP31100

Course codes include three letters (department code) followed by one letter for the department subject, by two digits corresponding to the program, one digit for the level of the course, and finally by two digits without any specific meaning.

Code examples: DEVD31126; MGTP31100

- **Les trois premières lettres** indiquent généralement le département ou le domaine d'étude.
The first three letters generally correspond to the department.

- **La quatrième lettre** indique la matière concernée, au sein du département

The fourth letter corresponds to the department subject

(Exemple/Example: MGTE : Entrepreneuriat / Entrepreneurship, etc.).

COM : Chaires/Chairs

M : Chaire communication et management/*Communication and Management Chair*

D : Chaire Media & Digital/Media Digital Chair

CPR : Culture, Politique, Responsabilité/Culture, Politics, Responsibility

E : Esthétique/*Esthetic*

O : "Neutre", politique/*"Neutral", Politics*

S : Scientifique/*Scientific*

CPT : Comptabilité, Contrôle de gestion/Accounting and Management Control

C : Comptabilité financière/*Financial Accounting*

G : Contrôle et comptabilité de gestion/*Cost Accounting and Management Control*

O : Instruments de gestion et organisation/*Management Systems and Organization*

DEV : Droit et Environnement de l'Entreprise/Public and Private Policy

C : Collectivités locales et économie urbaine/*Local Communities and Urban Economics*

D : Droit/*Law*

E : Entrepreneuriat/*Entrepreneurship*

I : Gestion immobilière/*Real Estate Management*

N : Négociation/*Negotiation*

ECO : Economie/Economics

A : Macroéconomie et économie internationale/*Macroeconomics and International Economics*

Macroeconomics and International Economics

I : Microéconomie/*Microeconomics*

S : Economie sectorielle/*Sector-related Economics*

EXP : Expérience en entreprise/Corporate Experience

I : Projet interdisciplinaire d'entreprise/*Interdisciplinary Corporate Project*

FIN : Finance/Finance

- A : Actuarial/Actuarial, Insurance
- E : Finance d'entreprise/Corporate Finance
- G : Finance générale/General Finance
- M : Finance de marché/Market Finance
- S : Synthèse/Synthesis

IDS : Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/

- Information Systems, Decision Sciences and Statistics*
- D : Sciences de la décision/Decision Sciences
 - E : Entrepreneuriat/Entrepreneurship
 - I : Systèmes d'information/Information Systems
 - M : Mathématiques/Mathematics
 - S : Statistiques/Statistics

MGT : Management/Management

- E : Entrepreneuriat/Entrepreneurship
- M : Management et processus organisationnels/
Management and Organizational Processes
- P : Psychologie et développement personnel/*Psychology and Personal Development*
- S : Stratégie/Strategy

MKG : Marketing/Marketing

- A : Management et marketing des services/*Services Marketing and Management*
- C : Connaissance et analyse des marchés/*Knowledge and Market Analysis*
- F : Fonctions du marketing/*Marketing Functions*
- J : Jeux et simulations /*Games and Business Simulations*
- M : Management en marketing/*Marketing Management*
- S : Marketing sectoriel/*Sectorial Marketing*

MOP : Management des Opérations/Operations Management

- I : Innovation/*Innovation*
- O : Optimisation et qualité/*Optimization and Quality*
- P : Achats, production, distribution/*Purchasing, Production, Distribution*

SANT : Chaires du pôle santé/Health Chairs

- **Les deux premiers chiffres** indiquent le nom du programme.

The first two digits correspond to the level and the program.

(Exemple/Example: **21** for ESSEC Grande Ecole Pre-Master program; **31** for ESSEC Grande École MIM program; **32** for Specialized Masters).

- **Le premier des trois derniers chiffres** donne une indication sur le niveau du cours ou le genre auquel il appartient :

The first of the last three digits corresponds to the level of the course or its attribute:

- 0 : cours du cycle Pre-Master ou cours de mise à niveau/*Pre-Master course or Refresher course*
- 1 : cours fondamental ou cours clé d'un département/*Core course or fundamental course in a department*
- 2 : cours d'approfondissement/*Advanced course*
- 3 : cours transversal ou cours de synthèse/*Trans-disciplinary course or synthesis course*
- 4 : cours ou séminaire thématique/*Thematic course or seminar*

- **Les deux derniers chiffres** constituent un numéro d'ordre, sans signification.

The last two digits represent a number without any specific meaning.

B - Prérequis et cours équivalents / Prerequisite and Equivalent Course

Les tableaux récapitulatifs de cours ainsi que les descriptifs peuvent comporter l'une ou l'autre ou les deux mentions suivantes :

Prérequis (obligatoire ou conseillé) : il s'agit d'un cours dont la validation préalable est nécessaire ou recommandée avant inscription dans le cours faisant l'objet du descriptif. La mention «prérequis», indiquée au début du descriptif de cours, précise que le cours en question a un ou plusieurs cours prérequis (obligatoire ou recommandé).

Equivalent : il s'agit d'un cours équivalent à celui faisant l'objet du descriptif (l'un étant enseigné en français, l'autre en anglais, par exemple ; ou bien l'un et l'autre étant destinés à des publics différents quoique couvrant le même sujet). Suivre un cours et son équivalent n'a donc pas de sens, sauf exception, et ne peut en tout cas donner lieu au plus qu'à une seule UV.

The course lists tables and the course outlines may include the two following information:

Prerequisite (mandatory or recommended): Course which has to be previously taken and passed before the registration of the course described.

The information "prerequisite", mentioned at the beginning of the course outline, indicates that the course has one or several prerequisite course(s) (mandatory or recommended).

Equivalent: Course which is equivalent to the course described (for instance, they have the same outline, but one is taught in English, the other one in French, etc.). Taking the course and its equivalent has no sense and, in any case, if passed, only one credit (UV) will be awarded.

C – Langues / Languages

Les cours de management sont donnés soit en français, soit en anglais ou dans les deux langues.

Les cours fondamentaux sont enseignés dans les deux langues.

Les cours donnés en anglais sont listés en italique dans les tableaux.

Quand le cours est donné dans une langue, il est décrit dans la langue d'instruction.

Aucune traduction n'est fournie.

Management courses are taught either in French or in English, or in both languages. Core courses are given in both languages. Courses taught in English are listed in italic in the tables.

When the course is taught in one language, it is described in this language, no translation is provided.

D - Rappel des règles de cours / Rules reminder for course

Seuls des rattrapages pour les cours de mise à niveau sont prévus.

Il n'y a aucun rattrapage pour les autres cours, fondamentaux ou électifs.

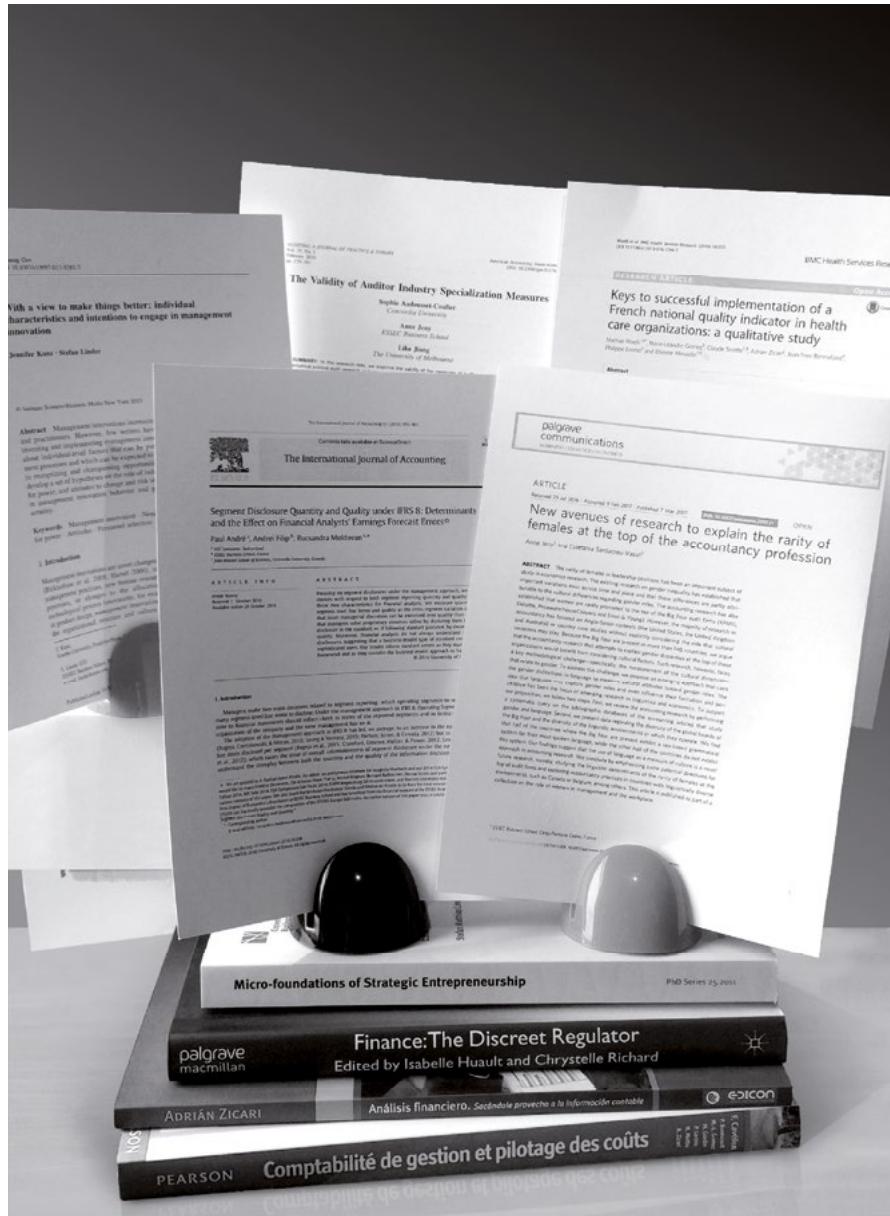
Si vous échouez à un cours, vous devrez le reprendre en remplissant le « Permit Form » et en procédant à la mise de points afin de le valider. **La première note obtenue ne sera pas effacée de votre scolarité.**

Only upgrades for refresher courses are planned. There is no catch-up for other courses, either core or elective.

If you fail a course, you will have to resume it by filling in the "Permit Form" and proceeding to the betting of points in order to validate it. The first grade obtained will not be erased from your scholarly.

Comptabilité-Contrôle de gestion

Accounting and Management Control



Professeurs responsables de département / *Department Head :*

Bernard LECA, Carlos RAMIREZ

Assistantes / *Assistants* : Nathalie BOZZIO, Sharmila DESSAINTS, Sylvie HEUMEZ

Ce département a pour vocation d'initier les étudiants aux démarches et méthodes de comptabilité et de contrôle de gestion et de les faire réfléchir sur leurs conditions d'utilisation dans des contextes variés : décisions stratégiques et suivis de gestion, communication financière, secteur privé (grande ou petite entreprise) et secteur public ou non lucratif.

Il offre également des cours dont le propos interdisciplinaire est de faire réfléchir sur les dimensions organisationnelles des instruments de gestion. Les instruments de gestion étudiés dans ces cours ne sont pas seulement ceux de la comptabilité et du contrôle de gestion, mais aussi ceux de la GRH, du changement organisationnel, de la RSE/ISR ou les systèmes d'information intégrés (ERP). Enfin, les cours prenant la forme de séminaires proposent d'associer les étudiants aux centres d'intérêt et thèmes de recherche actuels des professeurs du département.

Les cours proposés par le département préparent à l'expertise comptable ainsi qu'aux différents métiers de l'audit, de l'analyse financière, de la gestion comptable et financière ou du contrôle de gestion (*voir chapitre «Filières»*).

Les disciplines ou « sous-disciplines » sont identifiées par les préfixes suivants :

CPTC ↗ Comptabilité financière

CPTG ↗ Contrôle et comptabilité de gestion

CPTO ↗ Instruments de gestion et organisation

The Accounting and Management Control Department offers students an introduction to the procedures and methods of accounting and management control and their use in various contexts—strategic decision making and management, financial communications—and environments: private (large and small companies), public, and nonprofit.

It also offers interdisciplinary courses that provide insight into the organizational dimensions of management tools. The management tools studied in these courses include not only accounting and management control tools, but also HRM, organizational change, CSR/SRI and integrated information systems (ERP) tools. Lastly, seminar-format courses offer students an opportunity to become acquainted with the areas of interest and current research focuses of department faculty.

The courses in this department prepare students to become certified accountants under the French system and to work in the areas of auditing, financial analysis, accounting and financial management, and management control (see chapter "Specialized Tracks").

The disciplines or "sub-disciplines" are identified by the following prefixes:

CPTC ↗ Financial Accounting

CPTG ↗ Management Control

CPTO ↗ Management Systems and Organization

Comptabilité financière / Financial Accounting

Prérequis :
bases de comptabilité financière
Prerequisite:
Basics of Financial Accounting

CPTC31080/31081
Mise à niveau Comptabilité /
Refresher Course Accounting
(AST)

CPTC21020
Comptabilité financière
(Pre-Master)

COURS FONDAMENTAL / CORE COURSE

CPTC31124/31125
Informations comptables et financières / *Financial Accounting & Reporting*

CPTC31246/31247
Analyse des états financiers /
Financial Statement Analysis
or

CPTC3154
L'audit à l'ère du digital
or

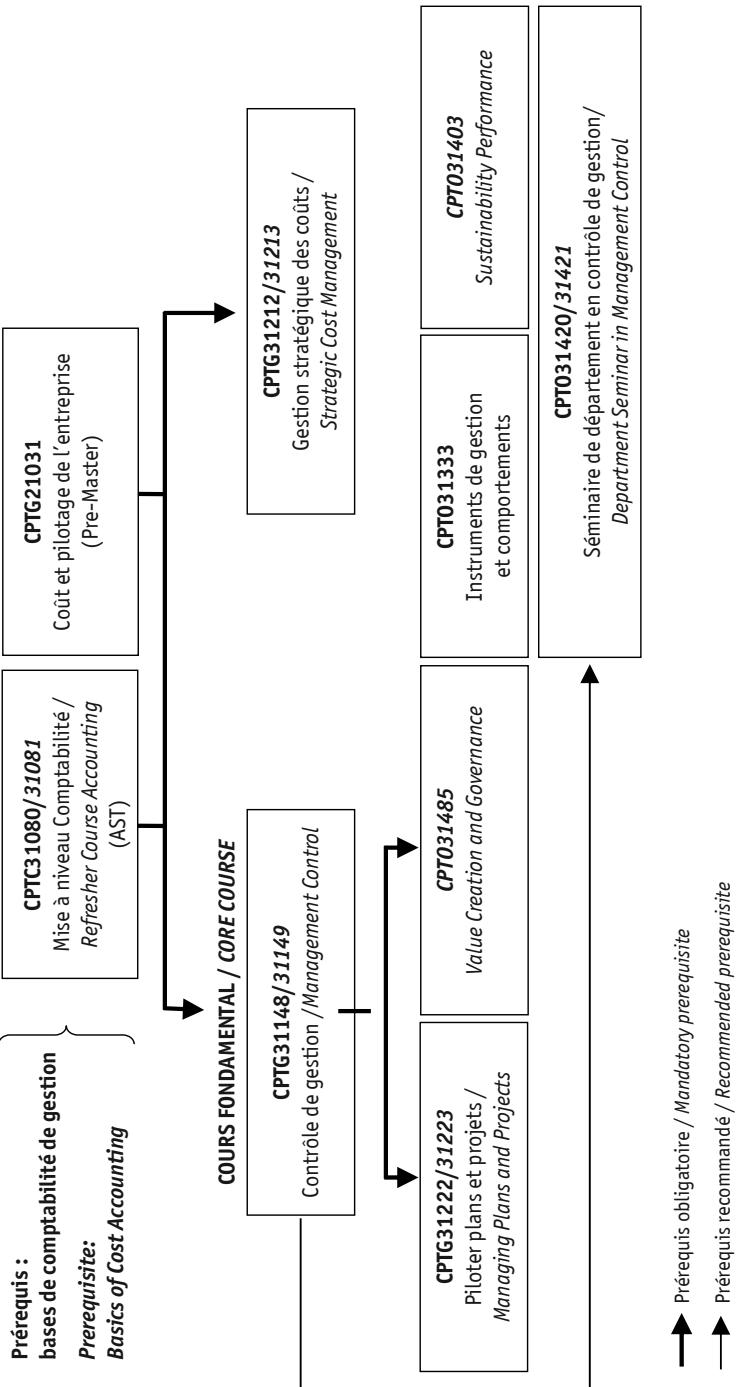
CPTC31265
and
/ Group Financial Statements
or

FINE3123/31124
Principles of Finance / Fondements de la finance

CPTC31484/31485
Séminaire de département
en comptabilité financière /
*Department Seminar
in Financial Accounting*

↑
Prérequis obligatoire / *Mandatory prerequisite*
→
Prérequis recommandé / *Recommended prerequisite*

Contrôle et comptabilité de gestion & Instruments de gestion et organisation / Cost Accounting and Management Control & Management Systems and Organization



COMPTABILITE FINANCIERE <i>FINANCIAL ACCOUNTING (CPTC)</i>		Responsable(s) du cours / <i>Course coordinator(s)</i>	Prérequis obligatoire(s) / <i>Mandatory prerequisite(s)</i>	Prérequis recommandé(s) / <i>Recommended prerequisite(s)</i>	Equivalent(s) <i>Equivalent(s)</i>
Cours de mise à niveau / <i>Refresher course</i> (Reservé aux étudiants admis sur titre / Reserved for the AST students)					
CPTC31080	Mise à niveau Comptabilité	C. Ramirez, M.-L. Gomez			CPTC31081
CPTC31081	<i>Refresher Course Accounting</i>	C. Ramirez, M.-L. Gomez			CPTC31080
Cours fondamental / <i>Core course</i>					
CPTC31124	Info comptables et financières	C. Richard	CPTC21020 or CPTC31080 or CPTC31081		CPTC31125
CPTC31125	<i>Finl/Accounting & Reporting</i>	W. Dick	CPTC21020 or CPTC31080 or CPTC31081		CPTC31124
Cours de gestion / <i>Management courses</i>					
CPTC31246	Analyse des états financiers	A. Jeny	CPTC31124 or CPTC31125 and FINE31123 or FINE31124		CPTC31247
CPTC31247	<i>Financial Statement Analysis</i>	A. Jeny	CPTC31124 or CPTC31125 and FINE31123 or FINE31124		CPTC31246
CPTC31254	L'audit à l'ère du digital	I. Lupu	CPTC31124 or CPTC31125		
CPTC31265	<i>Group Financial Statements</i>	W. Dick	CPTC31124 or CPTC31125		
CPTC31484	Séminaire de dtpt compta fin.	C. Ramirez	CPTC31124 or CPTC31125		
CPTC31485	<i>Dpt Seminar in Accounting</i>	C. Ramirez	CPTC31124 or CPTC31125		

In italic, courses taught in English
Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.
Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline

CONTROLE ET COMPTABILITE DE GESTION / COST ACCOUNTING AND MANAGEMENT CONTROL (CPTG)		Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory prerequisite(s)	Prérequis recommandé(s) / Recommended prerequisite(s)	Equivalent(s) Equivalent(s)
<i>CPTG31148</i>	Contrôle de gestion	M.-L. Gomez	CPTG21031 or CPTC31080 or CPTC31081	CPTC31124 or CPTC31125	CPTG31149
<i>CPTG31149</i>	Management Control	C. Endenich, I. Lupu	CPTG21031 or CPTC31080 or CPTC31081	CPTC31124 or CPTC31125	CPTG31148
Cours fondamental / Core course					
<i>CPTG31212</i>	Gestion stratégique des coûts	F. Cavellius, S. Linder	CPTG21031 or CPTC31080 or CPTC31081		CPTG31213
<i>CPTG31213</i>	Strategic Cost Management	S. Linder, F. Cavellius	CPTG21031 or CPTC31080 or CPTC31081		CPTG31212
<i>CPTG31222</i>	Piloter plans et projets	M.-L. Gomez, A. Zicari	CPTG31148 or CPTG31149		CPTG31223
<i>CPTG31223</i>	Managing Plans and Projects	A. Zicari, M.-L. Gomez	CPTG31148 or CPTG31149		CPTG31222
INSTRUMENTS DE GESTION ET ORGANISATION / MANAGEMENT SYSTEMS AND ORGANIZATION (CPTO)					
Cours de gestion / Management courses					
<i>CPTO31333</i>	Instr. gestion & comportements	A. Ancelin-Bourguignon			
<i>CPTO31403</i>	Sustainability Performance	A. Zicari			
<i>CPTO31420</i>	Séminaire de département CDG	B. Lecca			
<i>CPTO31421</i>	Dpt Seminar in Mngt Control	B. Lecca			
<i>CPTO31485</i>	Value Creation and Governance	A. Zicari	CPTG31148 or CPTG31149		

In italic, courses taught in English.

Chaque cours du département a un total de 25 heures le cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.

Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.

CPTC31080**Mise à niveau Comptabilité****Réserve aux étudiants AST.**

Ce cours a pour objectif de présenter :

- La nature et la finalité de la comptabilité financière et de la comptabilité de gestion,
- Les principes et méthodes utilisés pour l'enregistrement des opérations de l'entreprise et pour la présentation des états financiers,
- Une initiation à l'analyse de la performance de l'entreprise,
- Les concepts et méthodes de l'analyse des coûts
- Les bases de la comptabilité budgétaire.

CPTC31081**Refresher Course Accounting*****Only for AST students.***

This course is designed to provide prospective managers with fundamental knowledge of how accounting information is prepared and how it can be used. The objective of the first part of the course is for participants to gain an appreciation of the various financial reporting and disclosure issues/methods used worldwide in preparing financial statements. The second part of the course will focus on management accounting, which is used in all types of organizations for planning, making key decisions, and monitoring business performance.

CPTC31124**Informations comptables et financières**

Ce cours a pour objectif un approfondissement des connaissances des étudiants en matière de comptabilité et de communication financière. Il permettra d'avoir une compréhension solide des mécanismes présidant à l'établissement des comptes d'un groupe, d'apprendre à lire les états financiers établis selon les normes IFRS, ou encore de maîtriser des notions clé comme celles

de la juste valeur ou du flux de trésorerie disponible.

CPTC31125**Financial Accounting and Reporting**

This course aims to deepen students' knowledge in financial accounting and reporting. Students will obtain a solid understanding of the mechanisms related to the preparation of group accounts and learn to read the financial statements established according to IFRS, as well as to master key concepts such as fair value, impairment or free cash flow.

CPTC31246**Analyse des états financiers**

Les analystes financiers, mais également les managers, ont besoin de comprendre comment les états financiers fournissent une information pertinente sur l'équilibre financier, la performance et la rentabilité d'une firme. Ce cours présente et étudie les principes de l'analyse des états financiers (normes internationales, françaises et américaines). Il propose aux étudiants un cadre d'analyse pour comprendre comment la création de valeur et le risque générés par une entreprise sont capturés par les états financiers.

CPTC31247**Financial Statement Analysis**

This course examines the principles of financial statement analysis (reported using either IFRS or US GAAP) and equity valuation. It provides the participants with a framework to understand how the value and risks that businesses generate are captured in financial statements.

CPTC31254**L'audit à l'ère du digital**

L'audit financier occupe une place incontournable au sein de la vie des affaires et contribue à sécuriser les différents acteurs économiques sur la

pertinence et la fiabilité de l'information financière.

L'impact des nouvelles technologies sur les métiers de l'audit se révèle aujourd'hui d'autant plus marquant qu'il débouche sur des innovations structurantes avec la création d'outils d'analyse de données de plus en plus performants utilisés par les auditeurs au quotidien. Dans le cadre de ce cours, les étudiants :

- Assisteront à une présentation des outils d'analyses de données ("Data & Analytics") et une conférence sur l'Intelligence Artificielle dans les métiers de la Finance au sein de l'Insight Center d'un grand cabinet d'audit
- Découvriront le métier de commissaires aux comptes, la démarche de certification de l'information financière et extra financière, et les différents systèmes de contrôle (audit interne, contrôle interne) au sein de l'entreprise
- Apprendront les différentes stratégies et approches d'audit à travers la réalisation de cas pratiques d'audit de sociétés
- Vont acquérir une vue d'ensemble sur les différents aspects des missions d'audit au travers d'exemples et témoignages vécus du métier d'auditeur, tels que la recherche de la fraude, l'audit dans un environnement informatisé, l'audit des informations sociales et environnementales, le rôle de l'auditeur lors d'une introduction en bourse ou la création d'entreprise
- Comprendre les principes garantissant la qualité de l'audit externe .
- Acquérir une vue d'ensemble sur les différents aspects des missions d'audit tels que la recherche de fraude, l'audit dans un environnement informatisé, l'audit des informations sociales et environnementales, l'audit en secteur bancaire...

CPTC31265

Group Financial Statements

Non programmé en 2020/2021.

The aim of this course is to deepen knowledge about the treatment of associates, joint ventures and subsidiaries in group financial statements. It also introduces into the treatment of other financial instruments: stocks, bonds and derivatives (option, futures, forward, swaps) used for investing / speculating purposes or hedging. All these concepts will be presented according to IFRS.

CPTC31484

Séminaire de département en comptabilité financière

Ce séminaire porte sur des thèmes variables en fonction des intérêts des professeurs de comptabilité financière comme des professeurs visitants ou des intervenants externes dans ce domaine. D'une durée d'enseignement identique à celle d'un cours, il s'inscrit dans une démarche de recherche où les étudiants sont co-créateurs du contenu de l'enseignement et reçoivent une formation de base à la recherche. Ce séminaire est particulièrement conseillé aux étudiants qui suivent l'une des filières du département comptabilité-contrôle de gestion.

CPTC31485

Department Seminar in Financial Accounting

Not scheduled in 2020/2021

This seminar presents various financial accounting topics in function of the permanent or visiting faculty's interests. They generally suppose a good knowledge of the fundamentals in financial accounting.

CPTG31148

Contrôle de gestion

Le cours s'adresse bien sûr aux personnes qui souhaitent exercer dans le domaine du

contrôle de gestion, mais il vise surtout à fournir à tous les étudiants de l'ESSEC la base de connaissance des techniques et pratiques de pilotage (pratiques budgétaires, analyse de la performance des unités et de leurs responsables, choix d'indicateurs clés, tableaux de bord, etc.) que doit maîtriser tout manager assumant des responsabilités de gestion.

CPTG31149

Management Control

Management Control (MC) has developed into one of the key instruments in both profit-oriented as well as non-profit/public organizations over the past decades. The competences and skills taught in this course are basic to all managers in order to fulfil their responsibilities. Understanding MC thus is an essential underpinning for future managers from all kinds of functions – including but not limited to the finance and accounting function, marketing and sales, strategy and corporate development, HR, organization, and R&D. This course presents and critically discusses the basic concepts, practices and instruments of management control.

CPTG31212

Gestion stratégique des coûts

Dans leur recherche de création de valeur et de performance durable, les entreprises sont amenées à porter un autre regard sur l'analyse des coûts : elles doivent piloter la performance globale au travers de la gestion stratégique des coûts et du budget, et du choix d'indicateurs de performance dans les tableaux de bord.

Il s'agit ainsi :

- D'analyser les facteurs déterminants des coûts le long de la chaîne de valeur de l'entreprise et de choisir le système de coûts pertinents compte tenu des objectifs stratégiques ;

- D'appuyer les choix stratégiques grâce à des méthodes de calcul de coûts appropriées;
- De prévoir les coûts afin d'analyser les écarts avec les réalisations et de construire le budget ;
- D'identifier les leviers d'action sur les coûts pour choisir les indicateurs de pilotage pertinents et de bâtir le tableau de bord de gestion.

Il est conçu comme un cours

d'approfondissement sur les pratiques du contrôle de gestion, tout en appréciant les enjeux liés à l'utilisation d'une méthode ou d'une autre, et les différences sectorielles. Il peut être suivi au choix avant le fondamental de contrôle de gestion (CPTG31148/31149), dont il facilite la compréhension des situations de gestion, ou après le fondamental de contrôle de gestion.

Il s'adresse donc aux futurs responsables financiers ou de contrôle de gestion manager ou consultant de cabinets de conseil en stratégie

Il est particulièrement indispensable aux étudiants qui souhaitent postuler en cabinet de conseil en stratégie.

CPTG31213

Strategic Cost Management

In today's highly competitive and global environment, organizations need to take a strategic view of managing costs. Managing costs strategically implies that they are no longer simply charged or allocated to products and services, but are managed in a value-enhancing manner. The course objectives are thus the following:

- To analyze the factors which determine costs and cost behaviour;
- To choose the appropriate costing system in line with the firm's strategic objectives and the type of decisions to be made;

- To support strategic choices by drawing on the appropriate methods of cost calculation;
- To control the costs along the value chain of the firm;
- To forecast costs in order to facilitate corrective action and learning by studying the variances of realized values from forecast ones.
- To identify the cost-related levers of action suitable for choosing key performance indicators

At the end of the module, students should be able to distinguish the advantages and disadvantages of the various methods and to be operational in their use or implementation in an organization.

Students may attend this course either before or after the CPTG31148/31149 *Management control*, course, as a way for deepening their understanding.

The course is designed for future Chief Financial Officers, management control officers, managers or consultants in strategy consulting firms. It is particularly recommended for students wishing to apply for a job in management consulting firms.

CPTG31222

Piloter plans et projets

Non programmé en 2020/2021.

Ce cours traite des principales méthodes de pilotage transversal : démarches de planification stratégique, gestion de projet, optimisation de processus.

Le point commun de ces pratiques et outils est de combiner des perspectives pluridisciplinaires (technique, finance, marketing, stratégie, GRH, etc.) autour d'un même objectif de performance.

Les cas et articles retenus portent sur l'industrie, les services et les organisations à but non lucratif.

CPTG31223

Managing Plans and Projects

This course is about cross-functional management approaches in organizations: strategic planning, project management, process optimization. These approaches all combine multi-disciplinary perspectives (finance, technology, HR, strategy, etc.) around a common set of objectives. The cases and readings cover both industrial and service activities.

CPTO31333

Instruments de gestion et comportements

Comme son nom l'indique, ce cours n'est ni un cours de comptabilité ni un cours de contrôle de gestion. C'est un cours de MANAGEMENT, interdisciplinaire au sens où il s'intéresse à toutes les fonctions du management ET où il puise ses cadres théoriques dans plusieurs disciplines connexes des sciences sociales (sociologie, psychologie, philosophie).

Ce cours a quatre objectifs :

1. Analyser les dimensions cachées des instruments de gestion et au-delà, donner aux étudiants des clés (concepts et méthodes) pour comprendre comment les acteurs s'approprient (ou au contraire résistent à) ces systèmes. Les instruments de gestion étudiés sont ceux du contrôle de gestion (tableaux de bord, budgets), de la GRH (classification des emplois, évaluation individuelle et rémunérations variables), des fonctions commerciale (CRM) et logistique etc. et les ERPs.
2. Faire prendre conscience du rôle de ces instruments dans la dégradation du bien-être au travail ces dernières décennies et explorer des pistes pour un management qui s'appuie moins sur la mesure et l'évaluation.
3. Mettre à distance ses propres présupposés culturels et attitudes personnelles, vis-à-vis de l'action, la

motivation, l'évaluation, la récompense, etc.

- 4 Remettre en perspective théorique des expériences professionnelles antérieures souvent restées imparfaitement analysées.

Le cours est DECONSEILLÉ aux étudiants qui sont attachés à une pédagogie classique (cours magistral) ou qui recherchent des recettes de gestion décontextualisées.

CPT031403 Sustainability Performance

The course provides a practical understanding of Corporate Social Responsibility (CSR). Particular focus is made on:

- Measurement and control of CSR, how emerging appraisal tools capture the diverse attributes of CSR. These measuring devices can be used both from an internal point of view (Management Control approach) or from an external focus (Reporting or Accountability purposes).
- The domain of socially responsible investing (SRI): how information on ESG (Environment/Social/Governance) performances can be used in developing alternative investment strategies and SRI portfolios.
- Corporate social reporting, responsibility and accountability in the context of sustainable development.

CPT031420 Séminaire de département en contrôle de gestion

Non programmé en 2020/2021.

Ce séminaire vise à organiser la réflexion des étudiants sur des thèmes avancés et présents dans les débats actuels, concernant le contrôle de gestion ou plus largement la vie des organisations.

Il s'appuie sur la recherche des professeurs permanents ou des professeurs visitants.

CPT031421 Department Seminar in Management Control

Not scheduled in 2020/2021.

This seminar aims to students' thoughts on advanced topics present in current debates concerning the management control or the wider scope of organizations. It based on research by professors or visiting professors.

CPT031485 Value Creation and Governance

This course attempts to provide a reflection and a deeper understanding of Value Creation and Corporate Governance as one of its core drivers. Differently to most courses in the school, this is a Research Seminar, that is a series of in-depth discussions based on academic and practitioner oriented readings. Otherwise said, the course depends to a large extent on the effort done by students before class, and on a collective commitment to class discussion.

Les professeurs du département / Faculty Department Members



Veronica CASARIN
A l'ESSEC depuis 2017



René DEMEESTERE
A l'ESSEC depuis 1974



Christoph ENDENICH
A l'ESSEC depuis 2015



Florence CAVELIUS
A l'ESSEC depuis 2009



Wolfgang DICK
A l'ESSEC depuis 1996



Andrei FILIP
A l'ESSEC depuis 2009



Mark CHRISTENSEN
Campus de Singapour
A l'ESSEC depuis 2016



Roger DINASQUET
A l'ESSEC depuis 1973



Marie-Léandre GOMEZ
A l'ESSEC depuis 2003



Lorenzo DAL MASO
A l'ESSEC depuis 2019



Anastasios ELEMES
A l'ESSEC depuis 2015



Michel GORDIN
A l'ESSEC depuis 2008



Thomas JEANJEAN
A l'ESSEC depuis 2010



Stefan LINDER
A l'ESSEC depuis 2011



Iona LUPU
A l'ESSEC depuis 2017



Anne JENY
A l'ESSEC depuis 2002



Shanming LIU
A l'ESSEC depuis 2020



Andreea MORARU-ARFIRE
A l'ESSEC depuis 2017



Ping Sheng KOH
Campus de Singapour
A l'ESSEC depuis 2016



Philippe LORINO
A l'ESSEC depuis 1993



Carlos RAMIREZ
A l'ESSEC depuis 2014



Bernard LECA
A l'ESSEC depuis 2015



Daphne LUI
Campus de Singapour
A l'ESSEC depuis 2009



Chrystelle RICHARD
A l'ESSEC depuis 2008



Gérard VIENS
A l'ESSEC depuis 1972



Peter WALTON
A l'ESSEC depuis 2000



Adrian ZICARI
A l'ESSEC depuis 2009

Hors département



**Annick
ANCELIN-BOURGUIGNON**
A l'ESSEC depuis 1992

Les chargés de cours / Adjunct Lecturers

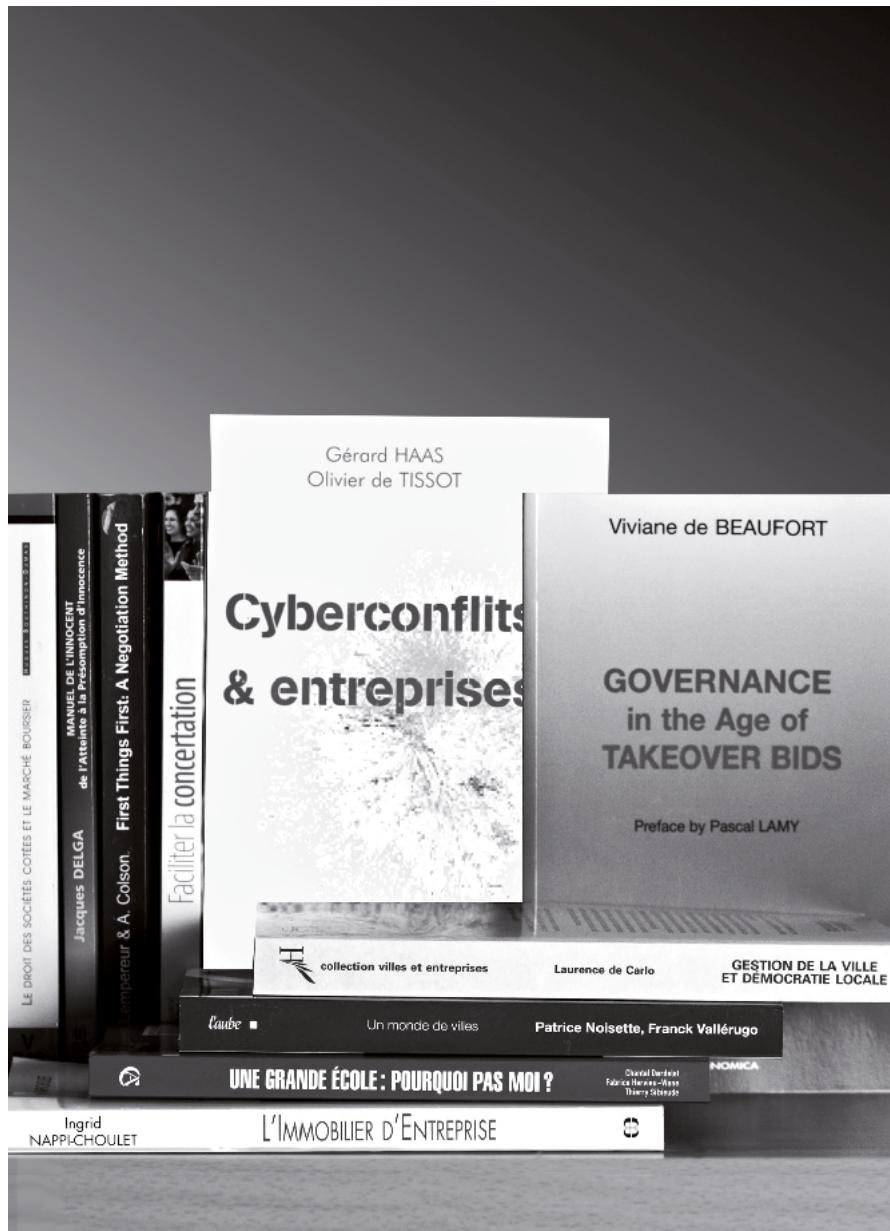
Cette liste est donnée sous réserve de changements.

Albert AIDAN — Sylvie BEAUJAN — Philippe BLANCHIN — Emmanuel BOLLON —
François BOUYER — Claire CESARI-WALCH — Pascale CHASTAING-DOBLIN —
Amaury CHEVREUX — Aurore DAUVERNE — Anne DEMERLE — Bertrand DESBARRIERE —
Mienkie ROODT — Jean-Christophe GOUDARD — Christine GUERLAIN —
Anne JARRY — Paul JOHNSON-FERGUSON — Valérie KELLER — Agathe LABAQUERE —
Marie-Paule LABREUR — Pascal de LA MORINERIE — François de LAUBIER —
Ghislaine LAVAL — Gérard LECHENAUT — Jean-Marc MEVELLEC — Nathalie MOUSSELON —
Kirsty WALKER PAOLI — Camille PHELIZON — Isabelle PITTMAN — Nicolas PONCET —
Benoit POURNIN — Nathalie ROHMER — Edouard SATTLER — Antoine VAN DER ELST —
Franck ZERAFA-LAUNAY.

Droit et Environnement de l'Entreprise

Public and Private Policy

DEV



Professeurs responsables de département / *Department Heads :*
 Hugues BOUTHINON-DUMAS, pour le pôle Droit;
 Patrice NOISETTE, pour le pôle Environnement de l'Entreprise
 Assistantes / *Assistants :* Nawel FEKIR, Baktha LEYSEN, Jennifer PAIN, Dorothée QUITTELIER

Le département est structuré autour de trois pôles : Droit, Environnement de l'Entreprise et Immobilier.

Le département Droit et Environnement de l'Entreprise développe ses activités d'enseignement autour de ces pôles complémentaires en intégrant des spécialisations professionnelles ou académiques.

1. PÔLE DROIT

Le droit est une composante majeure de la vie des affaires. Aussi les professionnels qui dirigent et accompagnent les entreprises doivent-ils acquérir une culture juridique de base et développer de bons réflexes à l'égard des risques et des opportunités juridiques ? Le droit fait donc partie intégrante de la formation d'un manager accompli. Une formation ouverte vers les réalités juridiques de l'entreprise est offerte aux étudiants qui rejoignent l'école et au moins un cours de droit doit être suivi dans le cycle MSc de la grande école. Pour les étudiants qui souhaitent accéder à une formation plus avancée en droit des affaires, le département propose la filière Droit et un double diplôme*. Des partenariats ont été mis en place avec les universités pour articuler la double formation que ces étudiants devront suivre pour accéder aux professions juridiques (avocat, notamment). Chacun des professeurs permanents du Pôle Droit proposent également la réalisation de travaux d'initiation à la recherche (UV de recherche), y compris dans le cadre du CEDE** et du Centre for Commercial Contracts, Arbitration and Dispute Resolution.***

The department is structured around three topics: Law, Business Environment and Real Estate.

Courses in the Public and Private Policy department are essentially divided into two complementary streams, each of which has its own professional or academic specializations.

1. LAW

Law being a major dimension of and tool for business, managers need to acquire operational legal insights.

*Law courses expose students to essential dimensions of business law. The law track and double degree options offer the possibility to combine a curriculum in management and in law, including at partner universities. **

*All law permanent professors also offer the possibility to get an initiation to research (research credits) in their fields of expertise, including as part of activities of the CEDE** and of the Centre for Commercial Contracts, Arbitration and Dispute Resolution. ****

** The law track is under the responsibility of professors V. de Beaufort and G. Helleringer (see chap. "Filières") The track "Public affairs" is under the responsibility of prof. H. Bouthinon-Dumas*

*** Center CEDE (European Center for Law and Economics), is a Center of Research on public and corporate governance led by Professor Viviane de Beaufort. For further information, see: beaufort@essec.edu*

**** The Centre for Commercial Contracts, Arbitration and Dispute Resolution is coordinated by professors Geneviève Helleringer*

* Les filières :

- Droit, dirigée par les professeurs V. de Beaufort et G. Helleringer (cf. chapitre «Filières»)
- La filière « Affaires publiques (prep ENA) » est dirigée par le professeur Hugues Bouthinon-Dumas (cf. chapitre « Filières »)

** Le centre CEDE (Centre Européen de Droit et d'Economie) un centre de recherche transversal en économie et droit, il est dirigé par la professeure Viviane de Beaufort avec des experts extérieurs Pour plus d'informations : beaufort@essec.edu

*** Le Centre for Commercial Contracts, Arbitration and Dispute Resolution est dirigé par les professeurs Geneviève Helleringer et Andreas von Goldbeck

2. PÔLE ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRISE

Il s'agit de sensibiliser les étudiants à la compréhension de l'environnement externe des entreprises, à la fois territorial, sociétal et politique. Trois axes de préparation professionnelle sont privilégiés :

- la stratégie territoriale et environnementale de l'entreprise et la gestion et la stratégie des collectivités publiques ;
- l'entrepreneuriat social et la responsabilité sociale de l'entreprise ;
- la négociation, la médiation et la géopolitique, ainsi que la concertation public-privé.

Trois chaires*, un Institut** et un Centre de recherche*** permettent de structurer ces enseignements.

* La chaire d'Economie Urbaine, dirigée par le professeur Franck Vallerugo, et la chaire associée ESSEC-Ceetrus

la chaire Innovation et Entrepreneuriat Social dirigée par le professeur Thierry Sibieude, la chaire Philanthropie dirigée par le professeur Anne-Claire Pache (cf. : chapitre « Chaires »).

**L'Institut de Recherche et d'Enseignement sur la Négociation (ESSEC IRENÉ) développe une recherche interdisciplinaire, des ateliers pratiques de formation et des actions de terrain en situations post-conflits. Présent à Cergy, Singapour (IRENÉ ASIA) et Bruxelles (IRENÉ EUROPA), il est dirigé par le professeur Aurélien Colson.

Pour plus d'informations : www.essec-irene.com

***Le Centre CONNECT (Concertation, Négociation, Environnement, Conception et Territoires) a pour mission de mener des recherches transdisciplinaires sur les concertations territoriales et leurs liens avec les processus de décision dans lesquels ils s'insèrent. Il est dirigé par le professeur Laurence De Carlo. Pour plus d'informations : <http://connect.essec.edu>

2. BUSINESS ENVIRONMENT

These courses foster an awareness and understanding of the business local and social environments and their management. They focus on three main areas of professional study:

- Regional and environmental business strategy, local government management and strategy;*
- Social entrepreneurship and the corporate social responsibility;*
- Public-private negotiation and mediation.*

Three chairs, an institute** and a Research center *** oversee this instruction.*

**The three chairs are the Urban Economy Chair led by Professor Franck Vallerugo, and the associated chair ESSEC-Ceetrus the Innovation and Social Entrepreneurship Chair led by Professor Thierry Sibieude and the Philanthropy Chair led by Professor Anne-Claire Pache (see Chapter "Chairs").*

***The activities of the Institute for Research and Education on Negotiation (ESSEC IRENÉ) include interdisciplinary research, practical training workshops, and field interventions in post-conflict situations. The team is located in Cergy, Singapore (IRENÉ ASIA), and Brussels (IRENÉ EUROPA). It is led by Professor Aurélien Colson.*

For further information, see www.essec-irene.com

****Center for, Consultation, Negotiation, Environment, Conception and Territories - CONNECT: has for mission to lead interdisciplinary researches on the territorial dialogues and their links with the processes of decision into which they fit. It is led by Professor Laurence De Carlo. For further information, see <http://connect.essec.edu>*

3. PÔLE IMMOBILIER

Les étudiants ont la possibilité de suivre des enseignements transverses liés aux problématiques immobilières des grands comptes et des collectivités locales, ainsi qu'aux métiers de l'asset management immobilier et du montage d'opérations immobilières. Une chaire * et une filière** permettent de structurer ces enseignements.

* La chaire Immobilier et Développement Durable dirigée par le professeur Ingrid Nappi (cf. : chapitre « Chaires »).

Pour plus d'informations : www.essec-immobilier.fr

**La filière Immobilier accréditée RICS dirigée par le professeur Ingrid Nappi (Royal Institution of Chartered Surveyor) (cf. : chapitre « Filières »)

3. REAL ESTATE

The students have the possibility to follow cross-functional teachings in the poles related to Real Estate Economics, Finance and Management. These courses foster the awareness and the understanding of corporate and local authority real estate issues as well as real estate asset management professions. A chair and a real estate track** structure these teachings.*

** The Real Estate and Sustainable Development Chair led by Professor Ingrid Nappi (see chapter "Chaires"). For further information, see: www.essec-immobilier.fr*

*** The Real Estate Track accredited by the RICS (Royal Institution of Chartered Surveyor) led by Professor Ingrid Nappi (see chapter "Filière")*

COURS FONDAMENTAUX / CORE COURSES***DEVD31116 / 31117**

Contrat, concurrence et consommation /
Contract, Consumer and Competition Law

DEVD31122 / 31125

Citoyen, droit et politiques de l'Europe /
European Law, Policies and Citizens

DEVD31136 / 31137

Droit des sociétés et fiscalité /
Corporate and Tax Law

DEVD31228 / 31229

Droit de la propriété intellectuelle /
Intellectual Property Law and Digital Challenges

DEVD31232

Cursus Droit : Droit civil I

*Pour les étudiants inscrit au Cursus Droit,
ce cours tient lieu de 9^{me} cours fondamental*

DEVE31200 / 31201

Droit et entrepreneuriat /
Law and Entrepreneurship

- * 9e cours fondamental obligatoire pour tous les étudiants ayant intégré le cycle Master à partir de 2014-2015.
Ces cours, s'ils ne sont pas pris comme cours fondamentaux, comptent comme des cours électifs de gestion.
- * 9th core course for all students entered in the Master program from 2014-2015.
These courses, if they are not taken as core courses count as management elective courses.

Quels cours de Droit pour quelles spécialisations ?
Which core courses for which specializations?

DEVD313136 / 31137

Droit des sociétés et fiscalité /
Corporate and Tax Law

Accounting and Management Control
Finance & Economics
Management & Society

DEVD31228 / 31229

Droit de la propriété intellectuelle /
Intellectual Property Law and Digital Challenges

Digital Business
IT, Data & Operations
Marketing
Luxury, Art & culture

DEVE31200 / 31201

Droit et entrepreneuriat /
Law and Entrepreneurship

Entrepreneurship & Innovation
Management

DEVD31116 / 31117

Contrat, concurrence et consommation /
Contract, Consumer and Competition Law

Health & Food
Marketing

DEVD31122 / 31125

Citoyen, droit et politiques de l'Europe /
European Law, Policies and Citizens

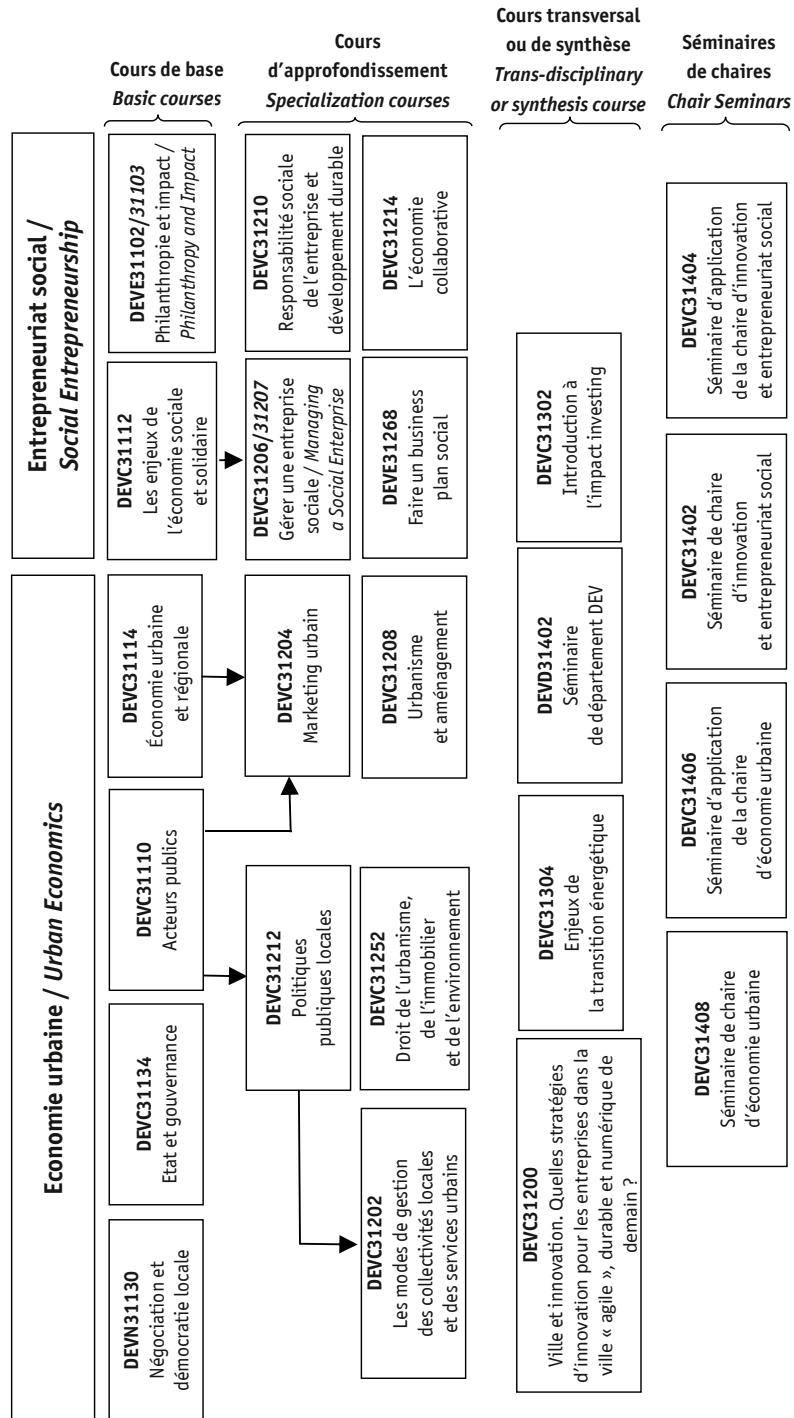
Public & Private policy

Quels cours de droit pour quelles fonctions ? Which law courses for which functions?

Au-delà de la diversité des secteurs d'activité et des environnements juridiques qui leur sont propres, les grandes familles de fonctions occupées par les diplômés ESSEC requièrent certaines connaissances et compétences spécifiques en matière juridique. Le tableau ci-dessous permet de les identifier. Nullement destiné à brider votre souhait de suivre tel ou tel cours (qui pourra révéler une appétence pour la fonction au service de laquelle il se met), il doit vous aider à repérer les 2 ou 3 cours les plus immédiatement pertinents pour votre projet professionnel.

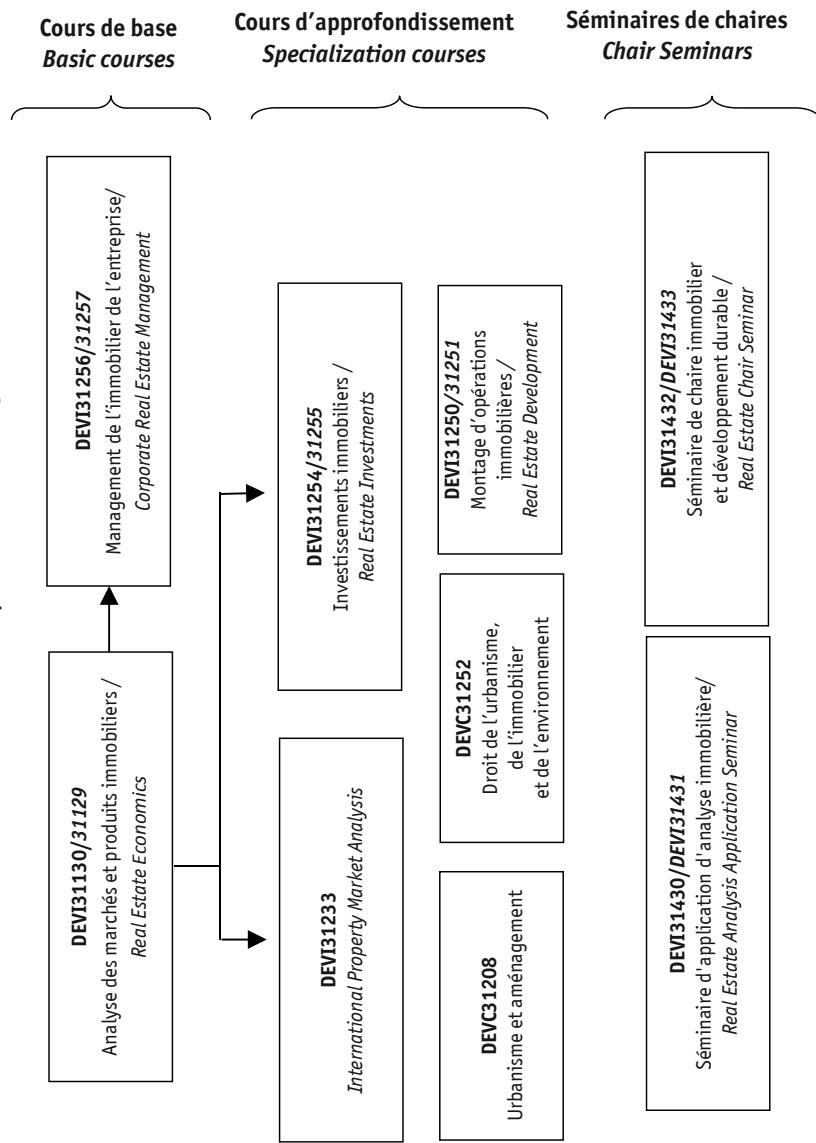
Vente, achat, fonctions commerciales ...	Communications et médias ...	Comptabilité, contrôle de gestion, audit, finance d'entreprise ...	Conseil, Stratégie et analyse, fusion-acquisitions ...	Entrepreneuriat management général ...	Finance de marché, banque, assurance, gestion de patrimoine, immobilier ...	Fonctions juridiques, avocats, juriste d'entreprise ...	Fonction publique, organisations internationales, lobbying ...	Ressources humaines ...
DEV31116 / 31117 Contrat, concurrence et consommation/ <i>Contract, Consumer and Competition Law</i>		DEV31132 Droit fiscal interne et international	DEV31136 / 31137 Droits des sociétés et fiscalité/ <i>Corporate and tax law</i>	DEV31114 Droit pénal, pénal des affaires and compliance	DEV31132 Droit fiscal interne et international	Droit Fiscal interne et international	Le cursus Droit : spécialités : droit public et droit européen	DEV31242 Droit du travail
DEV31122 / 31125 Citoyen, droit et politiques de l'Europe/ <i>European Law, Policies and Citizens</i>		DEV31136 / 31137 Droits des sociétés et fiscalité/ <i>Corporate and Tax Law</i>	DEV31212 / 31213 Droits et pratique des affaires internationales/ <i>International Business Law</i>	DEV31132 Droit fiscal interne et international	DEV31220 / 31221 Droit bancaire et financiers/ <i>Law and Corporate Finance</i>	DEV31200 / 31201 Droit et entrepreneuriat/ <i>Law and Entrepreneurship</i>	Citoyen, droit et politiques de l'Europe/ <i>European Law, Policies and Citizens</i>	DEV31200 / 31201 Droit
DEV31216 / 31217 Droit de la concurrence/ <i>Competition Law</i>		DEV31212 / 31213 Droits et pratique des affaires internationales/ <i>International Business Law</i>	DEV31212 / 31213 Droits et pratique des affaires internationales/ <i>International Business Law</i>	DEV31212 / 31213 Droits et pratique des affaires internationales/ <i>International Business Law</i>	DEV31250 / 31251 Droit de l'ingénierie financière / <i>Law and Corporate Finance</i>	DEV31114 Droit pénal, pénal des affaires et compliance	Le cursus Droit : spécialités : droit public et droit européen	DEV31244 Droit, Lobbying et stratégie d'influence
DEV31228 / 31229 Droit de la propriété intellectuelle/ <i>Intellectual Property Law and Digital Challenges</i>		DEV31246 Droit des médias et des technologies de l'information	DEV31212 / 31213 Droits et pratique des affaires internationales/ <i>International Business Law</i>	DEV31220 / 31221 Droit bancaire et financiers/ <i>Financial and Corporate Governance</i>	DEV31220 / 31221 Droit et pratique des affaires internationales/ <i>International Business Law</i>	DEV31227 Droit des groupes et Gouvernance d'entreprise	DEV31227 Droit public de l'entreprise	DEV31227 Droit
DEV31300 Éloquence et rhétorique : savoir faire un bon discours		DEV31227 Droit et pratique des affaires internationales/ <i>International Business Law</i>	DEV31227 Droit et pratique des affaires internationales/ <i>International Business Law</i>	DEV31242 Droits du travail	DEV31116 / 31117 Contrat, concurrence et consommation/ <i>Contract, Consumer and Competition Law</i>	DEV31300 Éloquence et théorie : savoir faire un bon discours	DEV31227 Droit public de l'entreprise	DEV31227 Droit
DEV31212 / 31213 Droits et pratique des affaires internationales/ <i>International Business Law</i>		DEV31250 / 31251 Droits et pratique des affaires internationales/ <i>International Business Law</i>	DEV31224 Droits des groupes et Gouvernance d'entreprise	DEV31200 / 31201 Droit et entrepreneuriat/ <i>Law and Entrepreneurship</i>	DEV31220 / 31221 Droit bancaire et financiers/ <i>Financial and Corporate Governance</i>	DEV31232 Cursus Droit - Droit civil 1	DEV31234 Cursus Droit - responsabilité et contrat	DEV31234 Cursus Droit - responsabilité et contrat
DEV31216 / 31217 Droit de la concurrence/ <i>Competition Law</i>		DEV31227 Droit et pratique des affaires internationales/ <i>International Business Law</i>	DEV31227 Droit et pratique des affaires internationales/ <i>International Business Law</i>	DEV31250 / 31251 Droits de l'ingénierie financière / <i>Law and Corporate Finance</i>	DEV31224 Droits des groupes et Gouvernance d'entreprise	DEV31224 Droits des groupes et Gouvernance d'entreprise	DEV31244 Droit, Lobbying et stratégie d'influence	DEV31244 Droit, Lobbying et stratégie d'influence

**Gouvernance et économie urbaine, Innovation et entrepreneuriat social /
Urban governance and economics, Social innovation and entrepreneurship**



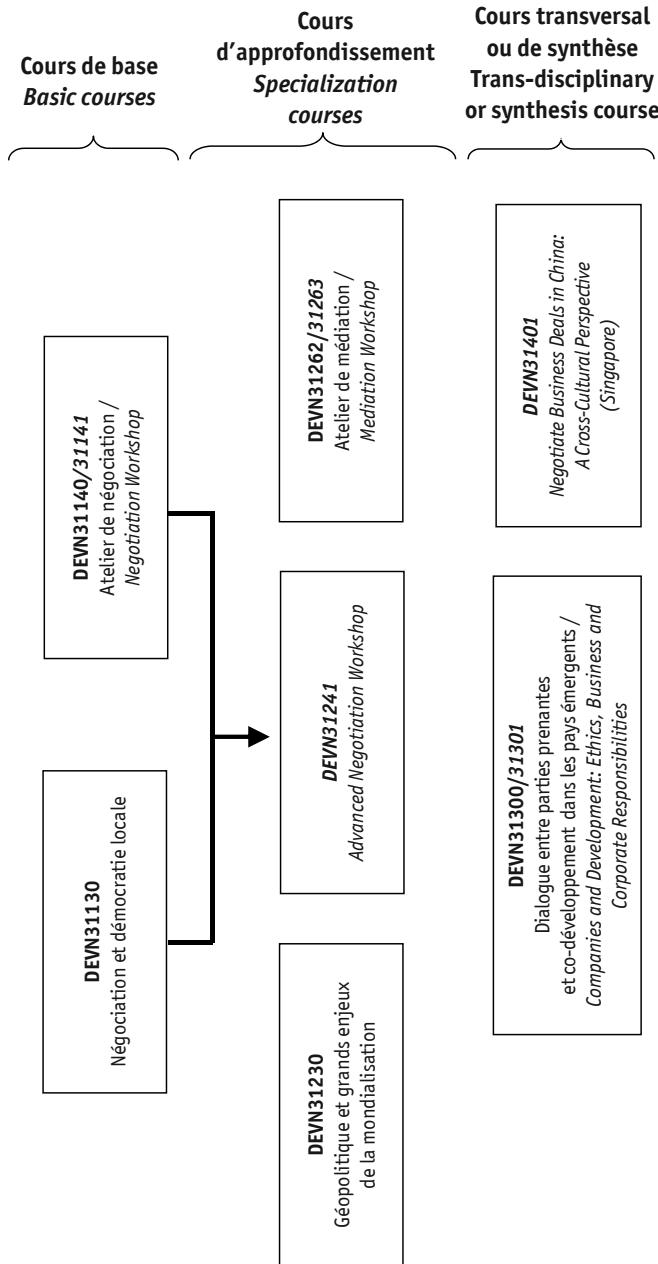
A → B : il est fortement recommandé de suivre A avant B / Highly recommended to follow A before B

Gestion Immobilière / Real Estate Management



→ B : il est fortement recommandé de suivre A avant B / Highly recommended to follow A before B

ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRISE / BUSINESS ENVIRONMENT
NEGOCIATION / NEGOTIATION



A → B : Prérequis obligatoire / *Mandatory prerequisite*

DROIT / LAW (DEVD)	Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory prerequisite(s)	Prérequis recommandés / Recommended Prerequisite(s)	Équivalent(s) / Equivalent(s)
Cours fondamentaux / Core courses (*)				
DEV/D31122	Citoyen, droit & pol. de l'Eur.	V. de Beaufort		DEV/D31125
DEV/D31125	<i>Europ. Law, Policies & Citizens</i>	M. Corradi		DEV/D31122
DEV/D31116	Contrat, concurrence & conso.	G. Hellerlinger		DEV/D31117
DEV/D31117	<i>Contract, Consumer & Comp. Law</i>	V. Korom		DEV/D31116
DEV/D31136	Droit des sociétés & fiscalité	H. Bouthinon-Dumas		DEV/D31137
DEV/D31137	<i>Corporate and Tax Law</i>	H. Bouthinon-Dumas		DEV/D31136
DEV/D31228	Droit de la propriété intel.	A. Gattino-Policott		DEV/D31229
DEV/D31229	<i>Intel. Property Law&Dig. Chal.</i>	A. Gattino-Policott		DEV/D31228
DEV/E31200	Droit et entrepreneuriat	G. Hellerlinger		DEV/E31201
DEV/E31201	<i>Law & Entrepreneurship</i>	G. Hellerlinger		DEV/E31200
Cours d'approfondissement / Advanced courses				
DEV/D31114	Droit pénal des aff. et compl.	H. Bouthinon-Dumas		
DEV/D31130	Droit public de l'entreprise	V. de Beaufort		
DEV/D31132	Fiscalité interne et inter'l	H. Bouthinon-Dumas		
DEV/D31212	Pratique des affaires inter'l	V. Korom		
DEV/D31213	<i>International Business Law</i>	V. Korom		DEV/D31212 or DEV/D31231
DEV/D31216	Droit de la concurrence	V. de Beaufort		DEV/D31217
DEV/D31217	<i>Competition Law</i>	V. de Beaufort		DEV/D31216
DEV/D31220	Droit bancaire et financier	H. Bouthinon-Dumas		DEV/D31221
DEV/D31221	<i>Financial & Corporate Gov.</i>	G. Hellerlinger		DEV/D31220
DEV/D31224	Droit des Grps & Gouv. d'ent.	V. de Beaufort		
DEV/D31227	<i>Law and Globalisation</i>	G. Hellerlinger		

DROIT / LAW (DEV/D)	Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory prerequisite(s)	Prérequis recommandé(s) / Recommended Prerequisite(s)	Equivalent(s) / Equivalent(s)
DEV/D31232 Cursus droit – Droit civil 1	G. Helleringer			
DEV/D31234 Cursus droit – Droit civil 2	G. Helleringer			
DEV/D31242 Droit du travail	G. Helleringer			
DEV/D31244 Droit, Lobbying & strat. d'inf.	V. de Beaufort			
DEV/D31246 Drt médiás & techno. de l'inf. Beaufort	G. Helleringer, V. de Beaufort			
DEV/D31250 Droit ingénierie financière	H. Bouthinon-Dumas			DEV/D31251
DEV/D31251 Law & Corporate Finance	V. Korom			DEV/D31250
DEV/D31252 Devenir haut-fonctionnaire	H. Bouthinon-Dumas			
Cours transversal ou de synthèse/Séminaire thématique / Trans-disciplinary or synthesis course/ Thematic course or seminar				
DEV/D31300 Eloquence et rhétorique	H. Bouthinon-Dumas			
DEV/D31402 Séminaire de département DEV *	P. Noisette, A. Colson, F. Valenigo			
GESTION IMMOBILIÈRE / REAL ESTATE MANAGEMENT (DEVI)	Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory prerequisite(s)	Prérequis recommandé(s) / Recommended Prerequisite(s)	Equivalent(s) / Equivalent(s)
Cours de base/ Basic courses ** *				
DEV/I31129 Real Estate Economics	I. Nappi			DEV/I31130
DEV/I31130 Marchés & produits immobiliers	I. Nappi			DEV/I31129
DEV/I31256 Management immobilier	I. Nappi			DEV/I31257
DEV/I31257 Corporate Real Estate Mgt	I. Nappi			DEV/I31256
Cours d'approfondissement / Specialization courses				
DEV/C31252 Droit urbanisme & imm	P. Noisette			
DEV/I31233 Int'l Property Market Analysis	I. Nappi			DEV/I31129 or DEVI31130
DEV/I31250 Montage d'op. immobilières	I. Nappi			
DEV/I31251 Real Estate Development	I. Nappi			DEV/I31251
DEV/I31254 Investissements immobiliers	I. Nappi			DEV/I31250
DEV/I31255 Real Estate Investments	I. Nappi			DEV/I31255
Séminaires de chaires / Chairs Seminars				
DEV/I31430 Sémin. application immobilier	I. Nappi			DEV/I31431
DEV/I31431 Real Estate Analysis Appli° Sem	I. Nappi			DEV/I31430
DEV/I31433 Real Estate Chair. Seminar	I. Nappi			

ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRISE / BUSINESS ENVIRONMENT (DEV)		Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory prerequisite(s)	Prérequis recommandés / Prerequisite(s) recommended	Equivalent(s) / Equivalent(s)
GOUVERNANCE ET ÉCONOMIE URBAINE, INNOVATION ET ENTREPRENEURIAT SOCIAL / URBAN GOVERNANCE AND ECONOMICS, SOCIAL INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP					
Cours de base / Basic courses (*)					
DEV31110	Acteurs publics	F. Vallériugo			
DEV31112	Enjeux éco. Soc. & solidaire	A.-C. Pache			
DEV31114	Économie urbaine et régionale	F. Vallériugo			
DEV31134	État et Gouvernance	V. de Beaufort			
DEV31102	Philanthropie et impact	A. Gautier			
DEV31103	Philanthropy and Impact	A. Gautier			
DEV31270	Social Entrepreneurship (Singapore)	(1)			
Cours d'approfondissement / Specialization courses					
DEV31202	Gestion collectivités locales	F. Vallériugo			
DEV31204	Marketing urbain	F. Vallériugo			
DEV31206	Gérer une entreprise sociale	A.-C. Pache			
DEV31207	Managing a Social Enterprise	A.-C. Pache			
DEV31208	Urbanisme et aménagement	P. Noisette			
DEV31210	Resp. soc. ent. & développement durable	T. Sibieude			
DEV31212	Politiques publiques locales	F. Vallériugo			
DEV31214	L'économie collaborative	A. Gautier			
DEV31268	Faire un business plan social	T. Sibieude			
Cours transversaux cours de synthèse / Trans-disciplinary or synthesis course					
DEV31200	Ville et innovation	P. Noisette			
DEV31302	Introd ^o à l'impact investing	T. Sibieude			
DEV31304	Transition énergétique : enjeux	L. de Carlo			
DEV31320	Développement durable & éco. Circulaire (Rabat)	(1)			
DEV31210	Faire son bus. plan en Afrique	T. Sibieude			
DEV31211	Entrepreneurship in Africa (Rabat)	T. Sibieude			

(1) En l'absence de coordinateur, ce cours est géré directement par le programme

ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRISE / BUSINESS ENVIRONMENT (DEV)	Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory prerequisite(s)	Prérequis recommandés / Prerequisite(s) recommended	Equivalent(s) / Equivalent(s)
GOVERNANCE ET ÉCONOMIE URBAINE, INNOVATION ET ENTREPRENEURSHIP / URBAN GOVERNANCE AND ECONOMICS, SOCIAL INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP				
Séminaires de chaires / Chair's Seminars				
DEV31402	Sém. chaire innov° ent. social	T. Sibeude		
DEV31404	Sém.appliq° innov° ent. social	T. Sibeude		
DEV31406	Sém. application éco. urbaine	F. Valléugo, P. Noisette		
DEV31408	Sém. chaire éco. urbaine	F. Valléugo		
NEGOCIATION / NEGOTIATION (DEVN)		Prérequis obligatoire(s) / Mandatory prerequisite(s)	Prérequis recommandés / Prerequisite(s) recommended	Equivalent(s) / Equivalent(s)
Cours de base / Basic courses **				
DEVN31130	Négociation, démocratie locale	L. de Carlo		
DEVN31140	Atelier de négociation	A. Colson		DEVN31141
DEVN31141	Négociation Workshop	A. Colson		DEVN31140
Cours d'approfondissement / Specialization courses				
DEVN31230	Geopol. & enjeux de la mondial°	A. Colson, J. Maïla	DEVN31140 or DEVN31141 or DEVN31130	DEVN31240
DEVN31241	Advanced Negotiation Workshop	A. Colson		
DEVN31251	Geopolitics Focus Africa (Rabat)	J. Maïla		
DEVN31262	Atelier de médiation	A. Colson		DEVN31263
DEVN31263	Médiation Workshop	A. Colson		DEVN31262
Cours transversal ou de synthèse/Séminaire thématique / Trans-disciplinary or synthesis course/Thematic course or seminar				
DEVN31300	Co-dévpt des pays émergents	A. Colson, L. Bibard, C. Renouard		DEVN31301
DEVN31301	Companies & Sustainable Dvlpt	A. Colson		DEVN31300
DEVN31401	Negotiate Bus. Deals China (Singapore)	A. Colson, T. Chao		
DEVN31420	Séminaire de département*	A. Colson		

*voir descriptif p62

DEVC31110**Acteurs publics**

- Dresser un panorama introductif des enjeux auxquels sont confrontées les organisations publiques locales,
 - Analyser les politiques publiques qu'elles ont mises en place pour y faire face.
- La connaissance de ces organisations un peu particulières et la maîtrise de leurs outils de gestion vous seront utiles dans votre vie professionnelle, que vous soyez gestionnaires de ces collectivités ou de leurs satellites, ou que vous ayez à vous inscrire, au sein de grands groupes privés, dans une démarche de partenariat public/privé.

DEVC31112**Les enjeux de l'économie sociale et solidaire**

Le secteur de «l'économie sociale et solidaire» joue en France et en Europe un rôle essentiel. Associations, fondations et organismes d'insertion prennent en charge des pans entiers de l'action sanitaire, sociale, culturelle, sportive et environnementale. Mutuelles et coopératives contribuent de longue date au développement économique et au dynamisme de nombreux territoires. Le poids économique et le rôle social de ces structures se développent et font évoluer leur positionnement vis-à-vis des autres acteurs du monde économique et politique.

Quelles sont les caractéristiques légales et organisationnelles des différentes structures du secteur ? Quelle fut leur évolution ? Quels défis vont-elles devoir relever dans le futur ? Ce cours s'adresse aux étudiants qui souhaitent découvrir le secteur de l'économie sociale et solidaire et comprendre ses enjeux spécifiques.

Ils peuvent suivre le cours dans la perspective de parfaire leur culture économique généraliste, de s'impliquer bénévolement dans le secteur ou de s'y investir professionnellement.

DEVC31114**Économie urbaine et régionale**

Les villes sont le sujet du XXI^e siècle. 50 % de la population mondiale et 80 % des français vivent aujourd'hui dans des villes qui concentrent l'essentiel de la richesse mais aussi des inégalités sociales et sont à ce titre engagées dans une concurrence internationale effrénée pour attirer des investisseurs et des talents. L'objectif de ce cours est de présenter les théories et les pratiques du développement économique local, dans un contexte de compétitivité urbaine et territoriale.

DEVC31134**Etat et gouvernance**

L'interaction avec la « sphère Etat » concerne de nombreux acteurs économiques et sociaux du secteur privé, car l'Etat est à la fois client et régulateur (consulting, audit, immobilier, lobbying, santé, télécom). En outre, les enjeux spécifiques et les règles du jeu du secteur public requièrent de connaître les codes de la fonction publique d'Etat. Ce cours a vocation à sensibiliser tout étudiant ESSEC à ces enjeux ; il fait faire partie des cours obligatoires de la chaire d'Economie urbaine, Affaires publiques et du cursus Droit (Droit public)

DEVC31200**Ville et innovation. Quelles stratégies d'innovation pour les entreprises dans la ville « agile », durable et numérique de demain ?**

Le cours est destiné à former les futurs décideurs à appréhender efficacement la complexité et les changements de la ville de demain pour mieux y définir des stratégies d'entreprise, dans une logique pluridisciplinaire et prospective. Donné selon des principes de *project learning*, il réunit des étudiants et des professeurs de l'ESSEC, l'Ecole Nationale Supérieure d'Architecture de Versailles, l'Ecole des Ingénieurs de la Ville de Paris et CentraleSupélec ainsi que des

grandes entreprises partenaires, avec l'appui du cabinet Green Soluce.

Avec le développement planétaire de l'urbanisation, les villes et leurs services, donc les collectivités publiques et les entreprises traditionnelles des « métiers de la ville », sont au cœur des mutations de l'économie et de la société, notamment vis-à-vis des transitions numérique et écologique et des nouveaux modes de vie et de travail. De leur côté, les entreprises du numérique, du luxe, des loisirs, du corps et de la santé etc. s'intéressent de plus en plus aux milieux et aux modes de vie urbains, non seulement pour s'y adapter, mais aussi pour les influencer. La ville devient un lieu et un levier majeur de l'innovation.

En travaillant par groupes interdisciplinaires pendant une semaine, pour répondre à des sujets stratégiques de transformation proposés par des entreprises (positionnement sur de nouveaux marchés, transformation de métiers ou de modèles économiques, approches et partenariat innovant pour de nouveaux produits ou services etc.), les étudiants pourront :

- Acquérir des bases en matière de démarches prospectives et de méthodes agiles ;
- Mieux appréhender et comprendre les forces de changement en matière urbaine et savoir les anticiper ;
- Savoir identifier les leviers de changement et les opportunités d'innovation pour les entreprises pour concevoir des scénarios de transformation stratégique et pour évaluer leurs impacts.

DEVC31202

Les modes de gestion des collectivités et des services urbains

L'objectif de ce cours est de présenter les différents modes de gestion des services publics urbains et des collectivités tant sous l'angle financier que juridique et opérationnel.

En effet, les collectivités territoriales gèrent seules ou dans le cadre de regroupements

intercommunaux ou syndicats mixtes, leurs affaires propres mais aussi une multitude de services urbains, soit directement soit par le recours à des partenaires privés, suivant des modalités qui sont nombreuses et diverses.

DEVC31204

Marketing urbain

La ville est ici replacée dans son environnement concurrentiel tant externe vis-à-vis des entreprises désireuses de s'implanter sur son territoire, qu'en interne à l'égard de toutes les catégories de citoyens et acteurs concernés par différents enjeux et territoires de la ville.

Ce cours présente les choix stratégiques effectués par les collectivités locales pour faire face à cette double demande. Il tente de répondre en particulier à des questions de fond et de méthodes :

- Qu'est-ce qu'une ville et en quoi est-elle en situation de marché ?
- Comment doit-elle adapter son organisation interne pour faire face à cette situation ?
- Dans un contexte politique, quelle communication économique pour une ville et avec quels moyens ?
- « Vendeurs de ville », fiction ou réalité ?

DEVC31206

Gérer une entreprise sociale

Au travers de l'analyse de 9 cas réels, français et étrangers, sélectionnés pour leur caractère exemplaire et innovant dans les domaines de la solidarité internationale, du développement local, de l'insertion sociale ou de l'investissement à impact, ce cours permet aux étudiants de découvrir et de s'approprier les outils de stratégie et de management adaptés leur permettant d'entreprendre et de gérer des entreprises sociales.

DEVC31207

Managing a Social Enterprise

This class aims at providing students with a solid understanding of the specific challenges associated with launching and managing a social enterprise, i.e. an organization that

aims at creating a positive impact in society (whether not-for-profit or for-profit). Through the analysis of real-life French and international cases studies, students will get first-hand exposure to these challenges and discover the relevant tools and strategies that can be used to address them. This will allow them to discover this fast growing sector of the economy. It will also prepare them to work in such organizations or to collaborate with them.

DEVC31208

Urbanisme et aménagement

L'objectif du cours est d'initier les étudiants aux concepts et méthodes de l'urbanisme et au rôle de l'aménagement urbain pour la transformation des villes et des quartiers, et d'en comprendre les nouveaux enjeux et les voies d'innovation.

Plus précisément, il permet aux étudiants de :

- Acquérir une connaissance d'ensemble de l'urbanisme (origines, objet et ambitions ; cadres, méthodes et outils ; métiers et acteurs) pour mieux comprendre les évolutions de notre environnement urbain ou pouvoir interagir professionnellement avec des urbanistes.
- Comprendre les nouveaux enjeux du développement et de la transformation des villes et leurs implications pour l'urbanisme et pour les relations entre les nombreux métiers et acteurs de la production et de la gestion de la ville (immobilier, infrastructures....).
- Identifier les nouveaux besoins de compétences et les opportunités professionnelles qui en découlent pour des diplômés de l'ESSEC.

Ouvert à tous les étudiants, ce cours intéresse en particulier ceux de la Chaire d'Economie urbaine, de la Chaire Immobilier et développement durable et du Mastère spécialisé Management urbain et immobilier, et leur permet de croiser leurs expertises.

DEVC31210

Responsabilité sociale de l'entreprise et développement durable

Si la RSE est encore considérée par certaines entreprises comme une tendance et un levier de communication, les comportements opportunistes dits de « greenwashing » ou de « socialwashing » sont de plus en plus controversés et condamnés par les consommateurs et plus largement la société. Au-delà, la prise en compte des enjeux environnementaux, changement climatique, biodiversité ou raréfaction des ressources, et des enjeux sociaux, notamment d'inclusion, est de plus en plus décrite non comme une source de contraintes mais d'opportunités de business incontournables pour les entreprises dans la transformation de leurs métiers.

C'est cette réalité que le cours « Responsabilité sociale de l'entreprise et développement durable » a pour objectif d'illustrer, au travers d'un solide corpus de connaissances délivré via des outils numériques et d'une expérience concrète du sujet par un travail collectif de terrain visant à faire des recommandations concrètes en réponse aux problématiques proposées par les entreprises partenaires du cours.

Ce travail amènera entre autres les étudiants à s'immerger dans la réalité d'une politique RSE d'entreprise, à s'intéresser au concept de parties prenantes et à interviewer les plus significatives d'entre elles, à faire un benchmark permettant de positionner leurs propositions par rapport aux initiatives identifiées, à explorer si c'est pertinent les possibilités de partenariat avec une(des) associations en lien avec le sujet traité.

DEVC31212

Politiques publiques locales

Depuis les années 80 et la décentralisation, la ville est progressivement devenue un lieu d'élaboration et d'application de politiques publiques, naguère dévolues à l'Etat déconcentré : politique de la ville, logement, transports, action sociale et économique. Dans le même temps, son rôle dans la gestion du

territoire s'est accru et autonomisé : maîtrise des documents d'urbanisme, gestion urbaine de proximité (eau, déchets). Son autonomie financière accrue lui a permis par ailleurs de conduire, seule ou en partenariat, des grands programmes d'aménagement.

C'est à la croisée de ces trois champs (politiques publiques, aménagement et gestion d'un territoire) que se situent les politiques publiques locales. Quels sont les enjeux spécifiques et les objectifs des politiques locales ? Comment élabore-t-on une politique locale ? Avec quel moyen une ville peut-elle la mettre en œuvre ? Comment articuler ces politiques publiques locales avec celles conduites par l'Etat ? Comment évaluer une politique locale ? Telles sont les questions qui seront traitées dans ce cours. A l'issue du programme, les élèves auront acquis :

- Une vision globale des politiques locales et de leur évolution ;
- Une compréhension des enjeux propres à chaque politique sectorielle, dans leur élaboration et leur mise en œuvre ;
- Une connaissance des méthodes et pratiques locales pour conduire ces politiques ;
- Un aperçu des métiers, fonctions et compétences requises dans la conduite de ces politiques.

DEVC31214

L'économie collaborative

Le concept d'économie collaborative (sharing economy) désigne un ensemble d'activités humaines qui ont pour point commun de reposer sur le partage et la mutualisation de biens et de services au sein de communautés décentralisées, non hiérarchiques, souvent par l'intermédiaire de plateformes numériques. Depuis une dizaine d'années, on voit fleurir de nouvelles formes d'organisations incarnant ces principes collaboratifs : wikis, fab labs, tiers lieux, autopartage, crowdfunding... Des pans entiers de l'économie comme le logement, la mobilité ou la connaissance ont

été bouleversés par ces nouveaux modes de production et de consommation en plein essor. Parmi les plus connus : Wikipédia, Mozilla, BlaBlaCar, Airbnb ou Ulule. Ce cours propose aux étudiants de définir l'économie collaborative, d'en découvrir les acteurs et les enjeux, de comprendre les différents modèles économiques et organisationnels de ces initiatives, d'aborder les questions de gouvernance, de partage de la valeur et d'impact social et environnemental qu'elle soulève. Il permettra aux étudiants de se forger une culture générale et une opinion éclairée sur ce sujet, mais aussi de rencontrer des acteurs pertinents et de travailler sur des cas concrets.

DEVC31252

Droit de l'urbanisme, de l'immobilier et de l'environnement

Ce cours porte sur les bases du droit de l'espace bâti, qui repose essentiellement sur trois grands codes distincts (code de l'environnement, code de la construction et de l'habitat, code de l'urbanisme). Son objectif est d'apporter aux étudiants une bonne compréhension des principes de ce droit, notamment de la hiérarchie des normes et des règles, de ses principales dispositions et de leurs implications pour les professionnels de l'urbanisme et de l'immobilier. Il leur permettra ainsi de comprendre les contraintes et risques opérationnels d'ordre juridique et de dialoguer avec les juristes spécialisés. Il s'adresse particulièrement aux étudiants de la chaire d'Economie urbaine, de la chaire Immobilier et développement durable et du Mastère spécialisé Management Urbain et Immobilier.

DEVC31302

Introduction à l'impact investing

L'impact investing, ce sont des investissements qui cherchent explicitement à conjuguer rendement financier et impact sociétal, dans des entreprises aux modèles économiques solides et pérennes. L'impact

investing se distingue aussi bien des logiques d'investissement traditionnel que de la philanthropie ou de l'investissement dit «socialement responsable ». C'est un type d'investissement de plus en plus observé et en forte croissance.

Le cours « Introduction à l'impact investing » vise à apporter aux étudiants une solide culture du sujet au travers de 3 MOOC qui leur permettront d'explorer les fondamentaux du sujet mais aussi les stratégies, outils et bonnes pratiques pour lever des fonds d'impact investing, de découvrir le fonctionnement d'un fonds d'impact investing ou les grandes innovations financières des dernières années (crowdfunding, Social Impact Bonds, Collective Impact, blended finance, Diaspora Bonds...).

Le cours permettra par ailleurs aux étudiants de s'immerger dans le contexte d'une entreprise sociale « réelle » en levée de fonds: en équipes de 4/5 étudiants, ils devront réaliser sa due diligence et défendre son dossier face au comité d'investissement du fonds qu'ils auront choisi.

DEVC31304

Enjeux de la transition énergétique

La transition énergétique rendue nécessaire par le réchauffement climatique mobilise et impacte de nombreux acteurs publics et privés sur des enjeux multiples au niveau national et international. Les principaux enjeux de la transition énergétique sont abordés par différents intervenants : fournisseurs d'énergie publics et privés, ONG, gestionnaires de parcs immobiliers et de collectivités locales, chercheurs...

DEVC31320

Développement durable et économie circulaire. Bâtir une économie résiliente, inclusive et innovante

Ce cours est donné sur le campus ESSEC à Rabat

Le but de ce cours est de nourrir une réflexion large autour des dynamiques de croissance de

l'Afrique, en introduisant des réflexions sur les enjeux de l'énergie, de l'urbanisation, de la gestion des services essentiels et du partage des ressources, afin de privilégier l'option d'un développement durable et équitable.

DEVC31402

Séminaire de chaire d'innovation et entrepreneuriat social

Le séminaire de chaire est réservé aux membres de la chaire et donnera lieu à l'attribution d'un UV une fois que le programme d'enseignement de la chaire, à l'exception du stage, aura été validé. Le séminaire de chaire est le lieu de rencontre privilégié entre les étudiants de la chaire et des entrepreneurs sociaux, des acteurs de l'économie sociale et de la responsabilité sociale de l'entreprise.

Il est conçu pour permettre aux étudiants de découvrir des vocations, des métiers, des organisations et de comprendre les enjeux et problématiques essentiels de ceux qui entreprennent avec une mission sociale. Le séminaire de chaire comprend :

- des temps d'inspiration : voyage d'études d'une semaine à l'étranger, nombreuses rencontres d'entrepreneurs sociaux et de managers d'entreprises sociales en France, journées d'immersion thématiques permettant d'appréhender la réalité et les enjeux d'un Secteur
- des travaux en groupe (exploration d'un besoin social, benchmark de réponses à un besoin social, élaboration de nouvelles solutions innovantes...), dont certains pourront être menés avec des partenaires de la Chaire
- des productions collectives "de fond" : par exemple veille sur un enjeu de société ou réflexion sur une thématique philosophique
- des temps de prise de recul et de réflexion en groupe (week-end d'intégration, journée de clôture)

DEVC31404**Séminaire d'application de la chaire d'innovation et entrepreneuriat social**

L'innovation sociale se définit souvent comme « une réponse nouvelle à des besoins sociaux non ou mal satisfaits », « social » s'entendant au sens de « sociétal » et recouvrant entre autres les sujets environnementaux. On pourrait citer comme exemples emblématiques d'innovations sociales la microfinance, la finance solidaire ou le commerce équitable.

Le séminaire d'application vise à permettre une immersion dans l'univers de l'innovation sociale et environnementale par des missions concrètes auprès d'acteurs de terrain :

- Une mission d'audit de bonnes pratiques et de transparence pour une association, avec un double objectif : proposer aux étudiants une expérience de terrain très formatrice, complémentaire de leurs enseignements théoriques, qui leur permettra de rentrer au cœur des problématiques du management associatif, tout en contribuant ainsi à l'amélioration des pratiques et à la professionnalisation des associations évaluées

- Une mission de mesure d'impact social au bénéfice d'un entrepreneur social ou d'un projet d'innovation sociale ; mesurer son impact devient un enjeu clé pour toute structure visant à avoir un impact positif sur la société en répondant à un besoin social et/ou environnemental identifié, avec la question : "le changement attendu suite à la création de la structure ou à la mise en place du projet s'est-il produit ?" Entrer dans une démarche de mesure d'impact social permet à la fois de s'assurer de l'efficacité de son action et d'entrer dans une démarche d'amélioration mais aussi de convaincre les financeurs de la pertinence de son action, ce qui devint incontournable

La réalisation de ces 2 missions sera précédée par l'acquisition des fondamentaux via des cours en ligne.

DEVC31406**Séminaire d'application de la chaire d'économie urbaine**

Pour les étudiants plus particulièrement intéressés soit par la gestion et la stratégie des collectivités publiques, des villes notamment, soit par la stratégie territoriale de l'entreprise, ou encore par la gestion de l'eau, il est possible de participer à des travaux de recherches sur des thèmes définis avec les partenaires de la chaire d'Economie urbaine.

DEVC31408**Séminaire de chaire d'économie urbaine**

Voir chapitre « Spécialisations ».

DEVD31114**Droit pénal, pénal des affaires et compliance**

La vie des affaires reste soumise à de nombreuses règles pénales qui touchent pratiquement tous les aspects de la vie de l'entreprise (abus de biens sociaux, délit d'initié, homicide involontaire, corruption, harcèlement, contrefaçon etc.). Le droit pénal exprime les valeurs fondamentales que la société entend opposer à la logique économique orientée par le seul intérêt individuel, comme la protection de la partie faible, la préservation du marché, le respect de l'environnement voire la moralisation du capitalisme. Ce cours sera également l'occasion de s'interroger sur la pertinence et l'efficacité de la répression comme mode de régulation des relations économiques, sur l'utilisation stratégique de la menace pénale ou encore sur le risque spécifique qui découle du droit pénal pour les entreprises et leurs dirigeants ainsi que sur la compliance comme technique de prévention du risque pénal.

DEVD31116**Contrat, concurrence & consommation**

Instrument de l'échange de biens, services, instruments financiers, le contrat est naturellement au cœur des relations d'affaires. Son usage s'est encore intensifié

au cours des dernières décennies, en même temps qu'il se transforme et se rend apte à régir des situations de longue durée ou évolutives. La pratique contractuelle est encadrée par le droit de la concurrence ainsi que le droit de la consommation. Le manager doit comprendre les opportunités offertes par la contractualisation et se prémunir contre ses risques de manière efficace. Le cours s'adresse à tous ceux qui veulent comprendre le fonctionnement des relations contractuelles et en tirer parti dans l'organisation et le développement des entreprises.

DEVD31117

Contract, Consumer et Competition law

For the course description, please consult the equivalent course DEVD31116.

DEVD31122

Citoyen, droit et politiques de l'Europe

Les agents économiques mais aussi les citoyens et consommateurs doivent pouvoir comprendre, maîtriser et s'approprier les règles du jeu de l'Union Européenne, les politiques communes, les grands enjeux européens, ainsi que la manière dont les règles de droit européennes (grands principes mais aussi règlements et directives) se combinent avec le droit national (budget, UEM et euro, liberté de circulation et Schengen, , politique d'entreprise, politique énergétique, concurrence, consommateurs, etc.) Livre de référence : Manuel de droit européen des affaires et politiques européennes, Larcier 2019 et le blog dédié : <http://europe.vivianedebeaufort.fr/> sur lequel nous faisons des exercices de veille.

DEVD31125

European Law, Policies and Citizens

This course explores two related parts: first, it examines the legal structure of the internal market of the European Union as established by the Treaties, legislative contributions and the case law of the Court of Justice of the

European Union focusing on the scope of Union competence to regulate the internal market as well as on the law of free movement across borders (goods, services). Secondly, the course investigates in greater depth selected topics of European policies in areas such as consumers, public procurement, company law, intellectual property, state aids, energy, industry, trade or external relations. The choice of topics covered in the second part of the course may vary from year to year and will be chosen to reflect recent developments in those areas.

The aim of the course is to enable students to understand the law and the underlying policies and to be in the position to discuss critically the legal and policy issues involved.

DEVD31130

Droit public de l'entreprise

Les projets publics sont les piliers de l'organisation de la société. Il n'y a pas de vie collective possible, pas de société organisée, sans traitement et acheminement d'eau, sans infrastructures de transports, sans hôpitaux, sans acheminement d'énergie... Ces projets publics se réalisent au carrefour de l'intérêt général et des grands équilibres économiques. Il en va bien entendu de la viabilité du modèle de société. Sans être inconciliables, deux logiques distinctes sont alors à rapprocher. La défense de l'intérêt général conduit à réguler les intérêts économiques poussent à libérer. L'arbitrage entre ces deux forces est le reflet du modèle de société choisi. La charte de cet arbitrage, c'est le droit public des affaires. L'objectif de ce cours est de familiariser les futurs chefs d'entreprises et cadres de grands groupes avec le droit public des affaires, ses acteurs et leurs modalités d'intervention dans la sphère économique.

DEVD31132

Droit fiscal interne et international

Ce cours vise à donner aux étudiants les bases en fiscalité qui sont essentielles aussi bien

pour les juristes que pour les financiers, les comptables et les managers.

La fiscalité détermine en effet dans une large mesure les choix des entreprises et accompagne leurs opérations : implantation internationale, localisation des actifs et des activités, choix de la forme sociale, politique financière, restructuration...

Il est donc essentiel de connaître les principaux impôts auxquels sont assujetties les personnes physiques (impôt sur le revenu, IFI...) et les personnes morales (TVA, impôts sur les sociétés...) et le cadre dans lequel la fiscalité s'insère, à la fois au plan national et au plan international.

DEVD31136

Droit des sociétés et fiscalité

Ce cours a vocation à offrir aux étudiants des bases en droit des sociétés et en fiscalité.

Le droit des sociétés intéresse de très nombreux aspects de la vie des affaires : la création d'entreprise et le choix de la structure sociétaire adéquate, le fonctionnement de l'entreprise qui est animée par les dirigeants sociaux, le financement qui peut s'effectuer notamment par l'émission des valeurs mobilières (actions et obligations), susceptibles d'être cotées sur un marché financier, la distribution des bénéfices et la répartition des charges, les restructurations des entreprises. Une part essentielle de l'activité financière et de la gestion repose ainsi sur des opérations et des concepts relevant du droit des sociétés.

Ce cours sera aussi l'occasion de donner un premier aperçu de la fiscalité qui s'applique aux personnes morales et sur les personnes physiques (taxées en tant que dirigeants, salariés ou actionnaires des sociétés).

Ce cours sera donc particulièrement utile aux étudiants qui se destinent aux métiers suivants : création et direction d'entreprise, investissement et gestion d'actifs, conseil aux entreprises (avocats, banquiers d'affaires, consultants en stratégie et en organisation...), la banque de financement et

d'investissement, expertise-comptable/audit et gestion de fortune.

Ce cours constituera une base de connaissances qui pourra être approfondie dans le cadre des cours Droit de l'ingénierie financière et/ou Fiscalité interne et internationale.

DEVD31137

Corporate and tax law

Corporate (or company) law is different in every jurisdiction (France, Germany, the UK, Delaware and other US States, Japan, etc) and colored by the local business culture.

There is however also a common structure of corporate law across jurisdictions: business corporations have a fundamentally similar set of legal characteristics: legal personality, limited liability, transferable shares, delegated management under a board structure, and investor ownership. The course focuses on the specific legal problems that are associated with these aspects, also known as corporate governance, and that can be studied across jurisdiction. It contemplates how the corporate form can reduce ongoing costs in organizing business. This course includes a focus on tax issues related to companies, groups and individuals (executives, shareholders...).

DEVD31212

Droit et pratique des affaires internationales

Ce cours a pour objet de présenter les cadres et les mécanismes juridiques dont la connaissance est indispensable à quiconque veut opérer sur le plan international. La pratique des affaires à l'échelle internationale soulève en effet des difficultés spécifiques.

DEVD31213

International Business Law

This course explores two related parts: first, it examines the **substantive** rules that may govern international commercial transactions such as international sales or the financing of international trade.

The governing substantive rules often derive from international instruments such as conventions, EU directives and model laws. The course will analyze the Vienna Sales Convention, the UNIDROIT Principles of International Commercial Contracts and the Uniform Customs and Practice for Documentary Credits, prepared by the International Chambers of Commerce. Starting from the general framework, policies and common problems of transnational commercial law the course will enable the student to understand the specific rules found in the international trade conventions, model laws and contractual codes. Secondly, the course investigates the different **procedures** that are available to enforce the substantive rights studied in the first part of the course. In the second part the course focuses on international commercial arbitration which has become the preferred method of resolving international disputes - a truly fascinating area of the law.

DEVD31216 Droit de la concurrence

Les règles posées au titre du maintien de la concurrence sur un marché doivent être appréhendées par les acteurs économiques et intégrées dans leur stratégie à échelle globale. Ce cours étudie les règles régissant les relations entre entreprises, les pratiques visant à leur développement et celles relatives à leur clientèle. Il vise à fournir les éléments permettant de réagir aux actions des concurrents. L'étude part du cadre général des règles et institutions du droit de la concurrence Europe/ France et s'attarde sur les ententes, réseaux de distribution, abus de domination, aides d'état mais aussi le droit de la consommation et droit de la vente électronique.
Livre de référence : Manuel de droit européen des affaires et politiques européennes, Larcier 2020 et le blog dédié <http://europe.vivianedebeaufort.fr/>

DEVD31217 Competition Law

For the course description, please consult the equivalent course DEVD31216.

DEVD31220 Droit bancaire et financier

Non programmé en 2020/2021.

DEVD31221 Financial and Corporate Governance

The financial crisis of 2007-9 was the most serious economic disturbance in the post WW2 era. National efforts to mitigate the financial crisis triggered a follow-on sovereign debt crisis in the Eurozone, which even now is a source of economic instability. A reconsideration of the nature and conduct of financial regulation is required. The course will attempt to articulate a framework within which financial regulation can be analyzed in a coherent and comprehensive fashion.

DEVD31224 Droit des groupes et Gouvernance d'entreprises

Ce cours a pour objet d'étudier sur un mode comparé les règles (européennes et nationales) des groupes de sociétés et le développement de la gouvernance d'entreprise. A partir d'une approche transversale utilisant le droit des concentrations, le droit des groupes de sociétés européen, et la Gouvernance d'entreprise enrichie des exigences de RSE... On tentera une démarche concrète : quelles possibilités de **développement d'ENTREPRISES** sur le marché intérieur ? Il s'agit **d'intégrer les bases** mais aussi de **réfléchir sur des concepts complexes d'actualité** (OPA hostiles- loi sur le devoir de vigilance, montée de l'activisme actionnarial, nouveau cadre légal, etc) en adoptant une **approche transversale et prospective et des cas concrets issus de 5 ans de recherche au CEDE...**

Livre de référence : Manuel de droit européen des affaires et politiques européennes, 2020, Larcier et le blog dédié <http://europe.vivianedebaufort.fr/> ainsi que le Grand prix des AG de l'institut du Capitalisme responsable qui réunit la « place financière de Paris » dont la professeure est un des advisers - Conférences de professionnels.

DEVD31227 Law and Globalisation

The course focuses on the role that formal law, legal principles, and informal norms play in the development of nations and international trade: how do they promote or hinder positive social change, human flourishing, and economic development. Discussions will not focus on one particular jurisdiction but take illustrations in different ones.

Among other issues, the following will be discussed: the legal-origins literature, rule of law and governance concerns, the role of judiciary in development, international cooperation and legal transplant, as well as legal enforcement. The goal will be to develop a richer understanding of the complex role that legal rules play in the economic globalization.

DEVD31228 Droit de la propriété intellectuelle

Les droits de propriété intellectuelle revêtent de nos jours pour les entreprises un enjeu économique capital : chaque produit ou service commercialisé induit la création ou l'utilisation de droits de propriété intellectuelle, qu'il convient de protéger, administrer et faire respecter. Il est donc devenu essentiel, pour tout acteur économique, de maîtriser les différentes notions de la propriété industrielle (marques, brevets, modèles) et de la propriété littéraire et artistique (droit d'auteur) afin de savoir protéger et défendre ses créations immatérielles.

A l'issue de ce cours, vous serez capables d'utiliser une véritable « boîte à outils » pour:

- Distinguer, expliquer et utiliser les différents systèmes de protection instaurés par le droit français et communautaire de la propriété intellectuelle (enregistrement des DPI);
- Anticiper, auditer et identifier les sources de risques liés à la propriété intellectuelle;
- Procéder à une première évaluation de la validité des droits de propriété intellectuelle qui vous seront opposés;
- Appréhender les outils d'exploitation à la disposition des titulaires de droits et acquérir les premiers réflexes contractuels spécifiques pour optimiser la gestion d'un portefeuille de titres de DPI et protéger les intérêts de l'entreprise (incluant la valorisation des actifs immatériels);
- Appréhender les fondements, la procédure et les conséquences des négociations précontentieuses et des actions judiciaires pour lutter contre la contrefaçon et/ou la concurrence déloyale (évaluer les dommages, reconnaître un acte de contrefaçon...).

DEVD31229 Intellectual Property Law and Digital Challenges

In today's world, the promotion and protection of intellectual property (IP) within a corporation are at the core of the latter's economic growth. IP can represent a company's most valuable intangible asset without which it would not be able to pursue its development. Intellectual property rights are nowadays strong resources used by companies to build up a durable competitive advantage.

IP law has therefore become omnipresent regardless of the underlying economic activity. As such, every manager should fully

comprehend IP notably in terms of value and cost as well as risk and opportunity. With that in mind, the course will focus on the fundamentals: trademarks, designs, patents, trade secrets and copyright from a national and from a European and international law perspective.

Students will be provided with a 360° view of IP issues a corporation could encounter and will have a better understanding of how to identify, protect, exploit, manage IP and fight against IP law violations through enforcement processes.

The course will also consider the evolutions of IP law at the digital age due to recent data protection regulations and artificial intelligence challenges.

In the end of the course, students will be able to:

- Have a broader and deeper knowledge of the principles and sources of international and EU intellectual property law as well as knowledge of how these have changed and are changing as a result of globalization;
- Distinguish, explain and use the different IP law protection systems issued by the French, European and International specialized regulations;
- Anticipate and identify the sources of risks linked to intellectual property in their company;
- Provide a first evaluation of the validity of the company IP rights and be aware of the digital environment impact on the immaterial assets owned by a company;
- Recognize and use legal instruments available to rights owners to acquire specific contractual reflex in order to optimize the IP rights portfolio management, to exploit them optimally and in the end, to protect the company's interests, and;
- Apprehend the foundations, procedure, and consequences of amicable settlement in case of dispute, as well as contentious matters through Court

proceedings notably linked to the fight against counterfeiting and unfair competition.

On successful completion of the course students are also expected to possess an improved ability to discuss, analyze and evaluate complicated legal issues from an intellectual property rights perspective.

DEVD31232

Cursus Droit - Droit civil 1

Ce cours est réservé aux étudiants admis au Cursus Droit.

Ce cours, qui ouvre le Cursus Droit, a pour double ambition d'introduire les étudiants du Cursus à l'étude approfondie du droit et de leur proposer une première approche du droit civil. Au service du premier objectif, l'accent sera porté sur la méthodologie juridique.

A cet effet, vous seront proposés la lecture et le commentaire de divers documents destinés à vous familiariser avec les différentes sources juridiques. Des exercices personnels de synthèse et réflexion compléteront cet effort d'acquisition de la rigueur d'analyse nécessaire à la poursuite d'études juridiques. Le second objectif se traduira par une introduction ordonnée aux thèmes fondamentaux et transversaux du droit civil : droit objectif et droits subjectifs.

DEVD31234

Cursus Droit - Droit civil 2 : obligation responsabilité et contrat

Ce cours est réservé aux étudiants admis au Cursus Droit.

Ce cours qui prolonge le cours Droit civil I, a pour double ambition d'introduire les étudiants du cursus à l'étude approfondie du droit de la responsabilité civile et d'approfondir approche du droit civil.

Au service du premier objectif, l'accent sera porté sur la méthodologie juridique : lecture d'arrêts et commentaires d'arrêts, cas pratique et dissertation. Des exercices personnels de synthèse et réflexion compléteront cet effort d'acquisition de la

rigueur d'analyse nécessaire à la poursuite d'études juridiques.

Le second objectif se traduira par une introduction ordonnée aux thèmes fondamentaux et transversaux du droit de la responsabilité civile : responsabilité de droit commun et de droit spécial.

DEVD31242

Droit du travail

Ce cours s'adresse à tous les étudiants, et pas seulement ceux qui se destinent à une carrière RH.

Par nature, le droit du travail concerne tout le monde et la sensibilisation des étudiants aux règles applicables dans leur futur environnement professionnel constitue le principal objectif de ce cours.

DEVD31244

Droit, Lobbying et stratégie d'influence

La question du LOBBYING autrement dit de l'influence d'individus ou d'acteurs regroupés, d'ONG mais aussi d'entreprises et de fédérations sectorielles, etc. sur les gouvernants et les politiques publiques, à échelle de l'Union européenne ou nationale, a toujours été importante. Avec le e-lobbying (sur « la toile ») elle prend une dimension majeure et protéiforme et doit s'intégrer dans toute stratégie d'un agent économique ou d'un groupe de pression. Maîtriser les processus, faire une veille pour intégrer ces publics policies, voir les influer est un enjeu de taille ! Le e-lobbying a développé de nouvelles techniques pour influencer l'opinion publique. De nombreux cas concrets passionnants (CETA, Monsanto, Gaz de schiste, etc) sont utilisés pour illustrer ces nouvelles tendances qui questionnent le politique, l'économie et la société tirés du livre « Du Lobbying au e-lobbying », Larcier, 2019 et le blog europe.vivianedebaufort.fr – Conférences de professionnels.

DEVD31246

Droit des médias et des technologies de l'information

Donner aux étudiants une perception des risques juridiques à appréhender dans le cadre de l'utilisation des technologies de l'information (internet, système d'information) et des médias et des moyens de les prévenir des outils juridiques et judiciaires leur permettant de protéger et valoriser les incorporels.

DEVD31250

Droit de l'ingénierie financière

Ce cours propose de montrer comment les techniques du droit des sociétés (combinées avec d'autres techniques juridiques : droit des contrats, droit des biens, droit des sûretés, etc.) peuvent être mobilisées pour réaliser des opérations financières complexes les «montages» : acquisition d'entreprises, OPA, LBO, financements complexes, restructurations, organisation du contrôle et de la gouvernance, etc. Il constitue donc un cours avancé de droit des sociétés à destination des futurs praticiens du droit des affaires, mais aussi de ceux qui veulent embrasser les métiers de la finance et de la gestion de patrimoine (banque d'affaires, M&A, banque d'investissement, fonds d'investissement).

Ce cours sera utile en particulier aux AST-Droit et aux étudiants du Cursus droit, dans la mesure où il propose une approche originale par rapport aux enseignements universitaires traditionnels.

Les étudiants qui n'ont pas suivi de cours de droit des sociétés pourront suivre ce cours à condition de faire un rattrapage préalable par la lecture d'un ouvrage en droit des sociétés.

DEVD31251

Law and Corporate Finance

This course is designed to:

expose students to essential dimensions of business law and M&A provide an overview of the process (notably key stages /related timing, forms and structures of transaction,

actors involved and documentation) for a typical M&A deal understand the various documents, legal structures and other legal and strategic considerations needed to negotiate and execute a deal become familiar with the content of the main legal documents negotiated in the context of M&A transactions and the legal issues that arise in respect thereof develop the participant's ability to better negotiate agreements and understand other complex contractual issues learn about how M&A lawyers work.

This course is aimed at those who would like to have a working knowledge of the M&A process, the strategic priorities and approaches of the various deal players, and detailed information on the various documents typical to M&A deals. The course is designed for future lawyers, in-house lawyers, M&A/legal advisors but also for future managers or consultants in investment banking or strategy consulting firms, who would like to gain a better understanding of the different steps of a deal and of the main issues relevant to M&A transactions.

DEVD31252

Devenir haut-fonctionnaire

L'exercice de fonctions de direction au sein des structures administratives et politiques, au niveau national, mais aussi au sein des institutions européennes et des organisations internationales, implique de maîtriser des savoirs, des savoirs-être et des savoir-faire variés et spécifiques.

L'action publique, au sens large, nécessite en effet une technicité particulière, et elle s'inscrit dans la recherche d'équilibres fins qui impliquent d'aborder les sujets par l'ensemble de leurs dimensions (politique, économique, juridique, ...). C'est d'ailleurs cette capacité à mobiliser des savoirs très différents, d'être à l'interface des spécialistes et du politique, qui caractérise le haut fonctionnaire et explique que ces postes et ces carrières soient accessibles à l'issue de processus sélectifs particuliers,

principalement les concours de la haute fonction publique.

Ce cours vise à présenter les différentes matières aux programmes des grands concours de la fonction publique, en particulier de l'Ecole nationale d'administration (ENA), et d'en expliciter le contenu et l'esprit. Il s'agira de comprendre comment les ressources du droit public, de l'analyse économique ou de la géopolitique, par exemple, peuvent être mobilisées au service de l'action publique, avec une vraie capacité de synthèse et d'aide à la prise de décision.

Ce cours est obligatoire pour les étudiants de la filière Affaires publiques et en constitue le socle. Il permettra aussi à des étudiants qui ne se préparent pas aux concours administratifs de découvrir les métiers du secteur public et le mode de raisonnement et d'action spécifique de l'administration.

DEVD31300

Éloquence et rhétorique : savoir faire un bon discours

Ce cours s'adresse aux étudiants qui veulent améliorer leur capacité à convaincre un auditoire en apprenant à faire un discours. C'est un exercice essentiel, non seulement pour les futurs plaideurs ou responsables politiques, mais aussi pour les dirigeants économiques et ceux qui les conseillent. Ce cours vise à présenter comment préparer, rédiger et prononcer un discours de manière à atteindre les objectifs que l'orateur se fixe, en fonction de ses qualités propres, de l'auditoire et du contexte.

Une large partie du cours est consacrée à des mises en situation à travers lesquels les étudiants s'exercent à l'art oratoire et à la rhétorique argumentative et développent leur éloquence par la fréquentation des grands discours.

DEVD31402**Séminaire de Département DEV***

En 2020-2021, 3 thèmes seront abordés

1. Le commerce et la ville de demain

Le commerce et la ville n'ont cessé d'être en interaction permanente depuis leurs origines conjointes, l'un contribuant à façonner l'autre. Aujourd'hui, l'urbanisation généralisée de l'humanité ainsi que les « transitions » numérique, écologique et sociétale contemporaines les interrogent tous deux, notamment au travers de l'évolution des modes de vie ainsi que celle des formes et des lieux du commerce. Si les sujets de ville, de l'immobilier commercial, du commerce et de la logistique sont présents dans plusieurs cours spécialisés de l'ESSEC, le commerce y est rarement abordé comme une activité économique en soi, et moins encore dans ses relations avec le milieu bâti et social urbain. L'objectif de ce cours est de combler ce manque, en apportant aux étudiants :

- Une connaissance spécialisée du secteur économique du commerce et de la distribution, de ses acteurs et modèles économiques et de ses mutations contemporaines ;

- Une compréhension des nouveaux enjeux de localisation du commerce dans l'espace urbain (mobilités, nouvelles centralités urbaines...) et de l'influence de l'aménagement urbain sur les attentes et comportements de consommation ;
- Un éclairage prospectif sur l'ampleur des impacts à venir des transformations numériques et écologiques conjointes de la ville et des modes de vie, appliquée à quelques domaines clefs d'innovation (bien-être et santé, alimentation, multifonctionnalité résidentielle...).

Ce cours intéresse donc un large panel des étudiants de l'ESSEC, notamment de diverses chaires ou filières (économie urbaine, immobilier, grande consommation, luxe, agrifood business...). Il est porté par la Chaire ESSEC-Ceetrus (chaire associée à la Chaire

d'économie urbaine) et fera intervenir des dirigeants d'entreprises emblématiques.

2. Négociation collective et Dialogue social**Transformer le savoir en action**

Savoir préparer, conduire, conclure et évaluer un processus de négociation collective en entreprise.

Faire preuve de leadership et d'esprit d'entreprise

Enrichir son futur travail de manager par la pratique d'un dialogue social loyal et efficient.

Exercer une influence positive sur la société

Maîtriser les principales dimensions d'un dialogue social de qualité, gage de performance et d'innovation dans l'entreprise, mais aussi de cohésion et de responsabilité au sein de la société.

3. Construire les territoires de demain : la conduite de grands projets d'équipements publics

Le séminaire « Construire les territoires de demain : la conduite de grands projets d'équipements publics » a pour objectif de permettre aux étudiants de d'appréhender comment les acteurs publics et privés collaborent pour concevoir, construire, financer puis mettre en œuvre les grands projets d'infrastructure qui structurent les territoires de demain.

Au travers de plusieurs cas d'études emblématiques, récents ou à venir, le séminaire aborde les différentes étapes, présente le jeu d'acteurs et propose des outils méthodologiques, juridiques et financiers permettant de réaliser ces projets complexes.

DEVE31102**Philanthropie : stratégies et impact**

La philanthropie désigne l'ensemble des financements privés pour l'intérêt général. Elle comprend donc les donateurs individuels, les entreprises mécènes, les fondations et toute autre forme organisée de don visant à résoudre des problèmes qui affectent nos sociétés. Si l'âge d'or de la philanthropie en

Europe remonte au 19e siècle, avant toute intervention systématique des Etats en matière de protection sociale, elle connaît un renouveau à l'échelle mondiale en ce début de 21e siècle. Financement participatif, philanthropie stratégique, capital-risque philanthropique (venture philanthropy) ou investissement à impact (impact investing) sont autant de nouveaux concepts qui questionnent les modèles de dons traditionnels. Ce cours donne aux étudiants toutes les clés pour comprendre le champ de la philanthropie, connaître ses principaux acteurs, maîtriser ses enjeux stratégiques et éthiques, et devenir demain des acteurs engagés dans la société.

DEVE31103

Philanthropy : Strategies and Impact

Philanthropy refers to private giving for public purposes and encompasses both informal and organized donations from individuals, corporations, and foundations. The 21st century is characterized by a renewal and growth of philanthropy worldwide. New concepts such as strategic giving, venture philanthropy, and impact investing challenge traditional modes of giving while strongly focusing on the impact of philanthropy.

This course has two main objectives for students:

- Understanding the field of philanthropy, its role in society, the stakes facing its actors, and recent evolutions.
 - Acquiring elementary skills and tools to create and manage philanthropic initiatives.
- Philanthropy refers to private giving for public purposes and encompasses both informal and organized donations from individuals, corporations, and foundations. It has a long and rich history in most human civilizations through the ages. In France and in other Western countries, the 19th century was considered as the “golden age” of philanthropic initiatives. But the 21st century is characterized by a renewal and growth of philanthropy worldwide. New concepts and

practices such as strategic giving, crowdfunding, venture philanthropy, and impact investing challenge traditional modes of giving while strongly focusing on outcomes and impact. This course offers students theoretical and practical tools to understand the field of philanthropy, its role in society, the stakes facing its actors, and recent evolutions.

DEVE31200

Droit et entrepreneuriat

L'objectif de ce cours est de permettre aux étudiants de s'approprier de manière concrète les différents aspects juridiques de la création d'une entreprise et de son développement. Ce cours s'inscrit dans la filière Entrepreneuriat et a vocation à compléter les enseignements déjà dispensés sur les autres aspects.

DEVE31201

Law and Entrepreneurship

The objective of this course is to provide a framework in which to understand different types of transactions, to consider the pros and cons of each structure, and to determine the most suitable structure for the business objectives of the parties. At the end of this course, the student should be able to, or should have improved his or her ability to:

- Prepare a global or regional plan for developing multinational markets for a company's products (only an introduction);
- Understand the attributes of a commercial agent;
- A distributor;
- A licensee for production, trademark use, or marketing and sales;
- A branch or subsidiary in another country – wholly or partially owned;
- A joint venture – either contractual or corporate – with a partner in another country;
- Consider the short-term versus long-term advantages of various relationships;
- Prepare a term sheet or heads of agreement for each of the relationships to be considered;

- Understand the process of bringing a transaction to closing and implementation following closing;
- Consider forms of dispute resolution – national courts, arbitration, mediation – governing law (including whether each country respects the rule of law) – and execution and collection of a judgment or award.

DEVE31210

Faire son business plan en Afrique

La croissance dans les pays africains est aujourd’hui en moyenne de 5% par an selon les organismes internationaux. Aujourd’hui 600 millions de personnes sont en âge de travailler en Afrique. Selon la Banque mondiale ils seront 1,2 milliards en 2040. Les administrations publiques (locales, nationales et internationales) et les grandes firmes multinationales ne seront pas en capacité d’offrir les postes suffisants et la situation actuelle montre à quel point les pays développés sont incapables de proposer les emplois nécessaires. La création d’entreprises sera donc une des axes prioritaires du développement du continent africain, moyen privilégié de créer de la valeur et de la richesse sur les différents territoires. C'est également par l'entrepreneuriat et la création d'entreprises que l'Afrique relèvera les grands défis de son développement qui sont l'industrialisation, de la digitalisation, de l'urbanisation, de l'éducation, de la santé, de l'accès aux services essentiels, de l'éradication de la pauvreté et de la prise en compte du développement durable, notamment dans le cadre de « l'économie verte et bleue ».

- 1) donner une signification aux notions d’entreprendre, de création de valeur et de création de valeurs partagées en Afrique
- 2) comprendre et prendre en compte les spécificités des eco systèmes entrepreneuriaux ;
- 3) appliquer les outils et démarches traditionnelles de l'entrepreneuriat telles que le Business Plan, le Buisness Model

Canvas, le lean start up et le design thinking au contexte africain ;

- 4) découvrir le processus Base of the Pyramid et élaborer des modèles économiques innovants.

DEVE31211

Entrepreneurship in Africa

Give meaning to the concepts of entrepreneurship, wealth creation and inclusive ventures in Africa

Understand and take into account the specificities of entrepreneurial ecosystems
Be able to use tools and approaches of entrepreneurship theory such as Business Plan, Business

Model Canvas, Lean Start Up and Design Thinking in the African context

Discover the Base of the Pyramid process and ideate innovate business models.

DEVE31268

Faire un business plan social

Comme toute nouvelle entreprise, une entreprise qui se lance avec une mission sociale a besoin d'un business plan soigneusement construit, permettant à l'entrepreneur de formaliser son projet et ses objectifs, sa stratégie, son business model et ses prévisions financières.

Pourtant, la création d'une entreprise sociale est spécifique par bien des aspects. Afin de prendre en compte ces spécificités, l'outil traditionnel du business plan doit être adapté. Ce cours fournit aux étudiants une méthodologie et une expérience pratique, par le biais de la construction en groupes de 4/5 étudiants du business plan social d'entreprises sociales réelles.

Au-delà, il permet aux étudiants de développer leurs compétences entrepreneuriales. Les étudiants qui envisagent de créer leur propre entreprise sociale auront la possibilité de démarrer leur projet à l'occasion de ce cours, les autres acquerront une précieuse expérience pratique en développement d'entreprise et plus largement de projet à vocation sociale.

A la fin du cours, les étudiants sauront :

- construire le business plan social d'un projet à vocation sociale
- présenter ce business plan par oral de manière valorisante à de potentiels partenaires
- évaluer de manière critique le business plan social d'une entreprise ou d'un projet à vocation sociétale.

DEVE31270

Social Entrepreneurship

Course given on the ESSEC campus in Singapore

Students reflect on the role of entrepreneurship in tackling social problems in an emerging market economy. Students develop a creative mind-set and put ideas into action. Students self-reflect and project themselves into the future.

In achieving these learning objectives, students will develop the following skills: cross-cultural communication through engaging with Filipino entrepreneurs and understanding their challenges; critical thinking through analysing the impact and efficacy of entrepreneurial solutions to social and environmental challenges; creative and innovative mindset in line with design thinking principles.

DEVI31129

Real Estate Economics

The objective of the course is to provide the basic principles of the real estate market analysis in order to evaluate the development, investment, valuation and financing, with a focus on corporate real estate and commercial property markets. The property markets indicators and the real estate investment decision has to be based on an accurate analysis of the property cycles. After an introductory theoretical part needed to provide basic tools, the course will include many case studies.

DEVI31130

Analyse des marchés et produits immobiliers

Ce cours de base apporte les concepts fondamentaux de l'analyse économique et financière des différents marchés immobiliers d'entreprise. Ce cours constitue notamment un prérequis recommandé pour le cours DEVI31254 *Investissements immobiliers* ou *DEVI31255 Real Estate Investments* et DEVI31256 *Management de l'immobilier de l'entreprise* ou *DEVI31257 Corporate Real Estate Management*. Le cours aborde les notions de base de l'analyse des marchés immobiliers d'entreprise (étude des principaux indicateurs, évolution des marchés, systèmes d'acteurs, etc.) et de l'investissement immobilier.

DEVI31233

International Property Market Analysis

This intensive course aims to give an understanding of real estate market analysis, in the broader context of global real estate investment, development and finance. This knowledge will help course participants to meet new challenges and opportunities in real estate markets across national borders.

DEVI31250

Montage d'opérations immobilières

Ce cours d'approfondissement aborde les pratiques du montage d'opérations immobilières et permet aux étudiants de disposer des notions de base permettant d'analyser un risque immobilier. L'étude de cas pratiques de bilans de promotion immobilière et la rencontre avec des acteurs de l'immobilier (promoteurs, asset managers, investisseurs et banquiers) donnent aux étudiants l'occasion d'appréhender l'état du marché français et ses tendances à moyen terme.

DEVI31251**Real Estate Development**

To give some clue to understand RE projects in order to evaluate properly the risk related to a forecast development.

The course wants to focus on the general points the students have to learn for the financial structuration (land & works phasis) of a development project. It will give an appropriate vocabulary to analyse a project. In each course, a few cases from real projects will be studied by the students in a practical.

DEVI31254**Investissements immobiliers**

Ce cours présente les spécificités de l'investissement immobilier. Il est dédié à l'analyse de la performance des actifs immobiliers (analyse du rendement, du risque) afin de gérer de façon efficiente les stratégies d'investissement, d'allocation d'actifs et d'asset management des acteurs immobiliers. Il est préférable que les étudiants aient des prérequis en finance ou aient suivi le cours DEVI31130 Marchés et produits immobiliers

DEVI31255**Real Estate Investments**

This course introduces students to the specificities of property investment and focusses on the principles, practices and techniques used by property investment managers and asset managers to manage real estate as income producing assets. It covers the components of real estate as an asset class, real estate market analysis, the determinants of real estate decision, risk and return in real estate as well as financial engineering applied to real estate investment. It is preferable that students have prerequisites in Finance or have taken the course DEVI31130 Marchés et produit immobiliers.

DEVI31256**Management de l'immobilier
de l'entreprise**

Le cours aborde tous les fondamentaux du management de l'immobilier d'exploitation du point de vue des Grands Utilisateurs. Second poste de dépenses après les salaires, l'immobilier représente un espace et un actif stratégique pour l'entreprise qui peut affecter lourdement ses résultats financiers. Le cours aborde notamment les notions de management des espaces de travail, les questions juridiques et financières relatives à l'occupation des immeubles par les grandes entreprises.

DEVI31257**Corporate Real Estate Management**

The course covers all the fundamental issues concerning corporate real estate management from the viewpoint of large business users. As a business organization's second biggest cost after that of staff, real estate represents a strategic space and asset whose management can have a significant effect on its financial performance. The course examines in particular the notions of workspace management as well as the legal and financial issues large corporate occupants of office buildings encounter.

DEVI31430**Séminaire d'application d'analyse
immobilière**

Pour les étudiants de la chaire ou non, plus particulièrement intéressés par l'économie et la finance immobilières, il est possible de travailler en binôme sur des thèmes d'application définis notamment avec les partenaires de la chaire Immobilier. Les travaux sont suivis à la fois par le professeur enseignant et par les commanditaires de la recherche.

DEVI31431**Real Estate Analysis Application Seminar**

For the course descriptive please consult the equivalent course DEVI31430.

DEVI31432**Séminaire de chaire Immobilier et Développement Durable**

Pour le descriptif, veuillez consulter le cours équivalent DEVI31433

Non programmé en 2020/2021.

DEVI31433**Real Estate Chair Seminar**

The **Chair seminar** involves weekly meetings with experts and professionals from the real estate industry which allow students to understand a wide range of issues and gain meaningful insights into how corporations operate. Business functions represented include operations, finance, asset management, mergers and acquisitions and consulting.

DEVN31130**Négociation et démocratie locale**

Le cours aborde les processus de décision publics en matière d'aménagement du territoire et de gestion des collectivités territoriales : projets, implantation d'équipements ou agrandissement d'infrastructures de gestion des déchets, transports en commun, aéroports, ports, etc. Ces processus de décision comptent parmi les plus complexes aujourd'hui, au sens où ils font intervenir de nombreux acteurs (représentants de l'Etat, des collectivités territoriales, des entreprises, des habitants, associations de défense de l'environnement, etc.) ayant chacun des intérêts et motivations de nature différente : que devient alors le concept d'Intérêt Général ? Peut-on encore opposer Intérêt Général et intérêts dits particuliers ? L'enjeu devient plutôt de permettre le dialogue, la concertation, la

négociation entre acteurs et de favoriser la recherche commune de solutions.

Aussi ces processus de décision sont-ils des terrains de négociation et concertation privilégiés.

DEVN31140**Atelier de négociation**

- Gérer les dimensions et tensions liées aux personnes, aux processus et aux problèmes de fond en négociation ;
- Accroître les compétences analytiques et interpersonnelles des participants aux négociations ;
- Aider les participants à mieux préparer, conduire et rendre compte des négociations, les leurs et celles des autres.
- Développer les compétences d'écoute et de parole actives ;
- Elaborer des stratégies pour les négociations internes et externes aux organisations ;
- Prendre conscience des facteurs de succès et d'échec en négociation ;
- Maîtriser les concepts et outils de l'ouvrage Méthode de Négociation (2010).

DEVN31141**Negotiation Workshop**

- Understanding the dimensions and tensions relating to people, process and problems in negotiation;
- Developing the participants' analytical and interpersonal skills in negotiation;
- Helping participants better prepare, manage and debrief negotiation sessions, theirs and those they witness;
- Increasing their competencies in active listening and speaking;
- Elaborating strategies for negotiations within and outside their organization; Raising awareness of success and failure factors in negotiation;
- Managing the tools and concepts of The First Move. A Negotiator's Companion (2010).

DEVN31230**Géopolitique et grands enjeux de la mondialisation**

Ce cours a pour objectif de fournir aux étudiants les clefs de compréhension des grandes transformations à l'œuvre dans les relations internationales contemporaines. Il souligne les grandes lignes d'infexion du système international et des rapports internationaux depuis la fin de la guerre froide. Il permettra aussi d'étudier les transformations qui ont profondément modifié l'environnement des grandes entreprises et des activités économiques en général.

Outre le basculement du monde opéré par les puissances émergentes, le cours mettra l'accent sur les nouveaux enjeux autour du contrôle des ressources, du cyberspace et de l'environnement.

Le cours se conclura sur le sens et les orientations de la globalisation économique et les tensions et crises inhérentes à la mondialisation.

DEVN31241**Advanced Negotiation Workshop**

- Implementing, and going beyond, the key learnings of the Negotiation Workshop (Atelier de négociation) which constitutes a prerequisite for this one.
- Overcoming deadlocks and stalemates in complex negotiations.
- Managing effectively multilateral negotiations.
- Increasing participants' competencies in intercultural negotiations.
- Knowing better the psychological and tactical sources of influence in negotiation.
- Being an effective analyst of real-life business negotiations.

DEVN31251**Geopolitics Focus Africa**

Given on the ESSEC Campus in Rabat.

This course aims at giving students key elements to understand world politics, the

way the international system (UN, International Organizations, States and non-State actors...) is organized and the dissemination of power among nations. Foreign policy of the United States, China and the European Union will be underlined. But the seminar will mainly highlight the place, the role and the importance of Africa in the process of globalization.

DEVN31262**Atelier de médiation**

- Prendre conscience du rôle de la médiation dans la gestion des conflits – des interactions familiales au contexte international, en passant par la vie quotidienne des organisations.
- Mettre en œuvre les principes et outils du médiateur.
- Développer une méthode efficace de facilitation et de responsabilisation, de structuration des principes et des étapes, de questionnement et d'écoute, de créativité et de création de valeur.
- Maîtriser les concepts et outils pour comprendre le périmètre de la médiation, ses principes structurants, son processus, ses techniques pour approfondir le passé et développer des pistes de solution pour le futur.
- Surmonter des pièges possibles dans la recherche d'un accord et dans la restauration d'une relation.
- Prendre la mesure des défis éthiques de la médiation.

DEVN31263**Mediation Workshop**

- Illustrating the role of mediation in conflict management – from family disputes to international crises, via the daily life of organizations.
- Putting into practice the mediator's principles and tools.
- Developing an efficient method of facilitation and empowerment, structured around principles and steps, including

questioning and listening, creativity and value creation.

- Mastering the concepts and tools necessary to understand the perimeter of mediation, its structuring principles, its process and the techniques necessary to address past issues and develop possible solutions for the future.
- Overcoming possible traps on the way toward settlement and reconciliation.
- Assessing the ethical challenges of mediation.

DEVN31300

Dialogue entre parties prenantes et co-développement dans les pays émergents

La contribution des entreprises, en particulier des multinationales, au développement des zones, notamment de grande pauvreté, où elles mènent des opérations est un sujet controversé : de quoi faut-il rendre les entreprises responsables ? Quelles sont leurs responsabilités vis-à-vis de quelles parties prenantes ? Comment mesurer la qualité de cette interaction, et trouver des pistes d'amélioration du dialogue entre parties prenantes afin de prévenir les conflits et favoriser les logiques coopératives ?

A partir d'une typologie des différents domaines de responsabilité des entreprises (économique et financière, sociale, sociétale et environnementale, politique), le cours s'efforcera de mettre en évidence les conditions d'un dialogue fécond entre parties prenantes et d'une contribution pérenne des entreprises au développement local, aussi bien que national et mondial. Les analyses théoriques s'appuieront sur des enquêtes qualitatives et quantitatives réalisées dans le cadre du programme CoDev auprès des filiales de différents groupes dans des pays du Sud (Total au Nigeria, Rio Tinto Alcan au Ghana, Veolia et Michelin en Inde, Danone en Indonésie et au Mexique) dans le cadre de partenariats avec ces entreprises ainsi qu'avec des ONG (CCFD) et agence publique de développement (AFD). Le cours vise à fournir

des outils théoriques aussi bien qu'à visée opérationnelle aux étudiants, en vue de renforcer leurs capacités de management responsable dans des marchés complexes.

DEVN31301

Companies and Sustainable Development: Ethics, Business and Corporate Responsibilities

The business world is currently undergoing a paradigm shift. Companies are being asked to collaborate with governments, civil societies and academics to tackle global issues such as climate change, energy efficiency, access to health. The concept of corporate responsibilities illustrates the role and duties of companies within society at large. Provided that they genuinely want to manage their responsibilities, companies have to deal with numerous ethical dilemmas. How can companies assess their responsibilities? How do they deal with their ethical dilemmas? Addressing these questions and providing the right answers cannot be done by relying purely on business sense. Teaching and training are essential. It is also essential to get back to the philosophical roots of ethics. With the help of business cases from the field research of the CODEV Research program (ESSEC-IRENE) conducted in emerging markets (Nigeria, India,...), the following course will provide a **solid analytical framework to identify and manage corporate responsibilities and ethical dilemmas**.

DEVN31401

Negotiate Business Deals in China: A Cross-Cultural Perspective

Given on the ESSEC Campus in Singapore

- Understanding how culture impacts the negotiator's behavior
- Knowing negotiation and -communication tensions inherent to a cross-cultural environment
- Developing operational responses, both in the preparation of negotiations, and at the negotiation table

- Having comprehension of the historical and cultural context influencing Chinese negotiating behaviors
 - Learning how Chinese people communicate and decode what they really want to say
 - Gaining the knowledge about how to influence Chinese people and their organizations: 5 key words and 12 negotiation implications
 - Knowing the motivations and interests Chinese people value, the negotiation strategies and tactics used the most often in the Chinese business world.
- 2- Les politiques de défenses mises en œuvre pour s'adapter à ce contexte (formulation des besoins capacitaires : la demande)
- 3- Les industries répondant à cette demande, sur le plan national comme à l'exportation (l'offre)
- 4- La gestion des contraintes budgétaires présidant à cette rencontre entre l'offre et la demande (économie de défense).

DEVN31420

Séminaire de département

En 2020-2021, le thème abordé sera

Géopolitique et Industrie de défense

Le domaine de la défense peut faire l'objet d'une approche par la pensée stratégique (les œuvres de stratèges, historiens ou chefs de guerre), par la géopolitique (le contexte international dans lequel la défense doit être mise en œuvre), mais également par les aspects à la fois financiers et techniques qui président à la formulation et à l'exécution de cette politique publique.

Cette dimension, moins étudiée, est pourtant la plus pratique, la plus concrète. Elle concerne directement de nombreux responsables chargés de fournir des systèmes d'armes, de gérer les contraintes à la fois politiques et économiques qui accompagnent cette activité, sur l'exportation, sur le développement de technologies liées directement ou indirectement à la sphère de défense.

Cet enseignement se propose de venir compléter utilement les éléments par ailleurs enseignés en matière de géopolitique, pour se focaliser sur le savoir-faire bien particulier relatif aux industries d'armement et l'économie de défense.

Le cours englobe quatre dimensions distinctes, qui seront abordées ici :

- 1 - Les exigences nouvelles du contexte international en matière de besoins capacitaires sécuritaires,

Les professeurs du département / Faculty Department Members

Pôle Droit / Law



Viviane de BEAUFORT
A l'ESSEC depuis 1992



Jacques DELGA
A l'ESSEC depuis 1990



Olivier de TISSOT
A l'ESSEC depuis 1984



Hugues BOUTHINON-DUMAS
A l'ESSEC depuis 2008



Geneviève HELLERINGER
A l'ESSEC depuis 2006



Marco Claudio CORRADI
A l'ESSEC depuis 2020



Veronika KOROM
A l'ESSEC depuis 2018

Pôle Environnement de l'Entreprise / *Business Environment*



Laurence de CARLO
A l'ESSEC depuis 1994



Patrice NOISETTE
A l'ESSEC depuis 2011



Thierry SIBIEUDE
A l'ESSEC depuis 1996



Aurélien COLSON,
A l'ESSEC depuis 2005



Anne-Claire PACHE
A l'ESSEC depuis 2010



Marwan SINACEUR
A l'ESSEC depuis 2015



Artur GAUTIER
A l'ESSEC depuis 2019



Alain SALLEZ
A l'ESSEC depuis 1969



Franck VALLERUGO
A l'ESSEC depuis 2000



Ingrid NAPPI
A l'ESSEC depuis 1995

Les chargés de cours / *Adjunct Lecturers*

Cette liste est donnée sous réserve de changements.

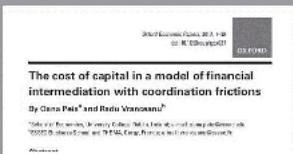
Pôle Droit

Anne-Sophie BARTHEZ – Anne-Cécile BERNET – Eric BOURLION – Emmanuel BREEN – Olivier CAHN – Frederick DULLES – Hervé DUPONT – Fabrice EPSTEIN – Roxana FAMILY – Eric FOUCHE – Marie-Hélène GAMBIER – Constance de GARIDEL – Bruno GIRARD – François GORDON – Yves-René GUILLOU – Olivier HUYGHUES-DESPONTEES – Dominique KRIEF – Florence LETESSIER – Gilles LHUILIER – David LUSSIGNY – Michèle MERGUI – Ishem METIDJI – Marc-Philippe MONTEIL – Fabrice NAFTALSKI – Silke ROCHELOIS – Thibaut de SAINT SERNIN – Franck SEKRI – Nicolas SPITZ – Emmanuel DAOUD – Nicolas BAIETTO – Aurélien CHARDEAU – Katrin DECKERT – Alexandre AVRILLON – Matthieu CHAVANNE – Benoit HUET – Judith LAVEDRINE – Cosima OUHIOUM – Louis JANICOT – Edouard SIMON

Pôle Environnement de l’Entreprise

Eric ARDOUIN – Imen BENHARDA – Linda BENRAÏS – Hervé BOURDAIS – Ta-Wei CHAO – Laure COLLIEIX – Thierry GADAUD – Frédéric KLETZ – Séverine LEBRUN-KUAN – Trinh LEDUYEN – Joseph MAÏLA – Francesco MARCHI – Cécile RENOVAR – Damien ROBERT – Fahimeh ROBIOLLE – Anne-Lise RODIER – Frans SCHRAM – Elodie PARIER – Guy KAUFFMANN – Edouard DEQUEKER – Antoine MEFFRE – Hélène CLOEZ – Sidonie FRAICHE-DUPEYRAT – Matias KALFON – Chloé JAILLARD

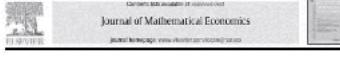
Economie / Economics



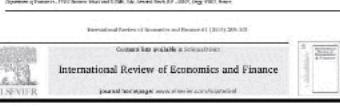
The cost of capital in a model of financial intermediation with coordination frictions
By Gianna Pata^a and Radu Vrinceanu^b

^aState University of New York at Albany, NY, USA; ^bUniversité de Grenoble, France

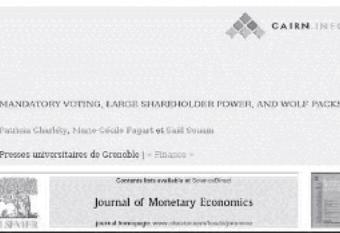
Journal of Financial Economics 125 (2013) 139–156



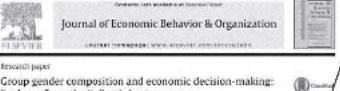
Journal of Mathematical Economics
Contents lists available online at ScienceDirect
journal homepage: www.elsevier.com/locate/jmateco



International Review of Economics and Finance
Contents lists available online at ScienceDirect
journal homepage: www.elsevier.com/locate/intrec



CAIRN INFO
MANDATORY VOTING, LARGE SHAREHOLDER POWER, AND WOLF PACZESKI
Patricia Cladély, Marie-Cécile Fagart et Gérald Suryan
Présses universitaires de Grenoble | EDIMMO |



Journal of Economic Behavior & Organization
Contents lists available online at ScienceDirect
journal homepage: www.elsevier.com/locate/jebo



The RAND Journal of Economics
Original Article
Extracting information or resource? The Hotelling rule revisited under asymmetric information
David Martínez-Gómez, Jérôme Peugy, Francesco Ricci

First published: 02 May 2018 | <https://doi.org/10.1111/rje.12233>

THE IMPACT OF TRADE AGREEMENTS ON CONSUMER WELFARE—EVIDENCE FROM THE EU COMMON EXTERNAL TRADE POLICY

Giuseppe Bertlaffer^a Holger Breinlich^b
^aESSEC Business School and CEP
^bStern Business School, University of Nottingham and CEP

European Economic Review 105 (2018) 161–188



European Economic Review
Contents lists available online at ScienceDirect
journal homepage: www.elsevier.com/locate/eurev

Current account and real exchange rate changes: The impact of trade openness^a

Davide Rovelli^{a,b}, Cristina Tere^{a,c}, Ana Vrancicic^c

^aIDEI, Université de Toulouse, Toulouse, France
^bINRA, Paris, France
^cUniversitat de València, Valencia, Spain

Journal of Business Venturing 32 (2017) 101–118



Journal of Business Venturing
Contents lists available online at ScienceDirect
journal homepage: www.elsevier.com/locate/jbusvent

Language and market activity for women entrepreneurship: the case of microfirms^a

Alessio Dossena, Paola Moresco, Barbara Saccoccia, Ivana Gao, Odile Shaver

^aOpen University, Milton Keynes, UK; ^bScuola Superiore Salesiani, Genova, Italy; ^cUniversity of Padova, Padova, Italy

THE NATURE OF GOODS AND THE GOODS OF NATURE
Why anti-globalisation is not the answer

Eustafia Santacreu-Ustut and Tom Gamble

Professeur responsable de département / *Department Head* : Patricia CHARLÉTY-LEPERS
Assistante : Cindy ESNAULT

La science économique a pour objectif d'étudier les choix des individus et des organisations en fonction du contexte des marchés et les « équilibres » qui en résultent. Pour bien comprendre l'évolution d'un secteur de l'économie dans laquelle ils s'insèrent et les conséquences des interventions des pouvoirs publics, les dirigeants doivent être initiés aux méthodes d'analyse de la discipline.

Le département économie offre une solide initiation à ces méthodes d'analyse, ancrée dans les travaux de recherche de ses professeurs. Le département est affilié au centre de recherche THEMA CNRS.

En Master, le cours fondamental obligatoire d'Economie managériale (*Business Economics*) vise à présenter de façon plus approfondie les stratégies (différenciation, tarification...) des entreprises dans différentes structures de marché en liaison avec le contexte légal. Les cours d'option permettent l'approfondissement de différents domaines généralement liés aux spécialisations des professeurs : Monnaie et banque, Economie du travail, Macroéconomie approfondie, Economie internationale, etc.

Une filière Economie est proposée aux étudiants intéressés par une carrière dans le conseil, les institutions internationales de régulation économique, financières et bancaires ou envisageant de poursuivre des études doctorales.

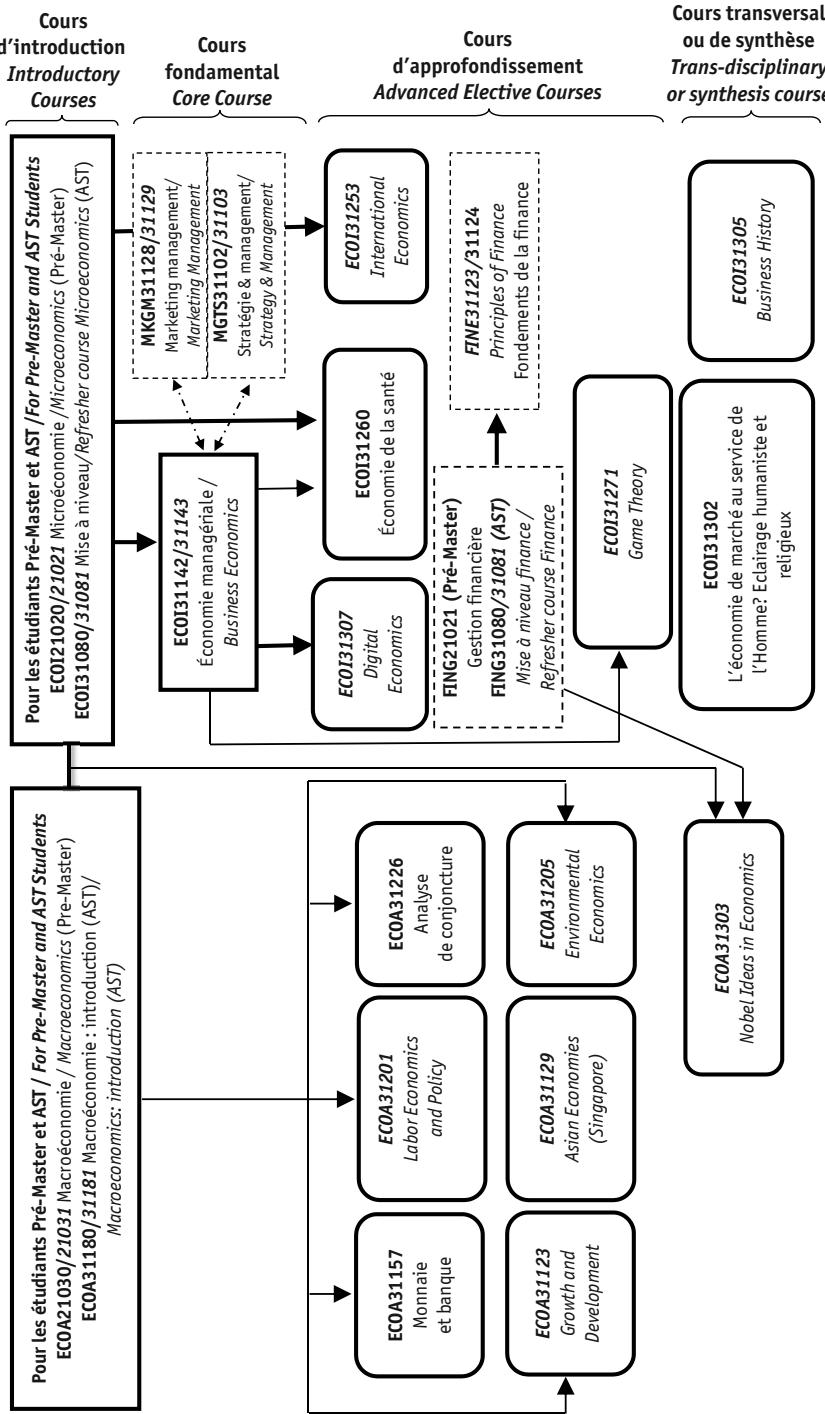
Sous certaines conditions, il est possible de remplacer la dernière année du Master par la première année de PhD Economics en vue d'obtenir le Master 2 en Economie simultanément au diplôme ESSEC (voir le chapitre « Spécialisations »).

Economics studies the choices of individuals and organizations given the market conditions and the resulting "equilibria". To understand the trends of any economic branch in which they are involved and the consequences of government intervention, managers must have a good command of key principles of economic analysis.

*The Economics Department provides a solid training in these methods, grounded in the steady research output delivered by its faculty members. The Department is affiliated to the CNRS THEMA Research Center. The required core course for the Master program, *Business Economics*, takes a closer look at product differentiation, pricing, and other business strategies in different market structures in conjunction with the legal environment. Optional courses provide further study in a variety of fields generally connected with areas of faculty specialization, including Money and Banking, Labor Economics, Advanced Macroeconomics, International Economics...*

An Economics Track is offered for students interested in a career in international organizations, economics research institutions, regulatory organisations, consulting, or for students who are planning to pursue doctoral studies.

Under certain circumstances, a student may replace the last year of the Master in Management with the first year of the PhD in Economics in order to receive a Master 2 in Economics at the same time as the ESSEC MSc in Management (See chapter "Specializations").



MACROECONOMIE / MACROECONOMICS (ECOA)	Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoires / Mandatory prerequisite(s)	Prérequis Recommandé(s) / Recommended Prerequisite(s)	Equivalent(s) / Equivalent(s)
Cours de base / Basic courses				
ECOA31180	Macroéconomie : introduction	R. Vraneanu		ECOA31181 or ECOA31030 or ECOA31031
ECOA31181	Macroeconomics: introduction	R. Vraneanu		ECOA31180 or ECOA31030 or ECOA31031
Cours de gestion / Management courses				
ECOA31123	Growth and Development	E. Santacreu-Vasut		ECOA21030 or ECOA21031 or ECOA31180 or ECOA31181
ECOA31129	Asian Economies (Singapore)	J. Lim		
ECOA31157	Monnaie et banque	A. Fourçans		
ECOA31201	Labor Economics and Policy	R. Vraneanu		ECOA21030 or ECOA21031 or ECOA31180 or ECOA31181 or ECO131080 or ECO131081
ECOA31205	Environmental Economics	E. Santacreu-Vasut		ECOA21030 or ECOA21031 or ECOA31180 or ECOA31181
ECOA31226	Analyse de conjoncture	R. Vraneanu, M. Guyot		ECOA21030 or ECOA21031 or ECOA31180 or ECOA31181
ECOA31303	Nobel Ideas in Economics	P. Charlety-Lepers		ECOA21030 or ECOA21031 or ECOA31180 or ECOA31181 and FING21021 or FING31080 or FING31081 and ECO121020 or ECO121021

*In italics, courses taught in English.
Chaque cours représente au total de 25 heures de cours et donne lieu à 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.
Each course represents a total of 25 contact hours and awards 1 credit (UV), unless otherwise stated in the course outline.*

MICROECONOMIE / MICROECONOMICS (ECO1)	<i>Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)</i>	<i>Prérequis obligatoires / Mandatory prerequisites(s)</i>	<i>Prérequis Recommandé(s) / Recommended Prerequisite(s)</i>	<i>Equivalent(s) / Equivalent(s)</i>
Cours de mise à niveau / Refresher course (Réserve aux étudiants admis sur titre / Reserved for the AST students)				
EC0131080	Mise à niveau Microéconomie	G. Celik		EC0131081 or EC0121020 or EC0121021
EC0131081	Refresher Course Microeconomics	G. Celik		EC0131080 or EC0121020 or EC0121021
Cours fondamental / Core course				
EC0131142	Economie managériale	W. Sand-Zantman	EC0121020 or EC0121021 or EC0131080 or EC0131081	EC0131143
EC0131143	Business Economics	W. Sand-Zantman	EC0121020 or EC0121021 or EC0131080 or EC0131081	EC0131142
Cours de gestion / Management course				
EC0131253	International Economics	G. Berlingieri	EC0121020 or EC0121021 or EC0131080 or EC0131081	IDS331161 EC0131252
EC0131260	Economie de la santé	K. Laminaud	EC0121020 or EC0121021 or EC0131080 or EC0131081	EC0131142 or EC0131143
EC0131271	Game Theory	G. Celik		EC0131142 or EC0131143
EC0131302	Éco. au service de l'Homme ?	P. Charlety-Lepers		
EC0131305	Business History	E. Santacieu-Vasut		
EC0131307	Digital Economics	W. Sand-Zantman	EC0131142 or EC0131143	
EC0531121	African Economies (Rabat)	F. Jenny		
Séminaire / Seminar				
EC0131421	Department Seminar in ECO	P. Charlety-Lepers		

In italics, courses taught in English.
Chaque cours représente au total de 25 heures de cours et donne lieu à 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.
Each course represents a total of 25 contact hours and awards 1 credit (UV), unless otherwise stated in the course outline.

ECOA31123**Growth and Development**

This course studies the long run determinants of economic growth and development. In the first part, we study the core macroeconomic theories of economic growth. We apply these to study the East Asian growth miracle. In the second part, we focus on the role of institutions for economic development. In particular, we study how political, financial and legal institutions help or hamper growth. In the third part, we study the interaction between economic growth and broader aspects of society, such as inequality, poverty and the environment.

ECOA31129**Asian Economies*****Given on the ESSEC Campus in Singapore.***

Over the last two decades, Asian economies have experienced robust economic activity and investment, underpinned by the combination of a highly favourable external environment and a buoyant domestic demand, in particular as a result of significant strength in business investment in many economies in the region.

This course will introduce students to the economic, political, and socio-cultural theories and frameworks for understanding the context of business in Asian economies, and the application of contextual knowledge to the decision-making processes of companies operating in the region.

The course aims to provide participants with a framework, using Asian economies, for understanding the fundamentals of international business, from its roots in environmental intelligence on national environments, to the role of governments in encouraging and facilitating governments for enterprise. Through these, students are to develop a more holistic understanding of Asian economies, and Asian business.

By the end of this course, participants will be able to obtain a deeper understanding of the political, economic, and socio-cultural systems in Asian economies, and internalize

the role of political and socio-cultural factors in Asian business.

ECOA31157**Monnaie et banque**

Ce cours d'économie monétaire analyse les théories monétaires et leurs applications pratiques pour nos économies modernes. La méthode proposée – qui fait le lien entre la théorie et la politique monétaires et plus généralement, la politique économique – permet une compréhension conceptuelle et pratique des grandes questions monétaires et macroéconomiques d'aujourd'hui.

ECOA31180**Macroéconomie : introduction**

Réserve exclusivement aux étudiants AST.

Cours suivi avec les étudiants du cycle Pre-Master (ECOA21030/21031).

Ce cours initie les étudiants aux représentations théoriques du fonctionnement de l'économie générale et des moyens de la politique économique, dans le cadre de l'intégration européenne et de l'ouverture internationale. L'accent est placé sur les modalités des politiques budgétaires et monétaires, sur les mécanismes par lesquels elles influencent les variables et les indicateurs fondamentaux : prix, salaires, activité, taux d'intérêt, taux de change, etc. Ces notions constituent un socle de connaissances pertinentes pour l'analyse critique du contexte économique dans lequel les futurs managers seront amenés à prendre leurs décisions.

ECOA31181**Macroeconomics : introduction**

This course is only for the AST students and also followed with the Pre-master students (ECOA21030/21031).

For the course description please consult the equivalent course ECOA31180.

ECOA31201**Labor Economics and Policy**

Recent large macroeconomic crises have shown that an efficient organization of the labor market can help absorbing shocks and overcoming economic stress. High unemployment rates, affecting mostly the youth and the unskilled persons, high rates of long-term unemployment, modest job creation dynamics are still at work in many developed and emerging economies. Furthermore, wages tend to move in disconnect with the business cycle, and globalization and technology are affecting the distribution of income in disrupting ways. Population aging and migratory flows creates new challenges for labor market policy. This course addresses these issues building on the key models of labor market analysis. Empirical studies that back (or falsify) theories will be brought into the picture. The purpose of the analysis being to provide students with tools to develop their own critical assessment of the labor market situation in different countries, and to understand the policy reforms implemented or needed. The class should be of interest to future managers aiming to improve their understanding of the macroeconomic environment, to students interested in careers in international economic organizations, or in macroeconomic advice and research. Students should have basic quantitative skills; ideally they have already taken a macroeconomics class.

ECOA31205**Environmental Economics**

The objective of the course is to introduce the students to the challenges and opportunities posed by the management of energy and its link to environmental issues. Combining energy economics with environmental economics, we study energy in terms of strategic, institutional and social aspects using the tools of economic theory.

ECOA31226**Analyse de conjoncture**

Ce cours constitue un approfondissement de l'enseignement en macroéconomie et économie internationale.

Son objectif est d'initier les étudiants au métier d'analyste de conjoncture (banques, sociétés de bourse, organisations internationales).

Une partie du cours est consacrée à l'étude des politiques économiques. Pendant le trimestre les étudiants sont censés suivre de près l'actualité économique.

On présentera des techniques de recherche d'informations économiques sur internet, d'utilisation et d'analyse des bases de données économiques et les grandes règles économiques.

L'évaluation se fera sur un examen final et sur la base de rapports de conjoncture (pays ou actualité macroéconomique) que les étudiants présenteront pendant les séances. Normalement, les étudiants souhaitant s'inscrire ont déjà suivi un cours de Macroéconomie.

ECOA31303**Nobel Ideas in Economics**

This course will introduce the contributions of a selection of Nobel Prize laureates in economics. The course is organized via "team work." This team includes faculty members from the economics department and from other departments such as the Finance department and IDS department.

Each lecture will be taught by a different professor who will present the contribution of a different Nobel Prize winner.

ECOI31080**Mise à niveau Microéconomie**

Réserve aux étudiants AST.

Dans ce cours, nous étudions les éléments fondamentaux de l'analyse microéconomique, en mettant l'accent sur les marchés concurrentiels. La présentation de la théorie sera systématiquement illustrée par des applications aux décisions économiques.

ECOI31081**Refresher Course Microeconomics**

Reserved for the AST students.

Given on the ESSEC Campus in Cergy and Singapore.

This course will cover the fundamentals of microeconomics with a focus on competitive behavior. Both theory and its applications to economic decisions are stressed.

ECOI31142**Economie managériale**

Les décisions des dirigeants doivent se fonder sur une bonne connaissance de l'environnement économique de l'entreprise, défini au sens large comme un cadre légal et social, la structure du secteur, et un contexte d'ouverture internationale. Le cours d'Economie managériale fournit aux étudiants des outils analytiques issus de la microéconomie traditionnelle et de l'économie industrielle, qui leur permettront d'analyser de manière critique les faits stylisés et de mieux comprendre les enjeux de leurs futures responsabilités. Il est vivement conseillé d'acquérir ces notions au début du cursus de MiM. Une connaissance préalable de la microéconomie est supposée.

ECOI31143**Business Economics**

Management decisions should rest upon a clear perception of the firm's economic environment broadly understood as comprising a social and legal framework, a branch competitive situation, and an open international context.

The course in Business Economics aims at providing students with relevant analytical tools derived from the existing tradition in microeconomics and industrial organization and with some of their real world illustrations, enabling them to build up lucid interpretations of the main facts, scope and circumstances of their future responsibilities. It is highly recommended to attend the course at the beginning of the Master cycle. The

course will assume knowledge of microeconomics at the undergraduate level.

ECOI31253**International Economics**

This course offers an introduction to international trade theory and develops the main tools for trade policy analysis. We start by studying the patterns of trade distinguishing between inter-industry and intra-industry trade flows. We then proceed to an in-depth analysis of the causes and the effects of those flows based on the concepts of absolute and comparative advantage, relative factor abundance and relative factor intensity, increasing returns to scale and imperfect competition. Finally, we will explore the effects of trade on economic growth and wage inequality, discuss the role of multinational corporations and foreign direct investment, and analyze countries motives for regulating international trade.

ECOI31260**Economie de la santé**

Ce cours applique les outils de l'analyse économique au marché des biens de santé.

Les objectifs du cours sont de :

- Permettre une meilleure compréhension des problèmes liés au financement et à la réforme des systèmes de santé auxquels font face les pays de l'OCDE.

- Montrer l'intérêt de l'analyse économique (en particulier des outils microéconomiques et économétriques) pour la compréhension du marché de la santé.

A la fin du cours les étudiants seront capables :

- D'appliquer des théories économiques à des situations concrètes liées au marché de la santé.

- D'analyser des données qualitatives et quantitatives dans le domaine de la santé.

ECOI31271**Game Theory**

This course aims to provide a systematic introduction to game theory, the study of strategic interactions among "rational" decision-makers.

Game theory proved to be a useful tool in helping us understand situations involving conflict and/or cooperation.

It has been successfully applied in economics, finance, political science, law, and biology. Today, game theory is a crucial instrument in the toolbox of anyone interested in multi-person interactions taking place in markets, firms, and other institutions.

ECOI31302**L'économie de marché au service de l'Homme ? Éclairage humaniste et religieux**

L'objectif de ce cours est de mettre en perspective les principes de l'économie de marché avec ses apports pour l'Homme. L'économie de marché et ses modèles ont permis un développement matériel immense, mais la question de son apport sur le développement humain reste posée.

ECOI31305**Business History**

The objective of this course is to draw lessons from business history in the fields of:

- 1) Entrepreneurship, innovation and growth strategies;
- 2) Management and corporate structure;
- 3) Consumption and marketing techniques;
- 4) Banking and corporate finance.

The course is not a finance course, nor a strategy course, nor a marketing course but it allows the students to draw on their competencies within these areas.

Students can also expect to appreciate the concept of globalization and the interaction of business activities with various national and international environments stretching back to the ancient period.

ECOI31307**Digital Economics**

The objective of this course is to provide an economic analysis of digital markets, and to study the impact of digitalization on firms' strategy.

This analysis will focus on two major dimensions: the analysis of platforms and two-sided markets on the one hand, the role of information in markets on the other hand. This will lead us to discuss the concepts of network effects, price discrimination, privacy, search cost, but also the debates on credibility and trust, intellectual property and competition in the digital world.

At the end of the course, students will be able to understand the strategic choices of digital firms (price, product, alliances, mergers, ...) but also their consequences on consumers and society as a whole.

ECOI31421**Department Seminar in ECO**

Various topics are covered during this seminar, depending on the professor. The seminar corresponds to a cours in terms of length and grants credit. It is oriented towards research objectives.

ECOS31121**African Economies*****Given on the ESSEC Campus in Rabat***

This course is designed to give the students an understanding of the main economic issues in Africa and of the perspectives of the continent with respect to economic development.

Les professeurs du département / Faculty Department Members



Giuseppe BERLINGIERI
A l'ESSEC depuis 2015



Anastasios DOSIS
A l'ESSEC depuis 2013



Karine LAMIRAUD
A l'ESSEC depuis 2010



Gorkem CELIK
A l'ESSEC depuis 2009



André FOURÇANS
A l'ESSEC depuis 1974



Jamus Jerome LIM
A l'ESSEC depuis 2018



Patricia CHARLÉTY-LEPERS
A l'ESSEC depuis 1985



Marc GUYOT
A l'ESSEC depuis 2007



Jérôme POUYET
A l'ESSEC depuis 2017



François CONTENSOU
A l'ESSEC depuis 1972



Frédéric JENNY
A l'ESSEC depuis 1972



Wilfried SAND-ZANTMAN
A l'ESSEC depuis 2020



Estefania SANTACREU-VASUT
A l'ESSEC depuis 2010



Radu VRANCEANU
A l'ESSEC depuis 1994



Cristina TERRA
A l'ESSEC depuis 2015



Fan WANG
Campus de Singapour
A l'ESSEC depuis 2020

Les chargés de cours / *Adjunct Lecturers*

Cette liste est donnée sous réserve de changements.

Thierry AIMAR - Catherine BILLARD - Xavier CARON - Arnaud FÉRAL - Sébastien LEMEUNIER -
Philippe MACHOVER - Rodriguo PAILLACAR

Finance / Finance

ScienceDirect

Journal of Financial Markets

Transparency matters: Price formation in the presence of order preferring

Lionel Le Demer^{a,*}, Charles V. Rosen^b

^aESSEC Business School, Paris, France; ^bUniversity of California, Berkeley, CA, USA

ScienceDirect

Journal of Financial Markets

A stable estimator of the information matrix under EAI for dependent data

Wolfgang Karl Härdle^a, Michael Steland^b

^aDepartment of Finance, WU, Vienna University of Economics and Business, Vienna, Austria; ^bChair of Statistics, Institute of Mathematics, University of Regensburg, Regensburg, Germany

Comprendre

Comment utiliser les indicateurs à la Bourse agricoles

Roland Portait
Patricia Charlety
Denis Dubois

Local ownership as private information: Evidence on the monitoring-liquidity trade-off^{a,b}

José Miguel Gómez^a, Massimo Marinelli^b

^aUniversidad de los Andes, Bogotá, Colombia; ^bSant'Anna School of Advanced Studies, Pisa, Italy

Journal of Financial Economics

International Review of Law and Economics

Editor: Avery W. Katz, Claus Oxenhandler

Fusai - Roncoroni

Implementing Models in Quantitative Finance: Methods and Cases

Florin AFTALION La Nouvelle Finance et la Gestion des Portefeuilles

ROLAND PORTAIT - PATRICE PONCET FINANCE DE MARCHÉ

Edizioni
France Agricole

DALLOZ

Professeur responsable de département / *Department Head* : François LONGIN

Assistants / *Assistants* : Esther BONVILLE, David BOYER, Aurore MAUCOLIN,

<http://www.essec.fr/professeurs-et-recherche/les-departements/finance.html>

Le département Finance de l'ESSEC propose aux étudiants un ensemble de cours qui leur permet d'atteindre trois objectifs.

Premièrement, se familiariser avec l'univers de la finance – son langage, ses institutions, les problèmes soulevés par cette discipline et les solutions qu'elle propose. Deuxièmement, assimiler les fondements théoriques de la finance en maîtrisant les modèles de prise de décision étudiés et en comprenant leurs limites. Finalement, acquérir des connaissances pratiques et institutionnelles qui aideront les étudiants à s'insérer dans la vie professionnelle.

Le département Finance considère la partie théorique de l'enseignement comme fondamentale car constituant le meilleur moyen pour améliorer la compréhension des phénomènes réels et la qualité des prises de décision.

Le département offre une filière Finance qui récompense les étudiants ayant validé une sélection de cours à Cergy et/ou à Singapour (voir chapitre « Spécialisations »).

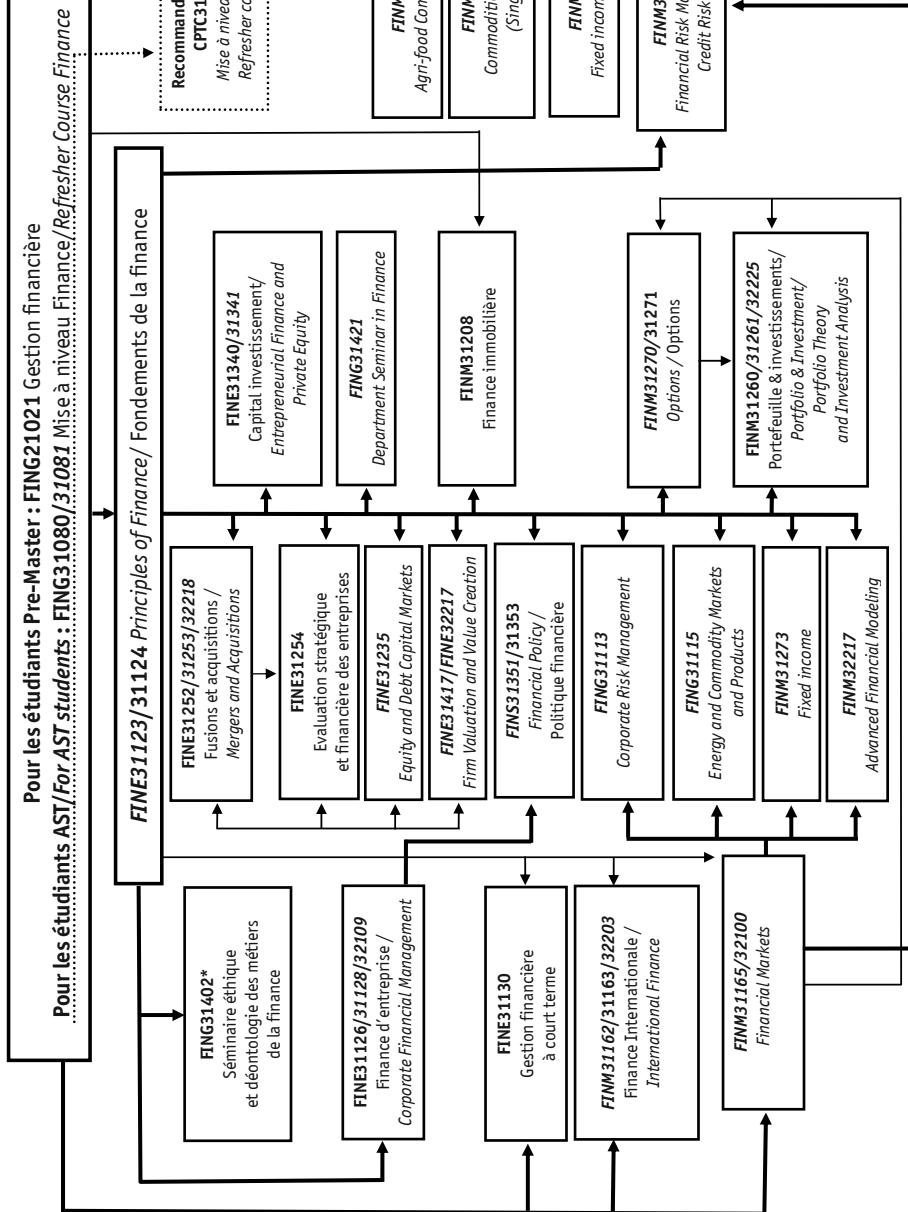
Cette filière est partenaire du CFA Institute. Les professeurs-chercheurs du département constituent un collectif de compétences dans des domaines-clés de la finance. Les axes principaux de recherche du département sont les suivants : Produits Dérivés, Gestion des Risques, Matières Premières, Gestion d'Actifs, Macro Finance, Microstructure des Marchés Financiers, Fusions et Acquisitions, Private Equity, Gouvernance d'Entreprise, Faillite et Réorganisation Financière, et Finance Immobilière. Les professeurs chargés de cours occupent des postes à haute responsabilité dans des entreprises et assurent des cours dans les domaines en relation avec leur compétence professionnelle.

ESSEC's Finance Department offers a set of courses enabling students to achieve three objectives. The first is to become familiar with the world of finance: its language, its institutions, the problems it raises and the solutions it proposes. The second is to acquire the theoretical foundations of finance by mastering the decision-making models studied and understanding their limitations. The third is to gain the practical and institutional knowledge that will help to launch their careers.

The Finance Department considers the theoretical content of its courses fundamental, because theory is the best means to a better understanding of real phenomena and quality decision-making. The department offers a Finance Track for students having successfully completed a selection of courses taught in Cergy and/or in Singapore (see chapter "Specializations").

The Finance Track is offered in partnership with the CFA Institute.

The department's research professors provide broad expertise in key areas of finance. Their main research focuses are Derivative Products, Risk Management, Commodities, Asset Management, Macro Finance, Financial Market Microstructure, Mergers and Acquisitions, Private Equity, Corporate Governance, Bankruptcy and Financial Reorganization, and Real Estate Finance. The adjunct lecturers occupy high-level positions in business and teach courses related to their areas of professional expertise.



Prérequis obligatoire / Mandatory prerequisite
→
Prérequis recommandé / Recommended prerequisite
*Séminaire obligatoire pour la filière Finance/Mandatory

FINANCE D'ENTREPRISE / CORPORATE FINANCE (FINE)	Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory Prerequisite(s)	Prérequis recommandé(s) / Recommended Prerequisite(s)	Equivalent(s) / Equivalent(s)
Cours fondamental / Core course				
<i>FINE31123 Principles of Finance</i>	J. Martel	FINE21021 or FING31080 or FING31081		FINE31124
<i>FINE31124 Fondements de la finance</i>	J. Martel	FINE21021 or FING31080 or FING31081		FINE31123
Cours de gestion / Management course				
<i>FINE31126 Finance d'entreprise</i>	R. Boulland	FINE31123 or FINE31124		FINE31128 or FINE32109
<i>FINE31128 Corporate Financial Management</i>	R. Boulland	FINE31123 or FINE31124		FINE31126 or FINE32109
<i>FINE32109 Corporate Financial Management</i>	R. Boulland	FINE31123 or FINE31124		FINE31126 or FINE31128
<i>FINE31130 Gestion financière court terme</i>	F. Longin	FINE21021 or FING31080 or FING31081	FINE31123 or FINE31124	FINE31131
<i>FINE31235 Equity & Debt Capital Markets</i>	R. Boulland	FINE31123 or FINE31124	FINE31126 or FINE31128 or FINE32109	
<i>FINE31252 Fusions et acquisitions</i>	F. Declerck	FINE31123 or FINE31124	FINE31126 or FINE31128 or FINE32109	FINE31253 or FINE32218
<i>FINE31253 Mergers and Acquisitions</i>	J-M. Gaspar	FINE31123 or FINE31124	FINE31126 or FINE31128 or FINE32109	FINE31252 or FINE32218
<i>FINE32218 Mergers and Acquisitions</i>	S. Arcot	FINE31123 or FINE31124	FINE31126 or FINE31128 or FINE32109	FINE31252 or FINE31253
<i>FINE31254 Evaluation stratégique et fin.</i>	J.-M. Gaspar	FINE31123 or FINE31124	FINE31126 or FINE31128 or FINE32109 and FINE31252 or FINE31253 or FINE32218	
<i>FINE31340 Capital Investissement</i>	S. Arcot	FINE31123 or FINE31124		FINE31341 or MGTE31364 or MGTE31365
<i>FINE31341 Enterpr. Fin. & Private Equity</i>	S. Arcot	FINE31123 or FINE31124		FINE31340 or MGTE31364 or MGTE31365
<i>FINE31417 Firm Valuat° & Value Creation</i>	J. Martel	FINE31123 or FINE31124	FINE31126 or FINE31128 or FINE32109	FINE32217 or CFTC3155
<i>FINE32217 Firm Valuat° & Value Creation</i>	J. Martel	FINE31123 or FINE31124	FINE31126 or FINE31128 or FINE32109	FINE31417 or CFTC3155

FINANCE GÉNÉRALE / GENERAL FINANCE (FING)	Responsable(s) du cours/Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory Prerequisite(s)	Prérequis recommandé(s) / Recommended Prerequisite(s)	Equivalent(s)/ Equivalent(s)
Cours de mise à niveau / Refreshers course (Réserve aux étudiants admis sur titré / Reserved for the AST students)				
FING31080 Mise à niveau finance	F. Declerk		CPTC31080 or CPTC31081	FING31081
FING31081 Refreshers Course Finance	R. Boulland		CPTC31080 or CPTC31081	FING31080
Cours de gestion / Management course				
FING31113 Corporate Risk Mngt	A. Roncoroni	<i>FINE31123 or FINE31124 and FINM31164 or FINM31165 or FINM32100</i>		
FING31115 Energy&C Markets & Products	A. Roncoroni	<i>FINE31123 or FINE31124 and FINM31164 or FINM31165 or FINM32100</i>		
Séminaire du département Finance / Finance Department Seminar				
FING31402 Sémininaire éthique en Finance*	F. Longin	<i>FINE31123 or FINE31124</i>	<i>FINE31126 or FINE31128 or FINE32109</i>	
FING31421 Finance Department Seminar	R. Boulland	<i>FINE31123 or FINE31124 and CPTC31124 or CPTC31125 and FINE31252 or FINE31253 or FINE32228</i>	<i>FINE31235 and FINE31128 or FINE32109</i>	

In italic, course taught in English
Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.
Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.

* Ce cours est obligatoire pour les étudiants admis en filière Finance. Il ne donne pas lieu à la validation d'une UV /
Mandatory course for students who follow the Finance Track. It does not give any credit.

FINANCE DE MARCHÉ / MARKET FINANCE (FINM)	Responsable(s) du cours/Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory Prerequisite(s)	Prérequis recommandé(s) / Recommended Prerequisite(s)	Equivalent(s) / Equivalent(s)
Cours de gestion / Management course				
<i>FINM31162 International Finance</i>	S. Ramos	<i>FINE31123 or FINE31124</i>	<i>FINM31164 or FINM31165 or FINM32100</i>	<i>FINM32203 or FINM31163</i>
<i>FINM31163 Finance Internationale</i>	S. Ramos	<i>FINE31123 or FINE31124</i>	<i>FINM31164 or FINM31165 or FINM32100</i>	<i>FINM31162 or FINM32203</i>
<i>FINM32203 International Finance</i>	S. Ramos	<i>FINE31123 or FINE31124</i>	<i>FINM31164 or FINM31165 or FINM32100</i>	<i>FINM31162 or FINM31163</i>
<i>FINM32219 Commodities & Energy (Singapore)</i>	(1)			
<i>FINM32221 Fixed Income (Singapore)</i>	(1)			
<i>FINM31165 Financial Markets</i>	A. Roncoroni	<i>FING21021 or FING31080 or FING31081</i>	<i>FNE31123 or FNE31124</i>	<i>FINM31164 or FINM32100</i>
<i>FINM32100 Financial Markets</i>	R. Tedongap	<i>FING21021 or FING31080 or FNG31081</i>	<i>FNE31123 or FNE31124</i>	<i>FINM31164 or FINM31165</i>
<i>FINM31208 Finance immobilière</i>	M. Baroni	<i>FINE31123 or FINE31124</i>	<i>FNG31080 or FNG31081</i>	
<i>FINM31213 Agri-food Commodity Markets</i>	F. Declerck			
<i>FINM31260 Portefeuille & investissement</i>	S. Ramos	<i>FINE31123 or FINE31124</i>	<i>FINM31164 or FINM31165 or FINM32100 and FINM31270 or FINM31271</i>	<i>FINM31261 or FINM32225</i>
<i>FINM31261 Portfolio & Investment</i>	S. Ramos	<i>FINE31123 or FINE31124</i>	<i>FINM31164 or FINM31165 or FINM32100 and FINM31270 or FINM31271</i>	<i>FINM31260 or FINM32225</i>
<i>FINM32225 Portfolio & Investment</i>	S. Ramos	<i>FINE31123 or FINE31124</i>	<i>FINM31164 or FINM31165 or FINM32100 and FINM31270 or FINM31271</i>	<i>FINM31260 or FINM31271</i>
<i>FINM31270 Options</i>	P. Poncet, A. Roncoroni	<i>FINE31123 or FINE31124</i>	<i>FINM31164 or FINM31165 or FINM32100</i>	<i>FINM31271</i>
<i>FINM31271 Options</i>	P. Poncet, A. Roncoroni	<i>FINE31123 or FINE31124</i>	<i>FINM31164 or FINM31165 or FINM32100</i>	<i>FINM31270</i>
<i>FINM31273 Fixed Income</i>	A. Fulop	<i>FINE31123 or FINE31124 and FINM31164 or FINM31165 or FINM32100</i>		

(1) En l'absence de coordinateur, ce cours est géré directement par le programme

FINANCE DE MARCHÉ / MARKET FINANCE (FINM)	Responsable(s) du cours/Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory Prerequisite(s)	Prérequis recommandé(s) / Recommended Prerequisite(s)	Equivalent(s) / Equivalent(s)
Cours de gestion / Management course (suite)				
FINM32217 Advanced Financial Modeling	R. Tedongap	<i>FINE31123 or FIN31124 and FINM31164 or FINM31165 or FINM32100</i>		
FINM32407 Fin. Risk Mgt&Credit Risk Anal	A. Fulop	<i>FINE31123 or FIN31124 and FINM31164 or FINM31165 or FINM32100</i>		
SYNTHESE / SYNTHESIS (FTNS)				
	Responsable(s) du cours/Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory Prerequisite(s)	Prérequis recommandé(s) / Recommended Prerequisite(s)	Equivalent(s) / Equivalent(s)
FINS31351 Financial Policy	M. Baroni	<i>FINE31123 or FIN31124 and FINE31126 or FINE31128 or FIN32109</i>		FIN31353
FINS31353 Politique financière	M. Baroni	<i>FINE31123 or FIN31124 and FINE31126 or FINE31128 or FIN32109</i>		FIN31351

In italic, course taught in English
Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.
Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.

FINE31123**Principles of Finance**

Students are strongly encouraged to take this course in the early stages of their coursework. Exchange students should check that they have the required level in mathematics and finance before taking this course.

The purpose of this course is to introduce students to the main building blocks of financial theory. The two main objectives are:

- i) To acquire an in-depth knowledge of the core corporate finance and financial market theories;
- ii) To be able to identify the right model in order to analyze corporate and investors' decisions.

In addition, students should be able to demonstrate their ability to use the technical tools and confront their knowledge with real life situations in order to deliver recommendations on fundamental issues such as the firm's investment and financing decisions.

FINE31124**Fondements de la finance**

Il est très vivement conseillé de suivre ce cours en début de scolarité.

Ce cours est déconseillé aux étudiants en échange n'ayant pas le niveau nécessaire en mathématiques et en finance.

Ce cours donne les bases conceptuelles sur les principes fondamentaux en théorie financière. Les deux objectifs essentiels du cours sont :

- i) De démontrer une compréhension des différentes théories en finance d'entreprise et en finance de marchés
- ii) D'être en mesure d'identifier le modèle le plus pertinent afin d'étudier les décisions des entreprises et des investisseurs. De plus, les étudiants doivent être en mesure d'appliquer les outils techniques de la finance afin de confronter leurs connaissances théoriques à des situations réelles et d'émettre des recommandations sur des questions fondamentales telles les décisions d'investissement ou de financement des entreprises.

FINE31126**Finance d'entreprise**

Ce cours traite de la décision de financement des ressources permanentes de l'entreprise. Les objectifs d'apprentissage du cours sont les suivants :

- (i) Identification des besoins de financement
- (ii) Etude des différents titres financiers à la disposition des entreprises pour lever des fonds (actions, dettes, produits hybrides, produits de financement hors bilan)
- (iii) Compréhension des avantages, coûts et risques respectifs de ces instruments.

FINE31128**Corporate Financial Management**

In common with the Specialized Masters and the Master in Finance.

Equivalent: FINE32109 Corporate Financial Management.

This course studies the theory and practice of how a firm is financed. At the end of the course, students should: be able to formulate a firm's financial needs, formulate a matching financial policy, and suggest ways to implement it; understand the theories behind firms' capital structure choices and their interaction with firm value, as well as their relation with the broad capital market trends, players and institutions; learn how derivative securities can help firms achieve their financial policy goals.

FINE31130**Gestion financière court terme**

Après avoir suivi ce cours, les étudiants sont capables d'établir des prévisions de flux et de besoin de financement de l'entreprise (plan de trésorerie), de déterminer la couverture optimale de ce besoin à l'aide d'instruments financiers, de calculer les flux d'intérêts liés à ces instruments et de porter un jugement pertinent sur l'utilisation de ces instruments en terme de rentabilité, de liquidité et de risque.

FINE31235**Equity and Debt Capital Markets**

This course aims at providing the core background about firm financing. At the end of the course, students should: Understand key financial instruments and how firms use it to hedge, refinance, and optimize strategies; Understand key financial market transactions; be able to formulate strategies to benefit from market volatility.

FINE31252**Fusions et acquisitions**

Ce cours approfondit les opérations financières de haut de bilan en matière de fusions, acquisitions et restructurations d'entreprises. L'objectif est que les étudiants:

- Cernent le rôle central de l'évaluation d'une entreprise dans l'élaboration d'une décision stratégique lors d'une restructuration d'entreprise, notamment en cas de fusion, acquisition, dégagement ;
- Sachent analyser la situation d'une entreprise et en mesurer la valeur selon différentes méthodes actuarielles (DCF), comparables (boursiers et de transactions), patrimoniales ;
- Connaissent les principales formes de restructurations, leurs coûts et bénéfices ;
- Sachent mettre au point l'ingénierie financière pour restructurer une entreprise ;
- Maîtrisent les incitations et motivations pour des fusions, acquisitions et alliances ;
- Jugent la création ou destruction de valeur d'une opération : à qui profite-t-elle ?

FINE31253**Mergers and Acquisitions**

In common with the Specialized Masters and the Master in Finance. Equivalent:

FINE32218 Mergers and Acquisitions.

This course studies M&A activity from a financial perspective. At the end of the course, students should: Understand how valuation plays a central role in the merger process; Carry out valuation analysis of complex corporate/financial structures; Analyse the terms of a M&A deal in a

knowledgeable way, understanding its value implications as well as the incentives and motivations of the major participants.

FINE31254**Evaluation stratégique et financière des entreprises**

L'objectif du cours est de familiariser les étudiants avec les techniques de l'évaluation des entreprises, très largement utilisées à l'occasion de montages financiers de haut de bilan, d'opérations de fusions & acquisitions ou d'opérations d'investissement en capital, avec un accent mis sur les aspects pratiques. En outre, les étudiants apprêteront les liens entre la finance et la stratégie et, en particulier, comment les deux domaines s'articulent dans le cadre de fusions-acquisitions.

FINE31340**Capital Investissement**

- Enseignement théorique sur les acteurs, les concepts, les méthodes à connaître, les erreurs à éviter.
- Eclairage d'ensemble sur les différents types de capital investissement (du capital risque au LBO en passant par le capital développement) ; présentation approfondie des outils juridiques (SPA, garantie, pactes, mécanismes incitation des managers) et financiers (structuration de la dette, modélisation LBO).
- Témoignages de professionnels du capital investissement (entrepreneurs, investisseurs, banquiers, avocats).
- Présentation par les étudiants d'un travail de terrain destiné à approfondir tel ou tel aspect du marché du capital investissement.

FINE31341**Entrepreneurial Finance and Private Equity**

This course is primarily designed for students who plan to get involved with a new venture at some point in their career -- as a founder, early employee, advisor or investor. However,

the course is also appropriate for students interested in gaining a broader view of the financing landscape for young firms, going beyond the basics of venture capital and angel financing.

FINE31417

Firm Valuation and Value Creation

In common with the Specialized Masters and the Master in Finance. Equivalent

FINE32217 Firm Valuat° & Value Creation

This course is the “corporate finance” extension of the Financial Theory course. The objective is to present the different methods used to estimate the value of a firm, their theoretical foundations and their link with existing theoretical models. In addition, we discuss problems arising in valuing specific assets such as intangibles and issues such as the treatment of minority interests, pension funds and leasing.

In-class cases are used to validate the comprehension of the different elements covered in class. In teams of 3 to 4 members, students have to write an equity analyst report on a firm of their choice. Their analysis is presented in class at the end of the term.

FING31080

Mise à niveau Finance

Réserve aux étudiants AST.

Le cours apporte les bases indispensables pour comprendre les activités financières de l’entreprise. De plus, il sert de point d’appui aux autres cours de finance.

FING31081

Refresher Course Finance

Reserved for the AST students.

The objective is to provide the elementary tools in financial management. In addition, it represents the starting point for those students interested in taking more advanced courses in the field. At the end of the course, students should be able to: be knowledgeable about the universe of Finance (its language, its institutions, the problems it addresses and the solutions it proposes); extract

information from a company’s financial statements and use them to make informed financial decisions; perform basic valuation.

FING31113

Corporate Risk Management

We prepare the course participant to effectively tackle recruiting interviews for job positions in a large variety of market segments, ranging from financial product origination at major financial institutions, to financial risk management at mid and large size nonfinancial corporations acting in the domain of commercial and industrial transformation processes, passing through raw material and commoditized service providers and retailers.

This course features a number of specific learning goals:

- 1) Understanding the process of Enterprise Risk Management (ERM) (Examples: risk matrix, internal process, position metrics, risk metrics, optimal hedging.)
- 2) Acquiring proficiency in major concepts, and their calculus, arising in risk management for corporate entities. (Examples: spot-forward parity, security design and pricing, problem solving, exploiting basic trading opportunities.)
- 3) Structuring corporate financial hedges (i.e., trading strategies and derivatives) against financial and nonfinancial corporate exposure to uncertainty. (Examples: futures portfolios, structured packages, custom hedges.).

As an additional key feature, we propose to surf over the frontier of knowledge by attending webinars held at the Energy and Commodity Finance Research Center (<http://energy-commodity-finance.essec.edu>). This course is technical (as opposed to qualitatively descriptive) and should be attended by students showing a particular attitude and interest to quantitative analysis.

FING31115**Energy and Commodity Markets and Products**

The three learning goals of this course:

- 1) Acquiring major concepts arising in commodity market theories and practices for trading and risk management. (Examples: spot-forward prices and parity, position metrics, risk metrics.)
- 2) Training in the financial calculus of commodity trading and risk management. (Examples: security pricing, problem solving, exploiting basic trading opportunities.)
- 3) Structuring financial hedges (i.e., trading strategies and derivatives) against financial and nonfinancial corporate exposure to uncertainty. (Examples: futures portfolios, structured packages, custom hedges.). Our ultimate goal is to prepare the course participant to effectively tackle recruiting interviews for job positions in a large variety of market segments, ranging from financial product origination at major financial institutions, to financial risk management at mid and large size corporations acting in the domain of commercial and industrial transformation processes, passing through raw material and commoditized service providers and retailers.

FING31402**Séminaire éthique et déontologie des métiers de la finance**

Réservé aux étudiants de la filière Finance.

Voir chapitre « Spécialisations ».

En commun avec le Master in Finance.

Nombre d'UV : 0.00

Total des heures : 10.00

La validation du cours est obligatoire pour les étudiants souhaitant valider la filière Finance, il ne rapporte pas d'UV.

Le Code d'éthique du CFA Institute présente des exigences élevées en matière de formation, d'intégrité et d'excellence professionnelle. Ces normes d'éthique conditionnent et pérennisent la confiance du public vis-à-vis des marchés financiers et des professionnels de l'investissement.

Ce cours a pour but d'analyser ce code de déontologie et :

- (i) D'identifier les meilleurs standards de conduite professionnelle ;
- (ii) De savoir raisonner de façon déontologique ;
- (iii) De prendre des décisions qui maintiennent ou promeuvent intégrité et professionnalisme dans le milieu de la finance.

FING31421**Finance Department Seminar**

In 2020-2021, the following topic will be discussed: “Corporate and Private Equity Financial modeling”

Instructor: Nikhil Gupta

Course Coordinator: Romain Boulland

FINE31123 or 31124 and

CPTC31124 or 31125 and

FINE31252 or 31253 or FINE32218

Goal/Outline:

Equip ESSEC students with the modelling skills that are usually only taught during Investment Banking Analyst training programmes.

The Students will learn

- 1) How to use companies from a valuation perspective
- 2) How to build cash flow models from scratch (DCF, LBO)
- 3) How to present the results concisely and with the right conclusions

The students will jointly value a target listed company based on available accounts and information in the class. At the end of the course, the students will have to submit a complete valuation model as part of the evaluation process of a target.

FINM31162**International Finance**

In common with the Specialized Masters and the Master in Finance.

Equivalent: FINM32203 International Finance.

The purpose of this course is to study the financial decisions of corporations and

investors in an international environment. In the end of the course, students should be able to i) understand the implications of a globalized economy in the financial function; ii) understand the determinants of exchange rate variation; iii) understand the advantages and barriers to international portfolio diversification; iv) distinguish different forms of exchange rate exposure and v) apply currency hedging techniques in order to minimize exchange rate risk.

FINM31163

Finance internationale

En commun avec les Mastères Spécialisés, équivalent au FINM32203 – International Finance.

L'objectif est double. Il s'agit, d'une part, d'appréhender les grands équilibres et le fonctionnement des principaux mécanismes financiers internationaux. D'autre part, ce cours a pour but d'analyser les grandes problématiques soulevées par la gestion financière en environnement international, ce qui sera abordé principalement au travers de l'étude des taux de change.

FINM31165

Financial Markets

In common with the Specialized Masters and the Master in Finance.

Equivalent: FINM32100 Financial Markets.

This course provides knowledge relevant for tackling recruiting interviews for financial related job positions at financial institutions and nonfinancial corporate entities, including investment banks as well as commercial, industrial, and insurance companies, amongst others. Our approach is technical (as opposed to qualitatively descriptive) and the course should be attended by students showing a particular attitude and interest to quantitative analysis

Most corporations and financial institutions face financial risks arising from changes in market variables such as interest rates, foreign exchange rates, commodity prices and stock prices. Because they offer low

transaction costs and new profit patterns, forwards, futures, options and other derivative products have become essential tools for hedging financial risks and for leveraging on positions in financial markets. These products are usually more complicated than traditional cash instruments such as stocks and bonds and require correspondingly more than just basic analysis. This course provides students with a technically sound overview of various financial derivatives and their use. We discuss basic financial instruments and their derivatives products, as well as the characteristics of individual securities markets, their major market players, and how securities are priced in these markets. We particularly focus on acquiring major financial concepts (i.e., notions and relations) arising in area of basic derivative origination and trading, measuring the time value of money (i.e., interest rates, accrual rules, building a discount function), and structuring linear derivatives (e.g., pay-off definition, market valuation, and hedging). We highlight the tremendous flexibility that derivatives offer investors in designing investment strategies, and how derivatives can be used in managing financial risks. This is a fairly quantitative course and draws upon analytical tools and theories developed throughout the course. Examples and exercises are a fundamental part of the course. We assume that students are comfortable with basic statistics concepts such as means, standard deviations, skewness, kurtosis, and properties of the Normal distribution. Students should also be able to use Excel for basic statistical and regression analyses. This course is a prerequisite for FINM31270 Options and can be simultaneously taken with the Options course held by the same professor in T3

FINM31208

Finance immobilière

Ce cours d'application vise à approfondir les concepts financiers d'analyse du risque dans le secteur de l'immobilier.

Une présentation détaillée des différentes opérations immobilières (promotion immobilière, investissement, marchands de biens) permettra de dégager les facteurs principaux de risque et d'en faire l'évaluation.

FINM31213

Agri-food Commodity Markets

In common with the Specialized Masters and the Master in Finance.

See Chapter "Specializations" Food Business Challenges Chair- Energy & Commodity Finance Track

Partners: international traders,-processors purchasing agricultural and commodity products.

Prices fluctuate a lot, from 1 to 3, on international commodity (raw materials) markets. So, risks taken by commodity producers and manufacturers are very high. The objectives are as follows:

- To understand price mechanisms of international commodity markets and how price mechanisms are affected by WTO commercial policies and agricultural policies;
- To know the principles, role and mechanisms of futures markets;
- To identify risks taken by economic agents;
- To be able to use financial tools (futures contracts and options) in order to mitigate risks of price volatility.

FINM31260

Théorie du portefeuille et investissements

L'objectif du cours est d'expliquer les concepts et les méthodes de la gestion quantitative des portefeuilles d'actions ainsi que leurs limites. Les aspects théoriques pratiques et empiriques seront abordés et discutés. De bonnes notions sur le calcul matriciel et les modèles d'optimisation sous contraintes sont requises. Ce cours fait également appel à des notions de statistique et d'économétrie. A ce titre, les étudiants peuvent suivre conjointement le cours IDSS31267 « Financial Econometrics ».

FINM31261

Portfolio Theory and Investment Analysis

In common with the Specialized Masters and the Master in Finance.

Equivalent: FINM32225 Portfolio Theory and Investment Analysis.

Portfolio Management is an advanced finance course recommended for students who want to pursue careers in asset management. In the end of the course, students should be able to understand the framework of portfolio theory, to understand the rationale for passive and active investing, to construct portfolios based on styles and to conduct performance analysis on equity investments. It is a quantitative course and draws upon analytical tools and theories introduced and demonstrated throughout the course. Students should be familiar with matrix algebra, optimization methods, as well as basic statistics and linear regression analysis to understand the material covered in the course.

FINM31270

Options

We introduce the main topics required on typical recruiting interviews for job positions in Financial Engineering Derivative Trading and Risk Management within multinational financial institutions (e.g., investment banks, financial intermediaries), nonfinancial firms (e.g. international manufacturers, commercial corporations), and insurance companies. An inductive approach is adopted: we introduce all topics through practical examples and then identify general rules. We focus on, design, pricing, and hedging standard and exotic derivatives in equity, foreign exchange, interest rate, and commodity markets. Arbitrage Pricing Theory is developed within the framework of the Black-Scholes-Merton Model. A particular attention is put on corporate risk hedging and the structuring of financial products in deregulated energy markets. One-third of each class meeting is devoted to the solution

of exercises and cases. A shared project with FINM31165/164 Financial Markets and Institutions or FINM31113 Corporate Risk Management held by the same professor may be offered. We also present selected questions posed during interviews at Wall Street based investment banks and provide detailed answers to all questions by applying tools introduced along the course. Open Day: one class meeting is jointly held with an invited practitioner acting in a major international investment bank or nonfinancial corporation. Students may bring and hand out their CV. This course is technical (as opposed to qualitatively descriptive) and should be attended by students showing a particular attitude and interest to quantitative analysis. This course has FINM31165 Financial Markets (or FINM31164) as a prerequisite. It still is possible to jointly attend these courses if they are held by the same professor.

FINM31271 Options

Ce cours présente les options, leur évaluation et leur utilisation pour la gestion des risques. Il comporte l'analyse des principaux contrats, une introduction au calcul stochastique en temps continu, l'étude théorique de l'évaluation des options (en temps discret, avec le modèle de Cox-Ross-Rubinstein, et en temps continu, avec celui de Black-Scholes-Merton, et leurs extensions), la relation risque-rentabilité espérée caractéristique des options, et la mise en œuvre des stratégies statiques et dynamiques impliquant ces produits.

Ce cours technique exige un important effort de réflexion et de lecture.

FINM31273 Fixed Income

This course introduces the students to the basics, valuation and hedging of fixed income securities and derivatives with and without credit risk. The course is targeted to teach the

fixed income basics that a well-trained financial practitioner should know.

- Money Market Instruments, Repos.
- Riskfree Bond Pricing: Fixed Rate and Floating Rate Bonds
- Discount and Yield Curves, Yield Curve Construction
- Monetary Policy and Bond Markets
- FI Hedging Strategies I: Duration, Convexity, Multifactor Duration.
- FI forwards and Interest Rate Swaps (Valuation and Applications).
- Credit Market Basics - ratings, credit spreads, default and recovery.
- Hazard Rates and Valuation of Defaultable Bonds.

Credit Default Swaps.

FINM32217 Advanced Financial Modeling

In common with the Specialized Masters.

The course is intended for students who have a quantitative background.

We assume that students have already notions of risk management and have taken introductory derivatives course where Brownian motion and Black-Scholes model for European options are intensively discussed. For the empirical part, students are strongly encouraged to review the basics of Python programming. The course starts with a review of derivatives contracts (forwards, futures, options and swaps) and hedging strategies, followed by the introduction to stochastic processes that are useful for modelling investment risk and for pricing advanced derivatives securities.

We then move beyond basic valuation assumptions and examine empirical properties of asset prices (volatility clustering, asymmetry, fat tails, heteroscedasticity, predictability). Next we study exotic options and American options, and discuss how to use different numerical methods to price them (lattice, finite-difference and Monte-Carlo). The course also covers alternatives to basic Gaussian IID model, the generalized autoregressive

conditional heteroscedasticity (GARCH) models, stochastic volatility (SV) models, as well as regime-switching models.

FINM32407

Financial Risk Management and Credit Risk Analytics

In common with the Specialized Masters and the Master in Finance.

The objective of this course is to introduce key risk management concepts to students and to illustrate the methods through concrete applications. We will put a special emphasis on credit risk analysis, covering both more traditional approaches as practiced by the major credit rating agencies and newer quantitative approaches. The course will consist of two blocks:

The first half will cover the main concepts an institutional background of Financial Risk Management and the credit rating process in detail.

The second half is quantitative. We begin by introducing risk measures such as Value at Risk and Expected Shortfall and then we focus on modern credit risk analytics and an introduction to machine learning to this domain.

Throughout the second half of the course we will be using Python, hence knowledge of Python is assumed.

Spot-forward parity and carry trades

Commodity calculus

Metals markets

Gold markets

Shipping freight markets

Coal markets

Oil markets

Derivative structuring

FINM32221

Fixed Income

Given on the ESSEC Campus in Singapore.

Fixed income may easily be the simplest of all asset classes, but most individuals and even many professionals have yet to master it. Knowing bond math is useful not only when you want to take out a loan, issue a bond for your company, or build a low-risk income portfolio, but is also fundamental to valuing and risk managing any other asset class.

This course provides both financial markets and corporate finance students with a solid foundation in bond markets and fixed income portfolio management by working through real problems graduates will encounter at trading desks, fund houses, or corporate treasuries. The first few sessions use example from the large and liquid US treasury market to practice the mechanics of bond trading, yield curve modeling, and performance attribution. Next, bonds are put together into portfolios to balance risk and return, using real examples of the most traded exchange traded funds (ETFs). Then, there are sessions focused on fixed income derivatives: swaps, futures, and options, how they differ from equity and currency derivatives. Finally, we introduce the field of credit analysis, credit derivatives, high yield, convertibles, and dozens of other features seen throughout global markets.

Examples from Bloomberg and printed newspapers of real bonds, bond funds, and corporate bond issuances will be referenced throughout the course as the news provides and can be used to tie the course's materials to real-world applications.

FINM32219

Commodity Markets and Energy Products

Given on the ESSEC Campus in Singapore.

This course introduces participants to the fast-growing financial markets for commodities, including tradable energy sources. We mainly focus on markets description, commodity pricing, security structuring, and financial trading. Following a learning-by-doing approach, we highlight the use of price relations and derivative structures through a number of concrete examples. A major goal of the course is to prepare for job interviews at investment banks and commodity trading houses.

FINS31351**Financial Policy**

In common with the Master in Finance.

To provide real world expertise on best practices used by M&A and ECM professionals.

A practical approach: how to originate, negotiate and execute profitable deals.

The key techniques to being successful and adding value in the deal making industry.

FINS31353**Politique financière**

L'objectif principal du cours est d'apprendre à diagnostiquer et à résoudre les problèmes financiers de l'entreprise, sous l'angle de la politique financière.

Ce cours constitue une synthèse des enseignements de Corporate Finance.

Les professeurs du département / Faculty Department Members



Florin AFTALION

A l'ESSEC depuis 1972



Christian BITO

A l'ESSEC depuis 1984



Andras DANIS

A l'ESSEC depuis 2020



Sridhar ARCOT

A l'ESSEC depuis 2007



Romain BOULLAND

A l'ESSEC depuis 2014



Francis DECLERCK

A l'ESSEC depuis 1996



Laurent BACH

A l'ESSEC depuis 2017



Véronique BUISSON

A l'ESSEC depuis 1996



Andras FULOP

A l'ESSEC depuis 2006



Michel BARONI

A l'ESSEC depuis 1989



Patricia CHARLÉTY-LEPERS

A l'ESSEC depuis 1985



José-Miguel GASPAR

A l'ESSEC depuis 2003



Elise GOURIER
A l'ESSEC depuis 2018



François LONGIN
A l'ESSEC depuis 1994



Sofia RAMOS
A l'ESSEC depuis 2015



Artashes KARAPETYAN
A l'ESSEC depuis 2018



Jocelyn MARTEL
A l'ESSEC depuis 2009



Andrea RONCORONI
A l'ESSEC depuis 2001



Laurence LESCOURRET
A l'ESSEC depuis 2004



Patrice PONCET
A l'ESSEC depuis 1972



Roméo TEDONGAP
A l'ESSEC depuis 2016



Junye LI
Campus de Singapour
A l'ESSEC depuis 2009



Roland PORTAIT
A l'ESSEC depuis 1973



Vijay YADAV
Campus de Singapour
A l'ESSEC depuis 2011

Les chargés de cours / *Adjunct Lecturers*

Cette liste est donnée sous réserve de changements.

William ARRATA – Fabrice BARTHELEMY – Issiaka BERETE – Sami BIASONI – Catherine BLANCHET – Samira BOUSSEM – Antoine COLBOC – Alexis COLLOMB – Cédric CURTIL – Gérard DESPINOY – Stéphane DUBOS – Pierre DOULCET – Anne EMILY – Muriel FAURE – Bernard FIEVET – Benjamin FORESTIER – Thomas GOUNEL – Christophe HARRER – Sybille GRANDGEORGE – Tristan GUILLAUME – Nikhil GUPTA – Christophe HARRAR – Rachid ID BRIK – Frédéric JAUFFRET – Michel JURA – Christian KAMTCHEUNG Ichak KOUTCHOUKALI – Patrick LECOMTE – Patrick LEGLAND – Laurent LE MOUEL – Yves LE VERGER – Antoine MALLARD – Eric MIRAMOND – Philippe NATAF – Michel OHANA – Clément PASQUIER-DESVIGNES – Mauro PISU – Grégoire SENTILHES – Benoit VERBRUGGHE – Christine VERPEAUX

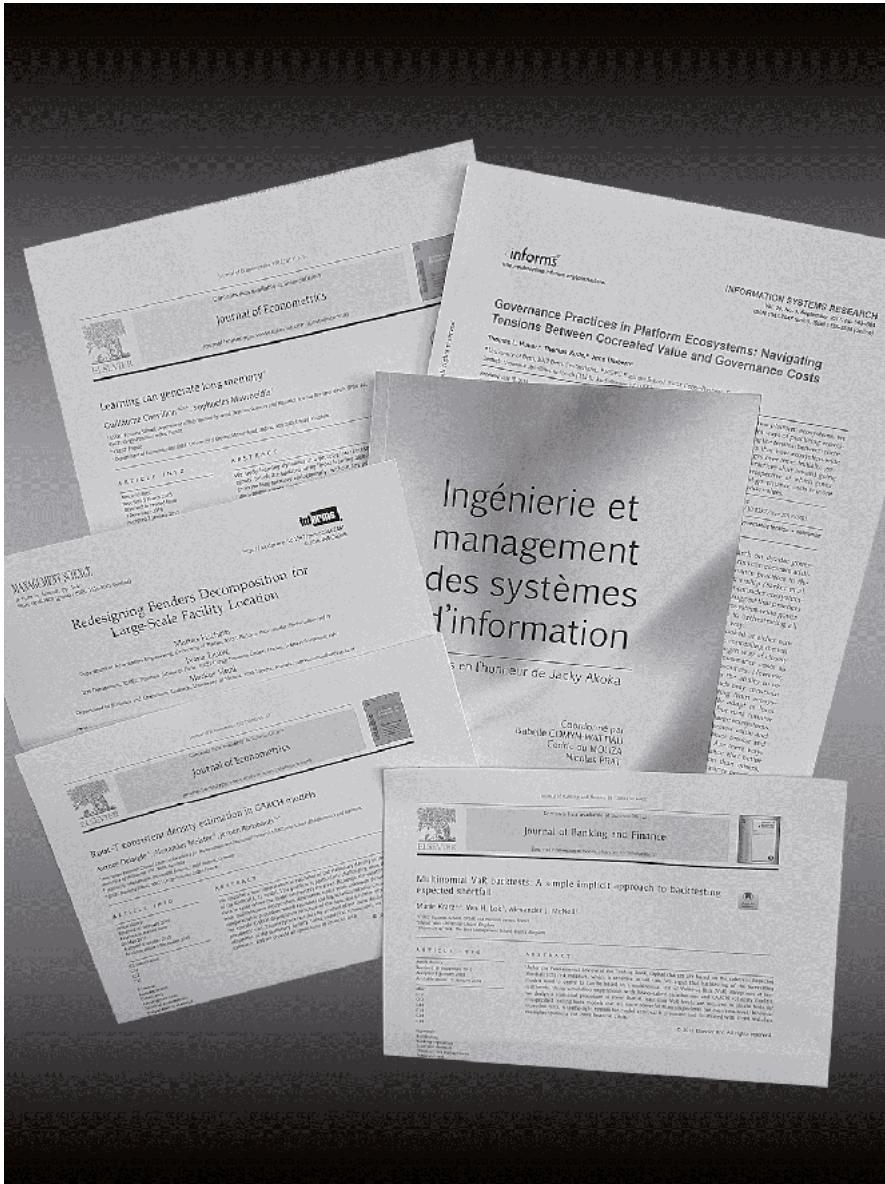
Professeurs visitants / *Visiting Professors*

Au moment de l'impression, la liste des professeurs visitants n'était pas définitive.

Timothy FISHER, The University of Sydney, Australie

Michel MAGNAN, Concordia University, Canada

Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques *Information Systems, Decision Sciences and Statistics*



Professeur responsable de département / *Department Head* : Jeroen ROMBOUTS
 Assistantes / *Assistants* : Melissa BAGRI, Chafika BENGHELAB, Patricia FERNANDEZ

Le département Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques a pour vocation de donner une formation théorique et pratique dans les domaines des systèmes d'information et technologies de l'information, du *business analytics*, de la modélisation stochastique (statistique, économétrie), de l'analyse multivariée (data mining et prévision) des méthodes scientifiques de gestion (analyse de la décision, théorie des jeux et de la négociation, recherche opérationnelle et gestion quantitative des risques).

L'idée selon laquelle la conduite efficace des organisations suppose la maîtrise des Systèmes d'Information et Sciences de la Décision se vérifie de manière constante. L'amélioration continue des rapports performance/prix des matériels pour l'industrie, et performance/prix du risque pour les institutions financières et assurances, des technologies de l'information, le développement des progiciels et logiciels de gestion, des outils probabilistes et statistiques de modélisation des risques et d'aide-à la décision, des réseaux et télécommunications et aussi des stratégies d'extraction d'information à partir de données témoignent du rôle sans cesse croissant des systèmes d'information et sciences de la décision dans tous les processus de décision en entreprise.

Ces systèmes et outils d'aide à la décision sont devenus l'une des clés de la survie des organisations.

Leur qualité et leur flexibilité sont déterminantes dans la capacité des entreprises à faire face à la complexité des marchés et à l'accroissement de la taille des données à traiter (*big data*). Ils sont « l'outil indispensable » pour concevoir, développer et mettre en œuvre des systèmes offrant des avantages concurrentiels aux entreprises.

The Information Systems Decision Sciences and Statistics Department provides theoretical and practical instruction in the fields of information systems and technologies, Business Analytics, stochastic modeling (statistics and econometrics), multivariate data analysis (exploratory data mining and predictive modeling), as well as scientific management methods (decision analysis, game and negotiation theory, and operations research and quantitative risk management).

The idea that effective business management requires a thorough knowledge of information and decision sciences has consistently proved true in practice. As can be seen by the steady improvement of equipment price/performance ratios and information technologies, as well as the development of data management software, probabilistic and statistical tools and telecommunications networks, together with strategies for extracting knowledge from data, information and decision systems are playing an ever greater role in supporting the decision-making process related to business.

These systems have become key to organizational survival. Their quality and flexibility are determinant of a company's ability to handle market complexities and big data. They are "vital tools" in developing and implementing systems that provide businesses with a competitive edge.

Information and decision systems have gone from being the purview of a handful of specialists to that of any competent manager who needs to understand and use ever more sophisticated quantitative tools.

With this in mind, the department offer students a rigorous but practical grounding in management-related issues as its primary objective. Many of the department's courses could be described as "transdisciplinary". Students wishing to familiarize themselves with scientific management methods acquire

De ce fait, les Systèmes d'Information et les Sciences de la Décision ne sont plus seulement l'affaire de quelques spécialistes. Ils relèvent de la responsabilité de tout manager qui doit être capable de comprendre et d'utiliser des outils quantitatifs de plus en plus sophistiqués. En conséquence, l'objectif du département est avant tout d'offrir aux étudiants la possibilité d'acquérir une formation de base rigoureuse mais appliquée aux problèmes de gestion. Un grand nombre de cours du département peuvent donc être qualifiés de cours « transversaux », offrant une culture de base aux étudiants désirant se familiariser avec les méthodes scientifiques de gestion et leur permettant d'en faire l'application dans de nombreuses disciplines. Il s'agit d'une initiation à des concepts, méthodes, techniques, stratégies d'analyse et outils utiles à la compréhension d'autres cours proposés dans le cursus (Filières : risk & actuarial track, Economie et Finance. Chaires : Marketing, Immobilier et Développement Durable et CREAR centre de recherche sur le risque) parmi d'autres. Les cours du département Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques contribuent au développement de compétences que l'ESSEC juge indispensables à tout futur manager. Il s'agit, plus particulièrement, de l'excellence analytique (aptitude à la résolution de problèmes, rigueur intellectuelle, maîtrise de la technologie, collecte et traitement de l'information, organisation, modélisation, analyse statistique, interprétation et présentation des résultats) et de la gestion de la complexité (décision dans l'incertain au moyen d'approches d'obtention de l'information, détection de signaux faibles...).

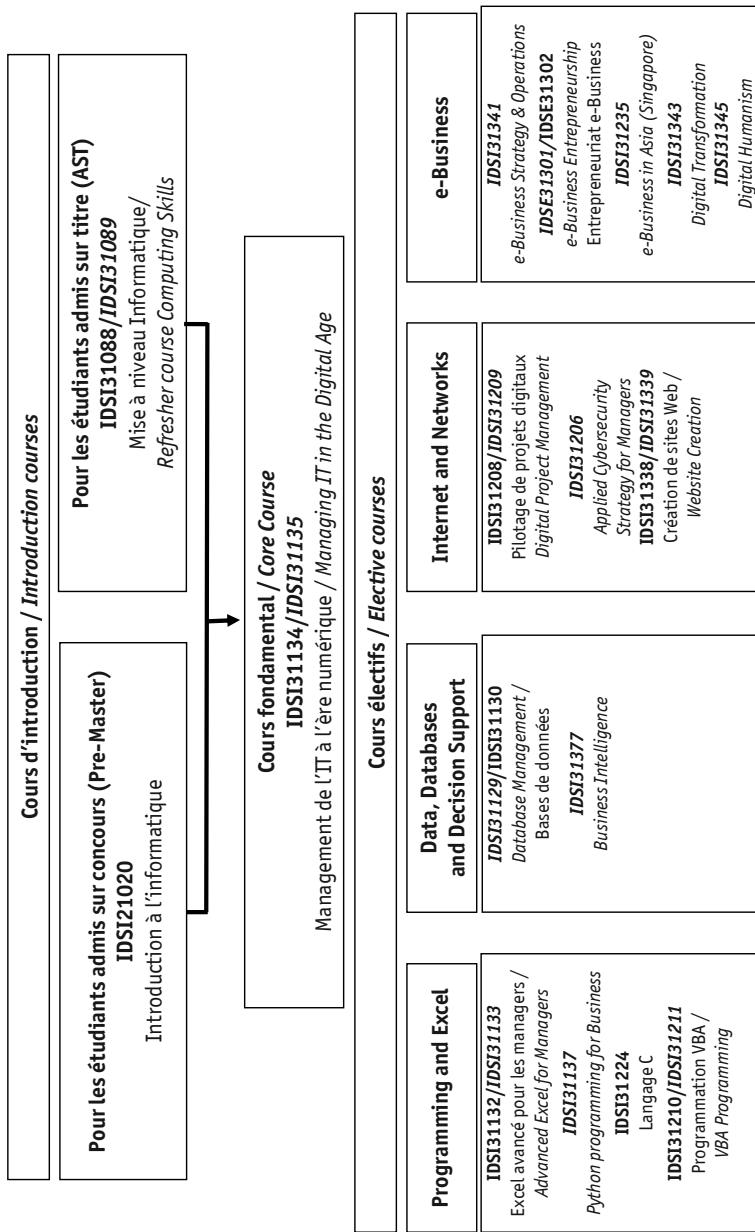
Nous vous invitons à visiter le site <http://isds-department.essec.edu> à partir duquel vous pourrez télécharger notre brochure et vous informer sur les thématiques et activités de recherche de nos professeurs.

basic knowledge that can be then applied to many disciplines. The concepts, methods, techniques, strategies of analysis and tools to which they are introduced will be useful in understanding other courses in their program of study (Tracks: Actuarial Sciences, Economics and Finance. Chairs: Marketing, Real Estate and Sustainable Development, Big Data Analytics and CREAR risk research center) among others.

The Information Systems, Decision Sciences and Statistics Department's courses contribute to what ESSEC believes is the essential toolkit of any future manager. More specifically, they develop analytic excellence (e.g., problem-solving ability, intellectual rigor, thorough command of technology, data collection, organization, modeling, statistical processing, interpretation and reporting of results) and help in managing complexity (e.g., decision making in an uncertain environment by means of information retrieval approaches, weak signal detection).

Please visit our website at <http://isds-department.essec.edu> to download our brochure, which provides information on our faculty's research interests and activities.

Pôle Systèmes d'Information / Information Systems



Le département propose une filière Systèmes d'Information qui peut être suivie totalement en anglais /
The department proposes an Information Systems Track fully in English.

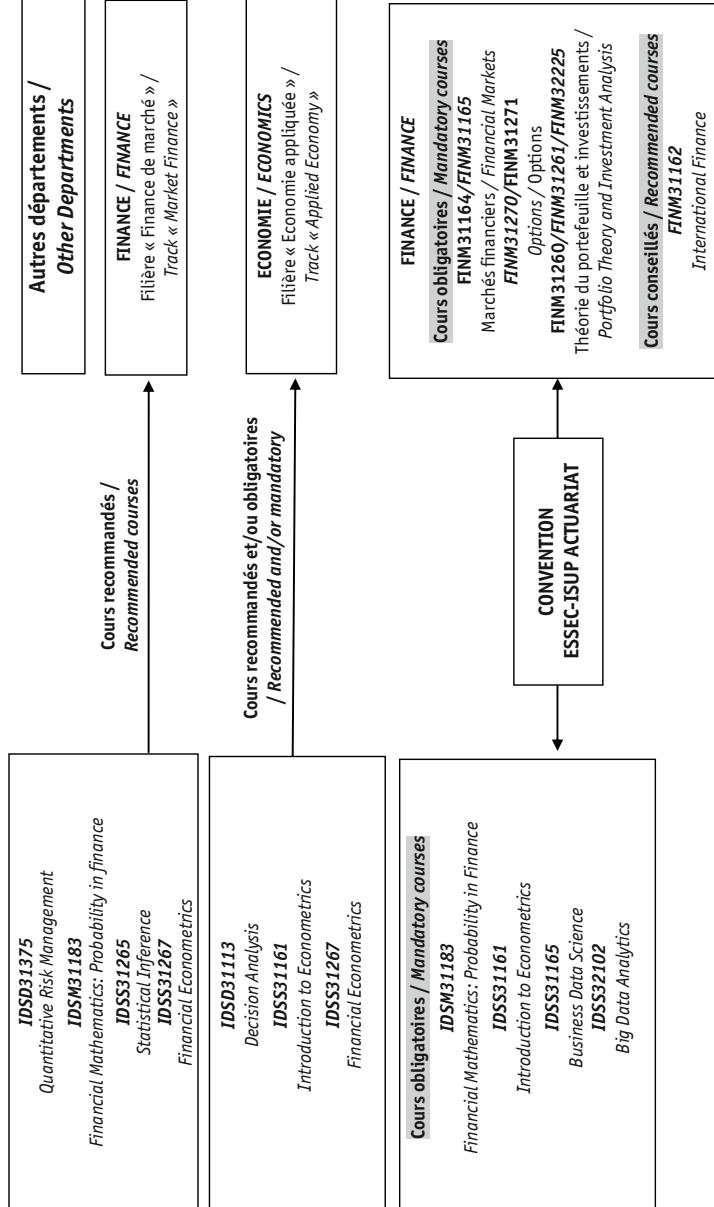
→ Prérequis obligatoire / Mandatory prerequisite

Pôle Sciences de la Décision et Statistiques / Decision Sciences and Statistics

Cours de base / Basic courses	
<p>Pour les étudiants admis sur concours (Pre-Master) suivant la voie d'admission</p> <p>IDSP21020 Optimisation et aide à la décision</p> <p>IDSM21010 Mathématiques pour les littéraires</p> <p>IDSM21030 Mathématiques avancées – Parcours scientifique</p> <p>IDSM21032 Mathématiques avancées – DD Centrale</p> <p>IDSM21034 Mathématiques avancées – DD ENSAE</p> <p>IDSS21021 Statistical Modeling</p> <p>IDSS21030 Business Statistics & Analytics</p>	<p>Pour les étudiants admis sur titre (AST) / For the AST Students</p> <p>IDSM31080 / IDSM31081 Mise à niveau Mathématiques / Refresher Course Mathematics</p> <p>IDSS31081 Refresher Course Statistics</p>
<p>Cours électifs / Elective courses</p>	
<p>Aide à la décision / Decision Models</p> <p>IDSP31113 Decision Analytics</p> <p>IDSP31375 Quantitative Risk Management – Application in Finance</p>	<p>Mathématiques / Mathematics</p> <p>IDSM31183 Financial Mathematics: Probability in finance</p>
<p>Statistiques / Statistics</p>	
<p>IDST31400 / IDST31401 Analyse Prédictive avec SAS / SAS Tools for Predictive Analytics</p> <p>IDSS31161 Introduction to Econometrics</p> <p>IDSS31165 Business Data Science</p> <p>IDSS31201 Forecasting & Predictive Analytics</p> <p>IDSS31265 Statistical Inference</p> <p>IDSS31267 Financial Econometrics</p> <p>IDSS31405 Accenture Strategic Business Analytics Chair Seminar Case Studies in B-Analytics</p>	

Relations avec d'autres départements : filières et conventions Links with other departments: Special Tracks and Agreements

Département Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques /
Information Systems, Decision Systems and Statistics Department



SYSTEMES D'INFORMATION / INFORMATION SYSTEMS (IDS)	Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory prerequisite(s)	Equivalent(s) / Equivalent(s)
Cours de mise à niveau / Refresher course (Réservé aux étudiants admis sur titre / Reserved for the AST students)			
IDS31088 Mise à niveau Informatique	I. Comyn-Wattiau		IDS31089
IDS31089 Refresher Course Comp. Skills	F. Chan		IDS31088
Cours fondamental / Core course			
IDS31134 Mgt de l'IT à l'ère numérique	N. Prat	IDS31020 or IDS31088 or IDS31089	IDS31135
IDS31135 <i>Managing IT in the Digital Age</i>	T. Huber	IDS31020 or IDS31088 or IDS31089	IDS31134
Cours de gestion / Management courses			
IDS31129 <i>Database Management</i>	I. Comyn-Wattiau		IDS31130
IDS31130 Base de données	I. Comyn-Wattiau		IDS31129
IDS31132 Excel avancé pour managers	N. Prat		IDS31133
IDS31133 <i>Advanced Excel for Managers</i>	N. Prat		IDS31132
IDS31137 <i>Python Programming for Business</i>	N. Prat		
IDS31206 <i>Applied Cybersecurity Strategy</i>	I. Comyn-Wattiau		
IDS31208 Pilotage de projets digitaux	T. Huber	IDS31209 or IDS31203	
IDS31209 <i>Digital Project Management</i>	T. Huber	IDS31208 or IDS31203	
IDS31210 Programmation VBA	N. Prat	IDS31211 or IDS31406 or IDS31407	
IDS31211 <i>VBA Programming</i>	N. Prat	IDS31210 or IDS31406 or IDS31407	
Langages			
IDS31224 Langage C	I. Comyn-Wattiau		
IDS31235 <i>e-Business in Asia (Singapore)</i>	J. Ondrus		
IDS31338 Création de sites Web	N. Prat		IDS31339
IDS31339 <i>Website Creation</i>	N. Prat		IDS31338
IDS31341 <i>e-Business Strategy & Operations</i>	F. Chan		

SYSTÈMES D'INFORMATION / INFORMATION SYSTEMS (IDS)	Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory prerequisite(s)	Equivalent(s) / Equivalent(s)
Cours de gestion / Management courses (suite)			
IDS31343 <i>Digital Transformation</i>	J. Malaurant		
IDS31345 <i>Digital Humanism</i>	T. Kude		
IDS31377 <i>Business Intelligence</i>	N. Prat		
IDS31400 Analyse Prédictive avec SAS	G. Chevillon		
IDS31401 <i>SAS Tools for Predictive Analytics</i>	G. Chevillon		
IDS31420 Séminaire de département IDS	I. Comyn-Wattiau		
IDS31421 <i>Department Seminar in IDS</i>	I. Comyn-Wattiau		
IDS31451 <i>Information Strategy & Govern.</i>	I. Comyn-Wattiau		
Séminaire de chaire / Chair Seminar			
IDS31433 <i>Chair Sem. Digital Disruption</i>	T. Kude		
SCIENCES DE LA DECISION ET STATISTIQUES / DECISION SCIENCES AND STATISTICS (IDSD)			
IDS31113 <i>Decision Analytics</i>	L. Alfandari		
IDS31375 <i>Quantitative Risk Management</i>	M. Kratz		
MATHÉMATIQUES / MATHEMATICS (IDSM)			
Cours de mise à niveau / Refresher course (Réservé aux étudiants admis sur titre / Reserved for the AST students)			
IDS31080 Mis à niveau Mathématiques	L. Alfandari		
IDS31081 <i>Refresher Course Mathematics</i>	L. Alfandari		
Cours de gestion / Management course			
IDS31183 <i>Financial Mathematics</i>	M. Kratz		

In italic, courses taught in English.

Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.

Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.

STATISTIQUES / STATISTICS (IDSS)	Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory prerequisite(s)	Equivalent(s) / Equivalent(s)
Cours de mise à niveau / Refresher course (Réserve aux étudiants admis sur titre / Reserved for the AST students)			
<i>IDSS31081 Refresher course Statistics</i>	J. Rombouts		<i>IDSS31080</i>
Cours de gestion / Management courses			
<i>IDSS31161 Introduction to Econometrics</i>	J. Rombouts		
<i>IDSS31165 Business Data Science</i>	O. Klopp		
<i>IDSS31201 Forecasting & Predict. Analytics</i>	G. Chevillon		
<i>IDSS31265 Statistical Inference</i>	O. Klopp	<i>IDSS21020 or IDSS21021 or IDSS31080 or IDSS31031 or IDSS31080 or IDSS31081</i>	
<i>IDSS31267 Financial Econometrics</i>	J. Rombouts	<i>IDSS31161</i>	
<i>IDSS31421 Département Seminar in IDS</i>	J. Rombouts		
Séminaire de chaîne / Chain Seminar			
<i>IDSS31405 Accenture Chair Case Studies</i>	J. Rombouts		

In italic, courses taught in English.

Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.

Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.

IDSD31113**Decision Analytics**

This course presents prescriptive analytics models for managerial decision-making. To locate facilities, plants or distribution centers, plan production and inventory, size human resources, price a product, design a telecommunication network, divide a sales territory into regions, schedule activities in a large-size project: here are some examples of complex decision-making situations for which one's common sense, pocket calculator or intuition is generally not sufficient to see clearly how to proceed and what to do.

To launch a new product, invest in a new project, change production technology, are other examples where the decision-maker has to make a bet on the future, i.e. on how the environment will react to his/her decisions, for uncertain gains.

How to make a confident decision?

How much additional information is worth in such a decision context?

Which cognitive biases occur in such decision-making situations?

The course aims at providing answers to these questions. High stakes and big data often lead the decision-maker to seek for decision-support tools. This course is designed to introduce decision analysis and decision-aid techniques to the students.

It will cover methodologies and decision models such as linear programming, graph theory, choice criteria under uncertainty, subjective probabilities, decision trees, and game theory. Case studies will be extensively used during the course, and students' creativity will be assessed.

IDSD31375**Quantitative Risk Management – Application in Finance**

The main objective of this course is to cover the quantitative aspect of the Risk Management (RM), using probability and statistics to estimate risks. It means to develop the main theoretical concepts and

modeling techniques of QRM, for students (having already a good knowledge in probability and statistics) to acquire practical tools to solve real problems of RM like the estimation of the probability of extreme events, or the modeling of dependence between risks, or techniques to validate risk models. We will discuss risk management (RM) in the context of finance and insurance, but RM technology applies also to other sectors of industry.

IDSI31088**Mise à niveau Informatique****Réserve aux étudiants AST.**

Au moyen de la réalisation de cas pratiques de gestion d'entreprise (budget, suivi des ventes, bilan social, simulation de ventes, etc), ce cours a pour objectif de former les étudiants à l'usage d'un tableur, indispensable à tout manager.

IDSI31089**Refresher Course Computing Skills****Reserved for the AST students.**

This five-week course provides an introduction to the spreadsheet package Microsoft Excel.

This course is intended for AST students with less experience of computing. Spreadsheet applications are indispensable in business. Executives use Excel (or alternative spreadsheet software) to set up simple organizational information systems based on numeric data and also to improve personal productivity. At the end of the course students should be able to use the basic and some advanced features of Excel as illustrated in the course material for their own spreadsheet applications. This course will be delivered primarily through an online self-learning platform. Students will be given access to the platform and are required to go through the self-learning modules in the five-week period. Students can freely choose to work at their own place or at school. Lab sessions are scheduled so students can work

in the lab or/and seek guidance from the professor.

IDSI31129

Database Management

Databases are present in every information system (IS). Database Management Systems (DBMS) allow IS specialists to build secure and efficient databases. Managers have to be implied in these projects to answer key questions, such as: What are the different profiles of users? Who must be allowed to access which data? Which business area must this database cover? Does this database meet our requirements? Which business rules must be encoded? The objective of the course is to enable students to play an active role in IS project teams. They will be able to elicit functional requirements and to translate them in database structures. Students will be able to understand the organizational impact of IS choices. The course does not require prior knowledge in IS. Moreover, the students will be trained in SQL language in order to be able to query autonomously relational databases.

IDSI31130

Bases de données

Les bases de données sont incontournables dans toutes les fonctions de l'entreprise. Un « bagage » technique minimal est requis. Au-delà, l'objectif du cours est de permettre aux étudiants de jouer un rôle actif dans les comités de projet et de pilotage, apportant la connaissance fonctionnelle aux équipes d'informatiens en charge de la mise en place des solutions informatiques. Ce cours a pour objectif de les amener à jouer le rôle d'utilisateurs avertis, aptes à prendre en compte les impacts organisationnels induits par les choix de ces solutions. Les bases de données sont au cœur de toutes les applications informatiques, qu'elles soient développées en spécifique, ou achetées en tant que solution spécialisée (progiciel) ou solution générique (ERP). Ce cours a pour

objectif de rendre les étudiants capables de participer à la conception d'une base de données et d'interroger une base de données avec le langage SQL.

IDSI31132

Excel avancé pour les managers

Ce cours est destiné à permettre aux étudiant(e)s d'acquérir une maîtrise approfondie du logiciel Excel dans le cadre d'une utilisation professionnelle intensive. Ce cours ne nécessite pas de prérequis mais requiert une présence et un investissement continu.

IDSI31133

Advanced Excel for Managers

Managers use Excel daily all over the world and spend countless hours doing so. This course aims at teaching the advanced techniques that will save you hours and make it possible to create insightful analyses with Excel very efficiently. A lot of time is spent during the class on practical work with many short exercises and realistic trainings.

IDSI31134

Management de l'IT à l'ère numérique

Les systèmes d'information (SI) et technologies de l'information (TI) jouent un rôle stratégique dans les organisations. C'est particulièrement vrai aujourd'hui, à l'ère de la transformation numérique.

Les SI/TI sont au cœur du métier de tout manager, quelles que soient sa fonction ou son activité (planification stratégique, définition de campagnes marketing, suivi des performances...). La maîtrise des concepts de base spécifiques aux SI/TI est donc indispensable à tout diplômé ESSEC. Ce cours fondamental vise à répondre à ce besoin, en démystifiant la technologie. A l'issue du cours, les étudiants posséderont les connaissances indispensables pour pouvoir :

- Effectuer les choix de SI/TI les plus adaptés aux processus métiers qu'ils auront à gérer ou dans lesquels ils interviendront, qu'il

s'agisse de processus opérationnels ou décisionnels. Pour effectuer ces choix sereinement, il n'est pas nécessaire d'être un spécialiste de la technologie, mais il faut en maîtriser les concepts de base.

- Manager la ressource que sont les SI/TI.

IDSI31135

Managing IT in the Digital Age

A modern organization cannot function without information systems (IS), which are applications of information technology (IT) for organizations and individuals. People in organizations are not equipped to deal with situations that occur without knowing about what IS exist in organizations, how they affect organizations and their employees, how they are developed, and how they can be made more efficient and effective. The topic is therefore essential for any management student. Through a brief presentation of various key issues, application areas, case studies and presentations of students' research and/or own experience, this course discusses a number of key issues concerned with IT and IS in organizations, choices about which together form part of an organization's IT and IS strategy. Learning outcomes include acquaintance with relevant IS strategies and models together with the links with the wider business and business strategy; an understanding about how a number of factors may contribute to the success or otherwise of IS implementation; and an appreciation of the main IS/IT issues in organisations as evidenced by case studies and other literature (including material on the Web).

IDSI31137

Python Programming for Business

Students will learn with a very hands-on approach the Python programming language and discover many of its daily business uses. Both simple and powerful, this extremely versatile technology can be used for data analysis, task automation, creating online / mobile / desktop applications, artificial intelligence and many other usages.

Students will train with concrete business cases and collaborate to create their own application that they will demonstrate at the end of the course.

After this class, they should be able to implement similar solutions in a professional environment.

IDSI31206

Applied Cybersecurity Strategy for Managers

In March 2014, the successful start-up MtGox filed for bankruptcy after being hacked and losing \$480 million. In May 2014, retail giant Target was hacked – the firm compromised 40 million customer credit/debit cards. The CEO and the CIO were fired following this incident. Lesson learned: if you love your current job as a CEO and want to keep it, or if you care about your business as an entrepreneur, do not neglect your cyber security strategy.

Why have LSE, Tepper, Krannert, MIT, and INSEAD launched cybersecurity courses for their MBA students? Because cybersecurity is a very managerial and strategic topic. This course aim is to provide an understanding of information security challenges and an overview of strategic best practices. We believe this course to be essential for any management position implying decision-making in uncertain environments (top management, consultancy, etc.). This course will be an asset for entrepreneurs, risk managers, consultants or future CEOs. The purpose of this course is to highlight the innovativeness of cybercriminals and discuss the implications for cyber security tactics and strategies. This course will help students assess information security risks, react in times of crisis and reflect on cyber security governance and strategy. No IT knowledge is required; we will adopt a business point of view and stay at a strategic level throughout the course.

IDSI31208**Pilotage de projets digitaux**

Cours en partenariat avec FABERNOVEL CODE
 Les leaders de la nouvelle économie (Uber, Amazon, etc.) révolutionnent des industries entières grâce au digital. Les organisations doivent désormais consolider leur leadership en utilisant les mêmes règles du jeu. Ce cours enseigne aux décideurs de demain les méthodes agiles de manière interactive.

IDSI31209**Digital Project Management**

*Course in partnership with FABERNOVEL CODE.
 Leaders of the New Economy (Uber, Amazon, etc.) are revolutionizing entire industries through digital. Organizations must now consolidate their leadership using the same methods.*

This course presents the tools and methods used in the New Economy to quickly launch excellent web and mobile products that will sustainably impact their market.

Based on the Lean Startup, Design Thinking, Scrum and Lean Analytics methodologies, the course covers all steps of a product's life cycle from its conception and development to its launch and market positioning strategy (product/market fit).

IDSI31210**Programmation VBA**

La maîtrise du langage Visual Basic

Application est un atout pour les étudiant(e)s et, dans certains secteurs professionnels, une nécessité.

Ce cours est destiné aux étudiant(e)s souhaitant acquérir une connaissance approfondie du langage de développement d'applications dans l'environnement Excel et, plus généralement, se familiariser avec l'approche Objet.

Une bonne connaissance d'Excel est recommandée.

IDSI31211**VBA Programming**

Mastering the Visual Basic for Application (VBA) language is an advantage for students that want to work faster with Excel and a must in some professional sectors.

This course is for students willing to acquire an in-depth knowledge of the language used to add new functions, create automated procedures, react to user actions and develop applications in the Excel environment. A good command of Excel is required.

IDSI31224**Langage C**

L'objectif de ce cours est d'apprendre la programmation et pratiquer un langage de référence. Tout au long de ce cours le langage Ce sera mis en pratique dans des projets concrets : programmation d'objets connectés, analyse de données en temps réel en gros volume et création d'application web. Les étudiants travailleront en groupe sur un projet d'application réaliste afin de maîtriser le cycle de développement du début à la fin.

IDSI31235**e-Business in Asia**

Given on the ESSEC Campus in Singapore

Introduction:

E-Business is the ability to exchange information and perform transactions between enterprises, their business partners and consumers using electronic media. The growth in the use of the World Wide Web as a consumer information and transaction media has had a huge impact on the operations and management of most business in the early 21st century.

In many cases, the nature and power structure of the entire sector has changed practically overnight.

Organizations of all size are being forced to consider the implications of E-Commerce for their continued growth and survival. Furthermore, e-Business has brought new opportunities for organizations to innovate in different industry sectors.

Adopting a managerial approach, this module provides students with the knowledge needed to participate in such decisions. A special focus is given to the Asian markets.

Learning goals:

On completion, participants will :

- Understand the technological elements that drive successful electronic commerce initiatives in Asia;
- Be able to participate in the design, development, implementation and assessment of electronic business projects;
- Understand current trends and issues in the Asian electronic marketplace; and
- Be prepared for the operational, tactical and strategic management of electronic business projects.

IDSI31338

Création de sites Web

La place prépondérante occupée par Internet aujourd’hui fait de la création d’un site web une étape essentielle pour la réussite de tout projet ou entreprise. Ce cours permet aux étudiants de connaître et comprendre tous les points cruciaux, les techniques et les technologies permettant la réalisation d’un site web dynamique moderne. Les étudiants créeront leurs propres sites web pour rendre ce cours aussi concret que possible.

IDSI31339

Website creation

The web has become more and more strategic in the success of any personal or professional project. This class helps participants to know and understand the key steps, techniques and technologies used in creating modern dynamic website projects. Students will create their own websites to make it as practical as possible.

IDSI31341

e-Business Strategy and Operations

The growth in the use of both the Web Mobile and Social as a consumer information and shopping media has transformed many sectors. In many cases, the nature and power

structure of the entire sector has changed practically overnight.

Thus, having a customer focused transaction presence has become a necessity for practically every company, and many companies now exist solely in the online space as “pure-play” electronic businesses. Adopting a managerial rather than a technical approach, this course provides participants with the knowledge needed to participate in and manage the development of e-Business. Its aim is not to teach coding or other technical skills, but to help participants understand the processes involved and give them the knowledge and competencies to be able to interact effectively with development professionals.

IDSI31343

Digital Transformation

The exponential rise of digital technologies over the past decade has deeply transformed the world we live in. Companies have had to undergo a radical transformation, which should continue for a long time:

- They need to acquire new competencies; for this, they are ready to entrust “digital natives” with posts of responsibility. These young recruits have to demonstrate their ability to respond to the new business challenges that these companies are faced with.
- They call upon specialized agencies that can provide them with solutions on a given domain of expertise but without necessarily bringing them a global approach that responds to all the new challenges that they are confronted with. Capgemini Consulting is specialized in accompanying companies in their digital strategy and providing them with a global approach to solving new challenges (using A.I. along the value chain, imaging IoT solutions, applying Design Thinking approaches, having a more sustainable usage of Digital, etc). CapGemini works in all corporate domains: Strategy, Marketing, Distribution, After sales

service... and will accompany the teaching of this course.

IDSI31345 Digital Humanism

The course aims to complement all digital classes at ESSEC, which are either business, strategy, marketing or tech-oriented, with a human & social sciences approach to digital. The Course is an elective for the Digital Disruption Chair.

The course focuses on the following learning goals: Managing in uncertainty and complexity in a digital era, and Managing for sustainability and positive societal impact.

More specifically it aims to teach and debate the impact of digital tools, methodologies and mindsets on human beings and human organizations (teams, corporations, society). It also aims to reconcile the usage of digital towards a new form of humanism: we will explore how digital can improve self-development and interpersonal communication (soft skills), reinvent corporate development with humans at the heart (new culture, organizational and business models), as well as push us towards more conscious societal choices (what future(s) for jobs, education, information, entertainment, health, etc, in a hyper-digital world).

IDSI31377 Business Intelligence

Business Intelligence (BI) is defined as the technologies and processes for collecting, blending, modeling, analyzing and visualizing data in order to gain insights and make better decisions. BI plays a critical role in supporting the decision-making process, helping managers to make informed decisions. Moreover, in the age of big data and artificial intelligence, BI and analytics are key strategic differentiators between companies.

The course presents information systems and technologies pertaining to decision making, as well as BI-specific modeling techniques

(including multidimensional modeling). The course stresses:

- hands-on experience with tools. The main tools used in this course are Tableau (for data discovery, visualization, and dashboarding) and Orange (for visual data mining, including text mining).

- application to concrete decision examples from various domains (marketing, finance, operations...).

The ultimate aim of the course is to arm students with the knowledge and skills pertaining to the use of Information Systems (IS) and Information Technology (IT) for decision making.

IDSI31400 Analyse prédictive avec SAS

Pour le descriptif de cours, veuillez consulter le cours équivalent IDSI31401.

IDSI31401 SAS Tools for Predictive Analytics

This course covers the skills required for analyzing data and assembling analysis using the SAS Platform Viya for predictive modeling, Data Mining and Machine Learning: decision tree, regression, neural network, Gradient Boosting, Random Forest, SVM models and others. Upon successful completion of the course, students should possess an operational knowledge of the SAS Viya in order to achieve the following:

- Build and understand predictive models such as decision trees, regression models, neural networks (and other algorithms like SVM, PLS Regression, Knn...)
- Compare and explain complex models
- Design scoring tools, generate and use score codes
- Define a SAS Enterprise Miner project and explore data graphically
- Modify data for better analysis results (transform variables, missing data...)
- Apply association and sequence discovery to transaction data (clustering techniques)

- Use other modeling tools such as rule induction, gradient boosting, and support vector machines.

IDSI31420

Séminaire de département IDS

Ce séminaire offre aux étudiants l'occasion d'approfondir leurs connaissances sur différents sujets en systèmes d'information. Le contenu dépendra des intérêts actuels des professeurs et des derniers développements.

IDSI31421

Department Seminar in Information Systems

This seminar provides students with an opportunity to deepen their knowledge on different topics in information systems. The content will depend on professors' current interests and latest developments.

IDSI31433

Chair Seminar Digital Disruption

Réserve aux étudiants de la chaire.

Voir chapitre « Spécialisations ».

IDSI31451

Information Strategy & Governance

This course presents the information considered as an asset. The students will understand how and why information is created, processed, analyzed, saved, made available, and destroyed in business settings. Information strategy and governance relies on technology, people, and organizational components that students must master.

As information plays a crucial role in globalization processes, students are faced with this complexity in their career development. The information may be an enabler but also a source of additional risks for managers. The aim of this course is to facilitate their understanding of the role of information in the globalization era. Information governance may lead to competitive advantage. Lack of information governance may induce higher risks for

entrepreneurs. Students must understand how business relies on information to achieve their goals. This understanding contributes to acquire leadership skills.

Students will be able to discuss and analyze the efficiency (Green IT) of sustainable information strategy and governance, and to provide relevant solutions anticipating the effect of data volume growth.

IDSM31080

Mise à niveau Mathématiques

Réserve aux étudiants AST.

Ce cours donne une mise à niveau sur les fondamentaux mathématiques que sont les techniques de calcul et de dénombrement, les grandes familles de fonctions et leurs graphes, les limites de fonctions, le calcul de dérivées et les intégrales, ainsi qu'une introduction à l'optimisation. Selon Curwin & Slater, “*calculus is about the measurement of change. It provides the methodology to calculate the rate of change and indeed, whether the rate of change is decreasing or increasing*”. Mesurer le changement et optimiser des décisions de production, d'allocation de ressources ou de tarification ont des applications naturelles dans divers domaines du management, notamment en économie, finance et en planification de gestion. Modéliser une fonction de demande est également utile en marketing. Des outils d'analyse quantitative sont alors nécessaires pour évaluer à quel rythme et avec quelle intensité l'environnement économique et managérial est en train d'évoluer, quel est l'impact d'une politique de gestion donnée, ainsi que pour aider à prendre les meilleures décisions possibles.

IDSM31081

Refresher Course Mathematics

Reserved for the AST students.

This course gives a refresher of basic mathematics such as counting and sum calculus, graphs of functions, limits and differentiation, as well as an introduction to optimization. As Curwin & Slater say,

"calculus is about the measurement of change. It provides the methodology to calculate the rate of change and indeed, whether the rate of change is decreasing or increasing." Measuring change and optimizing decisions or prices have natural applications to various fields of management, especially economics, finance and optimal planning. Modelling a demand function is also useful in marketing. Analytical tools are needed then to evaluate how deeply and how fast the managerial environment varies, to measure what the impact of a given policy is, and also help make the best decisions.

IDSM31183 Financial Mathematics: Probability in Finance

The main objective is to lay the mathematical (mainly probabilistic) foundations for market finance (portfolio management, risk analysis, pricing options, etc.).

We will revisit and introduce probabilistic concepts, illustrating them with models, from the binomial model to the Black-Scholes model considered as a first approximation to the practical world of option pricing. These models, artificial from a finance perspective and simple, lead us to essential ideas and important probabilistic methods of the stochastic calculus, used as a foundation to develop more refined models.

IDSS31081 Refresher Course Statistics *Reserved for the AST students.*

Statistics mainly comprises three large domains. Data production in business basically refers to sampling and surveys. Descriptive statistics allows exploring and summarizing data by means of tables, numerical measures and graphics. Stochastic modeling is based on probabilistic methods that constitute the area of mathematical statistics. This course aims at presenting the main concepts, methods and strategies used in the three domains of statistics. Several real examples will be also presented so as to make

the understanding of concepts and statistical methods easier and directly connected to business and related fields where they provide support to decision making processes.

IDSS31161 Introduction to Econometrics

This course aims to introduce the basic concepts of econometrics and modeling approaches so that students are able to:

- Implement suitable statistical methods for the construction of econometric models
- Assess the validity of econometric models
- Use econometrics software.

The assimilation of the concepts of this course, learning tools and modeling approaches will be based on examples in the fields of finance, insurance, marketing... Although many software packages exist: Econometric Views (E-Views), RATS, SAS, MATLAB, S-Plus... we will use R in the class room but the students are free to use any software.

At the end of this course, students should be able to build econometric models and use software. They will also have to be able to assess the validity of econometric studies.

This course is required for students who choose Finance Market Track of Finance Department. This course is also a mandatory to access the Risk Actuarial Track - ESSEC-ISUP for the Actuary degree. This course is essential for students who are orientated towards the M2 "Probability and Applications in Finance".

IDSS31165 Business Data Science

This course deals with data mining methods, and aims at developing analytical problem-solving skills. It presents quantitative methods apt to support decision-making processes in the face of uncertainty. Participants shall learn how to manage complex data sets with an information retrieval approach.

More specifically, this course provides the students with the methodological principles of the multidimensional data analysis methods most often used in private companies (e.g. in the areas of marketing, quality control, human resources, strategic management, finance, customer satisfaction, credit scoring, etc). The course lets the students familiarise with the practice of these methods and teaches how to present the results to decision makers.

It relies on quantitative methods that require students to master basic notions of statistics and probability theory. The software used in this course is R.

IDSS31201

Forecasting and Predictive Analytics

Upon successful completion of the course, students should **possess valuable practical analytical** about principal and models used in forecasting and predictive analytics. In particular, the knowledge acquired in this course will benefit those who plan careers in analytics, marketing, strategic consulting, financial services, and more.

More formally, the course will provide participants with the following skills and knowledge:

- Understand the importance of forecasting for planning and decision making
- Be familiar with the difference between descriptive and forecasting goals, and understand the notion of predictability
- Understand how different models and methods can be used for forecasting time series and be familiar with popular methods, including automated forecasting techniques
- Know how to evaluate the performance of a forecasting method, and to compare and combine methods

The course is complementary to *IDSI31401 "SAS Tools with Predictive Analytics"* but different in the sense that the focus in the Forecasting & Predictive Analytics course is on understanding the methodology, techniques and limits to forecasting through statistical and econometric analyses.

IDSS31201 is more a course on how to use the software SAS for forecasting and prediction.

IDSS31265

Statistical Inference

The goal of data analysis is to discover useful information, to suggest conclusions and to support decision-making from data available to organizations and businesses. In order to correctly interpret its implications, the right statistical tools are needed. Statistical inference is important in order to analyze data properly. It consists in the use of statistics to draw conclusions about some unknown aspect of a population based on a random sample from that population.

The objective of this course is to introduce the main tools of statistical inference as well as to teach a practical know-how in the construction of models for concrete problems. Concepts addressed in the course will be illustrated by examples and practical exercises carried out in R. The course relies on quantitative methods that requires students to master the basic notions of statistics and probability theory

IDSS31267

Financial Econometrics

This course is aimed at students interested in dynamic modeling in finance (insurance and actuarial studies).

This course allows students to understand and use the econometric models developed over the last two decades to analyze dynamic phenomena. Case studies on asset price forecasting, portfolio allocation (CAPM), Volatility measurements, etc., illustrate the concepts and tools.

The aim of econometrics is to provide theoretical models with a link to actual data. Hence, empirical implementation is a necessity in such a course. We mainly use R. This course enables students to directly develop an operational modeling ability in market finance, insurance and actuarial

Compulsory course:

- For students who aim for the Actuarial studies / Insurance track and the diploma from the "Institut des Actuaires" (IA, as part of the ESSEC-ISUP agreement).

Accepted course for the:

- Market Finance track, Applied Economics track, Business Analytics Methods Track

IDSS31405**Accenture Strategic Business Analytics****Chair Seminar****Case Studies in B-Analytics**

The seminar is reserved to students admitted to the Accenture Strategic Business Analytics Chair.

IDSS31421**Department Seminar in IDS**

The seminar is reserved to students admitted to the Accenture Strategic Business Analytics Chair

In 2020-2021, the topic will be:

Artificial Intelligence for Business

The purpose of this course is to learn what the potential of artificial intelligence (AI) for companies and society. Today it is not clear what exactly is meant by AI and what its impact is. We will learn about the potential of AI by focussing on use cases from several sectors such as banking, retail, telecom, we reserve part of the course to discuss the limitations of AI. We develop on how strategy and AI can be combined successfully as in the leading data driven companies, special attention to KPIs that define business strategy is planned. Several speakers will be invited to explain how they create value thanks to AI. Readings and presentations from the participants are integral part of the course. Since in practice there is no AI without data, the focus is definitely data oriented. No advanced coding skills are required but you should be able to run programs in Python, R.

Les professeurs du département / Faculty Department Members



Claudia ARCHETTI
A l'ESSEC depuis 2019



Frank K.Y. CHAN
A l'ESSEC depuis 2013



Vincenzo ESPOSITO VINZI
A l'ESSEC depuis 2007



Laurent ALFANDARI
A l'ESSEC depuis 2000



Guillaume CHEVILLON
A l'ESSEC depuis 2006



Thomas HUBER
A l'ESSEC depuis 2019



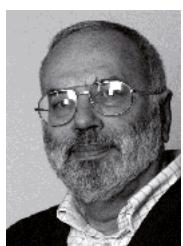
David AVISON
A l'ESSEC depuis 2000



Isabelle COMYN-WATTIAU
A l'ESSEC depuis 1988



Jean-Pierre INDJEHAGOPIAN
A l'ESSEC depuis 1970



Dominique BRIOLAT
A l'ESSEC depuis 1972



Anne-Marie DUSSAIX
A l'ESSEC depuis 1971



Olga KLOPP
A l'ESSEC depuis 2017



Marie KRATZ
A l'ESSEC depuis 2006



Ivana LJUBIC
A l'ESSEC depuis 2015



Nicolas PRAT
A l'ESSEC depuis 1999



Thomas KUDE
A l'ESSEC depuis 2016



Julien MALAURENT
A l'ESSEC depuis 2013



Jeroen V.K. ROMBOUTS
A l'ESSEC depuis 2013



Yan LI
Campus de Singapour
A l'ESSEC depuis 2007



Jan ONDRUS
Campus de Singapour
A l'ESSEC depuis 2007

Les chargés de cours / *Adjunct Lecturers*

Cette liste est donnée sous réserve de changements.

Fabrice BARTHÉLÉMY – Florian BRUN – Nicolas CHAINE – Franck COMBE – Grégoire DE LASSENCE – Alexis de la TOUR du PIN CHAMBLY – Camille DELAMAR – Abdelmounaim – DERRAZ Delphine DUBART – Anass EL ALAMI IDRISI – Dominique FAURE – Arthur FÉGER – Bruno FISCHER COLONIMOS – Quentin ELHAIK – Arthur GAUDRON – Pierre GIRARD – Christophe HARRER – Véronique HEIWY – Véronique JACOB – Dragoslav LJUBIC – Zoubida KEDAD – Alexis MAINGARD – Yves MEISTERMANN – Hervé MORAT – Florens ODENDAHL – Danièle PERRET GENTIL – Eric PLANTIER – Jean-Philippe POISSON – Jean-Loup RICHET – Geneviève ROLLET – Jean-Louis ROQUE – Nicolas SILBERMAN – Sonia SIREYJOL – Eric SOUTIL – Trong-Tuong TRUONG – Francesco VIOLANTE.

Management / Management



Professeurs responsables de département / *Department Head*: Ha HOANG
 Assistantes / *Assistants* : Zoubida BERKANE, Ursula CELANIE, Ana GUTIERREZ, Jessica ROUSSEL.

Le Management a pour objectif de développer une vision globale de l'entreprise. C'est pourquoi les enseignements du département couvrent les domaines de la Stratégie, de l'Entrepreneuriat, du Comportement Organisationnel, des Ressources Humaines, ainsi que l'imbrication du Management et de l'Entreprise dans son environnement social et politique. Les managers ont un rôle essentiel : ils font la synthèse, ils donnent l'exemple, et ils définissent les priorités. C'est pourquoi les cours et les séminaires préparent à la prise de responsabilités dans l'entreprise en permettant de cerner les questions stratégiques et organisationnelles et en sensibilisant à la dynamique des relations sociales et interpersonnelles dans l'entreprise, notamment par le développement des capacités de réflexion par des cours d'éthique, de psychologie et philosophie. Les questions concernant la stratégie, la structure, les comportements, les ressources humaines et l'initiative entrepreneuriale doivent être mises en cohérence dans la pratique du management. Le pôle Entrepreneuriat ESSEC Ventures développe en particulier la problématique de la création et du management entrepreneurial.

Les enseignements du département comprennent :

Deux cours fondamentaux, requis pour le Master :

- MGTP31100 Individus et organisations
- MGTS31102 Stratégie et management

Des cours d'approfondissement avec six orientations majeures :

- Entrepreneuriat
- Management des Ressources Humaines
- Management et processus organisationnels
- Psychologie et développement personnel
- Stratégie des services et de l'innovation
- Stratégie

Management endeavors to develop a comprehensive perspective on the firm and its actors. The departmental offer therefore covers the domains of Strategy, Entrepreneurship, Organizational Behaviour, Human Resources, and the social and political embeddedness of Management and the Firm. Managers play an essential role: they provide a synthesis, they set an example, and they define priorities.

The courses and seminars offered by the department prepare students for such responsibilities in the world of business by developing an understanding of the firms' strategic and organizational issues, and by creating the awareness of the individual and collective dynamics inside the organization, in particular through the development of individual reflexive skills by courses in ethics, psychology and philosophy. Issues regarding strategy, structure, organizational behaviour, human resources, and entrepreneurship must find mutual coherence in practice. In addition, the ESSEC Ventures Entrepreneurship program particularly develops the specific perspectives of starting and managing a new venture.

Teachings of the department include:

Two core courses, required for the Master program:

- MGTP31101 People and Organizations
- MGTS31103 Strategy and Management

Specialization courses with six major orientations:

- Entrepreneurship
- Human Resources Management
- Management and Organizational Processes
- Psychology and Personal Development
- Services and Innovation Strategy
- Strategy

Cours fondamentaux / Core courses

		Specializations	
		Strategy & Innovation	People & Organizations
MGT31102/31103	Stratégie et management/ Strategy and management	MGT31100/31101 <i>Individus et organisations/ People and Organizations</i>	
MGT31201	<i>Advanced steps in entrepreneurship</i>	MGT31221 <i>International Strategy and Management</i>	MGT31213 <i>Gestion des ressources humaines / Human Resources Management</i>
MGT31282	<i>De la start-up à la PME</i>	MGT31223 <i>Stratégie Concurrentielle / Competitive Strategy</i>	MGT31227 <i>Management of Organizations</i>
MGT31322	<i>Retournement des Entreprises</i>	MGT31265 <i>Corporate Strategy</i>	MGT31233 <i>Diversity and Inclusion: Managing oneself and Leading Others</i>
MGT31360/31361	<i>Entrepreneuriat / Entrepreneurship</i>	MGT31268 <i>Les fondements de la stratégie</i>	MGT31302 <i>Mobilité internationale et expatriation</i>
MGT31362/31363	<i>Concevoir une entreprise / New Venture Design and Planning</i>	MGT31271 <i>Managing International Business in Asia (Singapore)</i>	MGT31407 <i>Mobilité internationale et expatriation</i>
MGT31370	<i>Entrepreneurship in Asia (Singapore)</i>	MGT31404 <i>Pratique conseil en stratégie</i>	MGT31421 <i>Leadership and Diversity</i>
MGT31402/ MGT31403	<i>Intrapreneuriat / Intrapreneurship and Managerial Models</i>	MGT31421 <i>Department Seminar in Strategy</i>	MGT31421 <i>Department Seminar in Management</i>
MGT31404/31405	<i>Entrepreneuriate-Business / e-Business Entrepreneurship</i>	MGT31405 <i>« Strategy Execution »</i>	MGT31405 <i>Séminaire de département en management / Department Seminar in Management</i>
MGT31409	<i>Cleantech Entrepreneurship & innovation</i>	MGT31208 <i>Travail, individu et société</i>	MGT31241 <i>Auto & Mobility Industry Strategy</i>
MGT31420	<i>Séminaire de département MGT31420</i>	MGT31210 <i>Mise en scène du comportement/</i>	MGT31225 <i>Global Strategy and the Luxury Business</i>
MGT31356/31357	<i>Management d'innovation / Innovation Management</i>	MGT31211 <i>Behavior in Public: a Training</i>	MGT31403 <i>Agri-food Sustainable Development</i>
MGT31421	<i>Leadership</i>	MGT31217 <i>Leadership</i>	MGT31411 <i>Design Thinking for Food Transition</i>
MGT31481	<i>Team Building Seminar</i>	MGT31481 <i>Smart Technologies for Food Business Technology</i>	MGT31324 <i>Ethique et décision/</i>
			MGT31409 <i>Ethics and Decision-making</i>
			MGT31241 <i>Transhumanisme : enjeux économiques, sociaux et philosophiques</i>

MANAGEMENT DES SERVICES / SERVICES MANAGEMENT	Responsable(s) du cours /course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory prerequisite(s)	Prérequis recommandé(s) / Recommended prerequisite(s)	Equivalent(s) / Equivalent(s)
MANAGEMENT DU SECTEUR DE LA CULTURE / MANAGEMENT OF THE CULTURAL SECTOR				
MGTM31234 Management culturel	L. Bibard			
MGTM31235 Art and Culture Management	S. Sgourev			
MGTM31239 Esthétiques et Art History	S. Sgourev			
MANAGEMENT DU SECTEUR AGRO-ALIMENTAIRE / MANAGEMENT OF THE AGRIT-FOOD SECTOR				
MGTS31401 Agri-food Sustainable Diet	O. Fourcadet			
MGTS31403 Design Think. For Food Trans.	O. Fourcadet			
MGTS31411 Smart Tech. For Food Business	O. Fourcadet			
ENTREPRENEURIAT / ENTREPRENEURSHIP				
MGTE31201 Advanced steps in Entr.	J. Lepoutre	MGTE31360 or MGTE31361 or MGTE31370 or DEV31210 or DEV31211 or MGTE31362 or MGTE31363 or DEV31268 or MKGF31230		
MGTE31282 De la start-up à la PME	J. Lepoutre			
MGTE31311 Doing Business in Africa (Rabat) (1)				
MGTE31322 Retournement des entreprises	J. Lepoutre			
MGTE31360 Entrepreneuriat	J. Lepoutre			
MGTE31361 Entrepreneurship	F. Cavarretta			
MGTE31362 Concevoir une entreprise	J. Lepoutre	MGTE31360 or MGTE31361		
MGTE31363 New Venture Design & Planning	J. Lepoutre	MGTE31360 or MGTE31361		
MGTE31370 Entrepreneurship in Asia (Singapore)	S. Chai	MGTE31362		
MGTE31402 Intrapreneuriat	F. Cavarretta	MGTE31403		
MGTE31403 Intrapreneurship & Manag. Mod	F. Cavarretta	MGTE31402		

(1) En l'absence de coordinateur, ce cours est géré directement par le programme

MANAGEMENT DES SERVICES / SERVICES MANAGEMENT	Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory prerequisite(s)	Prérequis recommandé(s) / Recommended prerequisite(s)	Equivalent(s) / Equivalent(s)
MGTE31404 Entrepreneuriat e-Business	J. Lepoutre			MGTE31405 or DSSE31301 or DSSE31302
MGTE31405 e-Business Entrepreneurship	J. Lepoutre			MGTE31404 or DSSE31301 or DSSE31302
MGTE31409 Cleantech Entr. & Innovation	J. Lepoutre			MGTE31369
MGTE31420 Séminaire de département MGT*	J. Lepoutre			

* Voir descriptif de cours P.132

MANAGEMENT ET PROCESSUS ORGANISATIONNELS / MANAGEMENT AND ORGANIZATIONAL PROCESSES		Responsable(s) du cours /Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory prerequisite(s)	Prérequis recommandé(s) / Recommended prerequisite(s)	Equivalent(s) / Equivalent(s)
<i>MGTM31201</i>	<i>Asian Culture and Society (Singapore)</i>	X. Pavie			
<i>MGTM31227</i>	<i>Management of Organizations</i>	J. Takagi			MGTM31226
<i>MGTM31241</i>	<i>Managing Business Networks</i>	V. Yakubovich			
<i>MGTM31320</i>	<i>Gestion de l'innovation (Rabat) (1)</i>	V. Yakubovich			
<i>MGTM31356</i>	<i>Management d'innovation</i>	V. Yakubovich, X. Pavie, K. Yong			<i>MGTM31357</i>
<i>MGTM31357</i>	<i>Innovation Management in Asia</i>	V. Yakubovich, X. Pavie, K. Yong			MGTM31356
<i>MGTM31420</i>	<i>Séminaire de département MGT</i>	L. Bibard			
<i>MGTM31421</i>	<i>Department Seminar in MGT</i>	L. Bibard			
SEMINAIRE DE CHAIRE / CHAIR SEMINAR					
<i>MGTM31407</i>	<i>Lead. & Diversity Chair Sem.</i>	J. Takagi			
MANAGEMENT AND HUMANITIES / MANAGEMENT AND HUMANITIES					
<i>MGTM31214</i>	<i>Philosophie et commerce</i>	L. Bibard			<i>MGTM31215</i>
<i>MGTM31215</i>	<i>Philosophy and Trade</i>	L. Bibard			<i>MGTM31214</i>
<i>MGTP31204</i>	<i>Ethique et décision</i>	L. Bibard			<i>MGTP31205</i>
<i>MGTP31205</i>	<i>Ethics and Decision-making</i>	L. Bibard			<i>MGTP31204</i>
<i>MGTP31300</i>	<i>Genre, économie et politique</i>	L. Bibard			<i>MGTP31301</i>
<i>MGTP31301</i>	<i>Gender, Economy and Politics</i>	L. Bibard, J. Takagi			<i>MGTP31300</i>

In italic, courses taught in English.

Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.

Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.

(1) En l'absence de coordinateur, ce cours est géré directement par le programme

PSYCHOLOGIE ET DÉVELOPPEMENT PERSONNEL / PSYCHOLOGY AND PERSONAL DEVELOPMENT		Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory prerequisite(s)	Prérequis recommandé(s) / Recommended prerequisite(s)	Equivalent(s) / Equivalent(s)
Cours fondamental / Core course					
MGTP31100	Individus et Organisations <i>People and Organizations</i>	J. Takagi			MGTP31101
MGTP31101		J. Takagi			MGTP31100
Cours de gestion / Management courses					
MGTP31201	<i>Personality Theory</i>	J. Takagi			
MGTP31203	<i>Intercultural Management</i>	J. Takagi			
MGTP31206	Profils personnels et carrière <i>Personality Styles and Careers</i>	A. Bernard, M. Thévenet			MGTP31207
MGTP31207		A. Bernard			MGTP31206
MGTP31208	Travail, individu et société <i>Work, individual and society</i>	J. Takagi, A. Ancelin-Bourguignon			
MGTP31210	Mise en scène du comportement <i>Behaving in Public: a Training</i>	L. Bibard			MGTP31211
MGTP31211		L. Bibard			MGTP31210
MGTP31217	<i>Leadership</i>	K. Strauss, A. Som			
MGTP31324	Transhumanisme <i>Transhumanism</i>	L. Bibard, X. Pavie			CPR031450
MGTP31481	<i>Team Building Seminar</i>	J. Takagi			
RESSOURCES HUMAINES / HUMAN RESOURCES					
MGTM31212	Gestion ressources humaines <i>Human Resources Management</i>	J.-M. Peretti, J.-L. Cerdin			MGTM31213
MGTM31213		J.-M. Peretti, J.-L. Cerdin			MGTM31212
MGTM31233	Diversity and Inclusion <i>Diversité et Inclusion</i>	S. Gröschl			
MGTM31302	Mobilité intérieure et expatriation <i>Internal mobility and expatriation</i>	J.-L. Cerdin			

In italics, courses taught in English.

*Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.
Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.*

STRATEGIE / STRATEGY	Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory prerequisite(s)	Prérequis recommandé(s) / Recommended prerequisite(s)	Equivalent(s) / Equivalent(s)
Cours fondamental / Core course				
MGTS31102 Stratégie et management	H. Hoang			MGTS31103
MGTS31103 Strategy and Management	H. Hoang			MGTS31102
Cours de gestion / Management courses				
MGTS31221 Mgt of Int'l Affairs in Africa (Rabat) (1)	A. Som			
MGTS31261 Int'l Strategy & Management	O. Fourcadet	MGTS31102 or MGTS31103		MGTS31263
MGTS31262 Stratégie Concurrentielle	O. Fourcadet	MGTS31102 or MGTS31103		MGTS31262
MGTS31263 Competitive Strategy	O. Fourcadet	MGTS31102 or MGTS31103		
MGTS31265 Corporate Strategy	H. Hoang	MGTS31102 or MGTS31103		
MGTS31268 Les fondements de la stratégie	O. Fourcadet			
MGTS31271 Managing Int'l Business in Asia (Singapore)	A. Som			
MGTS31275 Global Strategy & Luxury Bus.	A. Som			
MGTS31404 Pratique conseil en stratégie	J. Barthélémy	MGTS31102 or MGTS31103		
MGTS31421 Séminaire de département MGT*	O. Fourcadet	MGTS31102 or MGTS31103		MGTS31263
CHAIR ARMAND PEUGEOT / ARMAND PEUGEOT CHAIR				
MGTS31409 Auto & Mobility Industry Strat	J. Lepoutre			
				MGTS31408

*Voir descriptif de cours P.144

In italics, courses taught in English.

Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.

Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.

(1) En l'absence de coordinateur, ce cours est géré directement par le programme

MGTE31201**Advanced steps in entrepreneurship**

This course aims to bring together those students that have an interest in going beyond introductory notions of entrepreneurship and address some very specific challenges that entrepreneurs face and for which deeper skill and knowledge development is necessary. As such, the course will be especially made for those students that are taking the Entrepreneurship track (filière) and that have already taken introductory entrepreneurship courses. The course is based partly on lecturing, but especially on high quality exchanges with entrepreneurs on specific topics of entrepreneurship, such as sales, entrepreneurial market research, team management and impression management. Students taking this course will also find their fellow-entrepreneurship track students in the course and, as such, develop the community of entrepreneurial students at ESSEC.

MGTE31282**De la start-up à la PME**

Un parcours initiatique destiné à ceux qui ont la fibre entrepreneuriale et qui souhaitent découvrir l'univers très spécifique du management des entreprises patrimoniales indépendantes.

Ce cours pratique est conçu afin de préparer humainement et techniquement les étudiants :

- Soit à la profession de conseil indépendant en management ;
- Soit à une fonction de « N°2 », puis de dirigeant de PME ;
- Soit au métier de la « fusion-acquisition » ;
- Soit, à mieux gérer au sein de grands groupes, les relations techniques et professionnelles avec des clients ou fournisseurs représentant des petites ou moyennes entreprises indépendantes.

MGTE31311**Doing Business in Africa*****Course given on the ESSEC Campus in Rabat***

- Understand African business potential factors and risks
- Navigate local business ties with African socio-demographic contexts
- Develop a sense of detecting new opportunities for doing business in Africa
- Integrate COVID-19 impact on the future of African markets dynamics

MGTE31322**Retournement des entreprises**

Ce projet de cours complétera l'offre pédagogique de la filière entrepreneuriat. La reprise d'une entreprise en difficulté est un mode d'accès, peu coûteux et souvent efficace, à l'entrepreneuriat.

Pour les étudiants en cours de scolarité et les jeunes diplômés qui ne souhaitent pas reprendre une entreprise, la participation au retournement d'une entreprise en crise est un contexte formateur. Le cours consistera à travailler avec des experts sur un cas réel et une série de guest speakers. Pour chaque séance, il y aura un ou plusieurs guest speakers : conseil en restructuring, avocat spécialisé en restructuration, conseil de crise, manager de crise, administrateur judiciaire, affaires spéciales banque, avocat en droit social, expert en communication de crise

MGTE31360**Entrepreneuriat**

Sensibiliser les étudiants au monde de l'entrepreneuriat (explorer). Compré-hension des outils de base pour créer, reprendre et développer une entreprise.

MGTE31361**Entrepreneurship**

Introduction to Entrepreneurship

The course aims to introduce participants to entrepreneurship as a wealth creation and value adding process, and give them the necessary conceptual and practical

background on what is involved in creating a new enterprise. It is oriented toward providing students with the various methods & frameworks of entrepreneurial activities.

MGTE31362

Concevoir une entreprise

Ce cours aide les étudiants à mettre en pratique les connaissances et compétences acquises dans les disciplines de gestion pour concevoir, valider et planifier une création d'entreprise.

Les étudiants ayant un projet entrepreneurial immédiat trouveront dans le cours un contexte favorable à la maturation du projet. Les étudiants qui n'ont pas un projet de création d'entreprise pourront y acquérir une approche et des outils utiles dans d'autres contextes.

MGTE31363

New Venture Design and Planning

The purpose of this course is to enable students to use academic and professional knowledge and skills to turn a venture idea into a business.

In the process, the benefits and advantages of a Business Plan are explored.

Students with an interest in-launching a new business will be able to get an experience in a hands-on way, and get methodical coaching and guidance in the process.

Students who do not intend to launch a business in the short run will acquire skills in uncertainty management, entrepreneurial marketing, business planning and team-work.

MGTE31370

Entrepreneurship in Asia

Given on the ESSEC Campus in Singapore

This course has the same objectives as MGTE31361, but uses a focus on Asian ventures and context.

MGTE31402

Intrapreneuriat

"En 2020-2021, seul l'équivalent en anglais

MGTE31403 sera offert"

Ce cours explore les problèmes auxquels sont confrontés les managers pour créer de nouvelles activités (services ou produits très différents) dans des organisations existantes. Dans la plupart des entreprises, les praticiens souffrent d'une tension inconsciente entre deux modèles managériaux : d'un côté, la méthode scientifique centrée sur la planification qui sous-tend le management classique (Taylorien); de l'autre, la nature émergente et apparemment imprévisible de l'entrepreneuriat (Lean).

Ce cours est conçu pour aider les étudiants à naviguer cette tension et à être conscient de leur propre représentation une fois sur le terrain, en particulier en intrapreneuriat. Il permet de comprendre quand et comment bien choisir entre les deux approches, à détecter les dérives et à faire preuve de leadership afin de faire émerger des projets de la bonne manière.

Le cours sera utile aussi bien pour les étudiants avancés en entrepreneuriat que pour les étudiants non spécialisés, du moment qu'ils maîtrisent déjà la formation de base en management (humain, stratégie, marketing, planification financière, etc.). Il exposera les concepts de base des frameworks entrepreneuriaux modernes (effectuation & lean) et identifiera le contraste avec le paradigme dominant du management Taylorien classique.

Pour les étudiants non entrepreneurs, il motivera et fournira les clés à devenir un intrapreneur avec un futur employeur. Pour ceux qui ne suivront pas toute la filière entrepreneuriat, ce cours peut également servir d'initiation à l'entrepreneuriat, préparant ainsi à un changement ultérieur de carrière vers l'entrepreneuriat.

MGTE31403**Intrapreneurship & Managerial Models**

This course addresses the methodological difference between entrepreneurship (e.g., effectual and lean) compared to managing in existing organizations (i.e., Taylorian scientific management). It explores the challenges managers face when trying to build new ventures (i.e., significantly different new lines of business, services or products) in existing organizations, i.e., the process known as intrapreneurship.

The course exposes the difference in mental models underlying the different types of activities that managers vs. entrepreneurs engage in. It allows students to identify their own representations, decide when each model would be appropriate and be careful of drifting in the wrong direction in field situations.

Cases, examples and exercises explore the practicalities of intrapreneurship.

This course will be useful to both students advanced in entrepreneurship and those not focused on this, as long as they understand the basics of management. It exposes modern entrepreneurial frameworks

(Effectuation&Lean) and contrast them with the dominant optimization-driven paradigm underlying generic business education (fixed-cost obsessed).

For entrepreneurship-focused students, it revisits modern entrepreneurial tools and explore the difficulties to implement them, with a focus on corporate environments. It also trains against the danger of unconsciously reverting to traditional managerial method (i.e., Taylorian) when one should stick to genuine entrepreneurial attitude.

For non-entrepreneurship students, taking the course explores the possibility of becoming an intrapreneur with a future employer. It can also serve as a primer on entrepreneurship, hence prepare for possible career change towards entrepreneurship, at a later stage in their career. Compatibility: no

prerequisite (but knowledge of basic management course a plus); no incompatibility except specifically with entrepreneurial sections given by Professor Cavarretta, i.e., his 31402 or 31361 sections.

MGTE31404**Entrepreneuriat e-Business**

L'Internet prend une place prépondérante dans l'économie et présente de nombreuses opportunités de création de e-Business à chaque nouvelle innovation, à chaque rupture technologique. Les 20 dernières années ont vu se développer de nombreux modèles et des best practices que l'étudiant intéressé par ce domaine doit absolument connaître avant d'aborder ce sujet dans une optique professionnelle. Le but de ce cours est d'explorer, au travers d'exemples concrets et en partenariat avec les étudiants, l'environnement dans lequel ils devront évoluer ainsi que les facteurs clés de succès de la création d'un business sur Internet. Au final, ce cours permet à un étudiant de structurer sa démarche entrepreneuriale de la recherche d'opportunité au lancement.

MGTE31405**e-Business Entrepreneurship**

The continued growth of the Internet in parallel with the development of commodity technology resources and tools has fundamentally lowered the barriers to the creation and development of new businesses. Yet, few students fully appreciate the depth and breadth of e-Business models that continue to transform our business and private lives. The purpose of this course will be to explore, in partnership with the students, the breadth of e-Business models with a focus on entrepreneurial ventures and new forms of business that entrepreneurs might leverage. Furthermore, the course also has the explicit goal of helping students recognize how they might create a new business or transform an existing business through entrepreneurial activity.

MGTE31409**Cleantech Entrepreneurship and Innovation**

This course has three objectives:

1. To help students understand theoretical explanations for the origins of environmental problems grounded in environmental economics and organizational sociology.
2. To introduce a number of subdomains in the cleantech space (wind, solar, monitoring and smart-grids) and their respective problems, and
3. To have insights on the current state of the art in addressing the challenges in environmental problems within the cleantech industry.

MGTE31420**Séminaire de département MGT**

Ce séminaire porte sur des thèmes variables en fonction des intérêts des professeurs du département comme des intervenants extérieurs.

Ce séminaire de recherche à un enseignement d'une durée comparable à celle d'un cours et faisant l'objet d'UV. Mais son optique est orientée sur la recherche.

MGTM31201**Asian Culture and Society*****Course given in the ESSEC Campus in Singapore***

To understand Asian cultures through the lenses of economy, religion, politics, understand Asian cultures through the lenses of economy, religion, politics, art and history The construction of the Republic of Singapore / Singapore from Third to First World Understanding Asian Identity through Singaporean Theatre Religions in Asia (Hinduism, Taoism, Confucianism, Buddhism, Islam), temple visits Asian Civilisations Museum Speakers, experts and leaders within the local communities. To experience their culture

first-hand, we will visit them in their own context.

MGTM31212**Gestion des ressources humaines**

Ce cours de gestion des ressources humaines est présenté dans un double objectif :

- Situer la fonction ressources humaines, stratégique et contingente, ses principales missions et ses moyens aujourd'hui.
- Sensibiliser les participants aux outils de gestion décentralisée des ressources humaines pour gérer, motiver et développer les potentiels dont ils seront responsables, individuellement et collectivement dans une approche « Tous DRH ».

MGTM31213**Human Resources Management**

The people make the place! Future managers - how will you select the right people, and motivate and develop them?

This course on human resource management (HRM) is designed for anyone who will be managing people in organizations. Knowing how to select, motivate, develop, and reward talent is going to be critical for anyone from future managers rising through the ranks of multinational corporations to entrepreneurs starting their own business. This course is not only for those specifically interested in the HR function but aims to develop future potential managers keenly aware of the crucial importance of human resource policies for individual and organizational performance.

MGTM31214**Philosophie et commerce**

Le cours a pour objectif de donner aux étudiants une perspective de long terme sur l'évolution des relations entre philosophie, économie, politique et commerce, de manière à comprendre les grands enjeux sociétaux contemporains. Il passe par un examen de la manière dont s'est déroulée l'histoire de la philosophie à partir d'une opposition initiale entre philosophie et commerce (époque de la

philosophie grecque), jusqu'à l'intégration contemporaine de l'économie comme science et thème fondamental de la philosophie, avec les questions fondamentales que cela pose.

MGTM31215

Philosophy and Trade

Most often then not, classical political philosophers were not sympathetic to trade. The reasons usually concerned "economic externalities", such as (as we shall see) the preservation of moral (religious) and civic virtues of the citizens. But this also reflects a biased attitude of the philosopher towards the political power in the state, respectively the freedom of the subjects. Modern times can also be characterized, among other features, by a change in the views of theorists and philosophers towards trade. These non-economic arguments pro or against trade are important to be known by economists and related specialists: even today, they help us understand the intricacies of world politics, phenomena like religious fundamentalism, anti-Westernism or the cultural resistance to globalization. Without a like understanding, one cannot hope to shape a correct view of current events, from the ongoing economic globalization, to the ascent of international terrorism. Trade is a specific economic activity and, as such, its technicalities are to be learned separately. However, trade cannot be understood without reference to the wider frame of economic action and, most important, of political intentionality. The course aims at describing, in a loose historical manner, how trade fitted within the philosophical conceptions about economy and politics over time.

MGTM31227

Management of Organizations

The aim of this course is to prepare yourself to lead and manage organizations and help each of you to improve your understanding of the processes at hand.

Recent organizational developments in the field point towards a change in value creating activities: industrial structures have become a liability, and it is important to have project-based organizations. This understanding will put you in a position to develop your leadership and management skills.

By the end of the course you will be able to better "read" the business environment, organizations and actors. You will have enough insights to "think" your organizational action. Working on your analysis of a situation, you will better know yourself and be able to determine effective ways of handling a variety of critical situations.

This course will emphasize the behavioural nature of management and will explore the formal and informal levers by which managers can achieve results in organizations.

MGTM31233

Diversity and Inclusion: Managing Oneself and Leading Others

The world is changing rapidly. Companies face increasingly diverse workforces and operate in complex environments. Responding to these challenges meaningfully requires a sustainable, lasting and consistent leadership approach which goes beyond the traditional 'doing business as usual' mindset of managers.

This course will be helping you to:

- Identify contextual and environmental changes and developments leading to increasingly diverse workforces.
- Develop skills enhancing self-awareness and self-assessment.
- Develop interpersonal skills that improve the work-related abilities of members of a diverse workforce
- Identify organizational cultural characteristics and understand their impact on organizational and individual behaviors
- Understand concepts, approaches, and practices related to the management of workforce diversity (hard and soft)

affirmative action, positive action, quotas, targets, equal opportunity, diversity management, etc.)

- Identify current initiatives and best practices, performance related aspects and future trends and challenges in the area of workforce diversity management.

The ability to exercise power and influence through networks. Deep understanding of the origins, evolution, and outcomes of networks, and by developing your social and emotional intelligence. Skilful use of new media, such as Facebook and LinkedIn, in pursuit of business objectives

MGTM31234

Management culturel

L'objectif du cours est de donner aux étudiants les moyens de comprendre le fonctionnement des institutions dédiées au développement culturel – musées etc -, au travers d'une approche pratique des dites institutions et du management spécifique que le secteur suppose.

MGTM31235

Art and Culture Management

The objective of the course is to develop students' understanding of the creative industries and their principles of operation, recognizing what differentiates them from more traditional economic sectors. Particular attention is paid to practices of art management.

MGTM31239

Esthetics and Art History

Aesthetics is a domain of knowledge that relates to the nature of art, beauty and taste. The course intends to familiarize students with the history of art, allowing them to better understand the nature of aesthetic judgment and to feel more confident in making judgments of this kind. This objective is most relevant for students interested in the luxury sector, fashion, design or the art market, but also applies to everyone with a taste for art.

MGTM31241

Managing Business Networks

Effective management of business relations and networks of individuals, groups, organizations, and industries.

MGTM31302

Mobilité internationale et expatriation

Ce cours s'adresse particulièrement aux étudiants en fin d'étude et/ou ceux qui souhaitent réfléchir à la mobilité internationale dans leur vie personnelle et professionnelle. Ceux qui s'orientent vers une carrière en RH ont aussi intérêt à suivre ce cours.

Ce cours couvre les principales questions de la mobilité internationale et de l'expatriation avec deux optiques complémentaires :

1. Sensibiliser les étudiants à la question de la mobilité internationale. Les étudiants auront la possibilité d'aborder les déterminants de l'adaptation à une nouvelle situation internationale. Ils réfléchiront également aux composantes d'une décision d'expatriation des personnes afin d'examiner dans quelle mesure la mobilité internationale peut s'inscrire à la fois dans leur projet personnel et professionnel.
2. Exposer aux étudiants la démarche et les problèmes soulevés par la gestion de la mobilité internationale. Seront abordées entre autres les politiques de recrutement, de formation et de rémunération des expatriés.

MGTM31320

Gestion de l'innovation

Ce cours est donné sur le Campus ESSEC à Rabat

Projets d'innovation et de transformation confrontent l'acteur du changement au problème de convaincre les décideurs et les parties prenantes de la valeur du projet et des

actions à engager. Pour cela le porteur de projet doit développer plusieurs compétences dont celles de poser les problèmes de façon inductive, rigoureuse et structurée, de communiquer avec les décideurs et les sponsors dont ces projets ont besoin pour être lancés et pour avancer, d'apprendre à avancer de façon agile notamment grâce aux techniques de prototypage rapide.

L'expérience montre que ces façons d'aborder les problèmes et de communiquer ne sont pas acquises de façon naturelles et qu'elles nécessitent, pour être maîtrisées, de prendre conscience de leur importance et de s'y entraîner de façon spécifique en projet.

MGTM31356 Management d'innovation

Pour le descriptif de cours, veuillez consulter le cours équivalent MGTM31357.

MGTM31357 Innovation Management

At the end of the course, you should:

- Acquire an understanding of effective approaches to innovation management.
- Develop the skills to analyze and implement a firm's innovation strategy.
- Be able to formulate an innovation strategy and identify the challenges to its implementation.

MGTM31420 Séminaire de département en management

Ce séminaire porte sur des thèmes variables en fonction des intérêts des professeurs du département comme des intervenants extérieurs.

Ce séminaire de recherche à un enseignement d'une durée comparable à celle d'un cours et faisant l'objet d'UV. Mais son optique est orientée sur la recherche.

MGTM31421

Department Seminar in Management

Various topics are covered during this seminar, depending on the professor. The seminar corresponds to a course in terms of length and grants credit. It is oriented towards research objectives.

MGTP31100

Individus et Organisations

La compréhension et l'apprentissage du comportement organisationnel peut vous apporter une meilleure compréhension de vous-même, des autres et de vos interactions dans le contexte du travail. Le « savoir-être » en entreprise est un élément important de la réussite de votre vie professionnelle... et de l'agrément de celle-ci pour vous et ceux qui vous entourent. Ce cours a pour objectif de vous permettre de mieux décoder les phénomènes humains dans l'environnement des organisations, c'est-à-dire tout ce que l'individu pense, ressent et fait, afin d'être en mesure d'influencer ce qui se passe et de prédire ce qui risque de se passer.

Comprendre ce qui se passe dans une organisation signifie comprendre :

- Ce qu'est le management des personnes et des équipes ;
- Les comportements des individus (personnalité et comportements, motivation) ;
- Le fonctionnement des groupes et des équipes (fonctionnement, dynamique et performance des équipes, communication, conflit et coopération, pouvoir et leadership) ;
- Les processus organisationnels (culture d'entreprise, changement et innovation, responsabilité sociale de l'entreprise).

MGTP31101

People and Organizations

The study of organizational behaviour provides a foundation for a better understanding of yourself, of others and of your

interactions in the context of work. The "know-how" in a company is an essential element for the success of your professional life. The course will enable you to better decode human behaviour in organizations, i.e., what individuals think and feel, as well as of the processes that govern groups. It will also give you the tools that will help you influence individual and group behaviour, as well as predict the effects of your and others' actions.

MGTP31201

Personality Theory

A solid understanding of factors which influence personality is imperative in organizational contexts where individuals must work towards effective integration and goal attainment. Organizations can be considered as collectivities of different personalities whose interactions have widespread repercussions. Organizations also systematically try to influence individual behaviour through such means as formalized rules and organizational culture. This course provides an overview of key concepts related to personality in the psychological and social psychological literature with the goal of increasing your ability to understand individual behaviour, to analyze interpersonal situations, and to generate potential action plans according to different perspectives.

- To develop the following:
- Fundamental knowledge of the main psychological theories of personality and individual behaviour.
- Understanding of their application to management practice.
- Comprehension of psychological development and change.

MGTP31203

Intercultural Management

The goals of the course are to:

- Provide a theoretical framework for understanding the concept of culture;

- Provide analytical tools founded in research to assess when and how culture impacts managerial processes (e.g. teamwork, decision-making; leadership); assess the validity of these concepts in management practice.
- Provide the conceptual tools necessary to carry out a culture audit of intercultural management situations
- Identify cultural intelligence as a skill-set that can be developed in order to enhance managerial performance in intercultural situations and global leadership.

MGTP31204

Ethique et décision

Loin de s'ajouter aux organisations, l'éthique en tant que désignation de la nature « juste » ou « injuste », efficace ou inefficace, des comportements individuels et collectifs, à la fois traverse et conditionne le fonctionnement et les dysfonctionnements organisationnels, et témoigne de leurs performances ou de leurs contre-performances. Ceci, sur les trois plans de l'économie, de la technique, et du sens. C'est en effet lors même de l'épreuve la plus ordinaire comme la plus exceptionnelle des décisions au quotidien des organisations, que l'éthique des individus et des collectifs est engagée. Le cours a pour objectif de donner les moyens aux étudiants de favoriser la meilleure capacité décisionnelle en temps réel des décisions qu'ils sont et seront amenés à prendre dans leur vie professionnelle.

MGTP31205

Ethics and Decision-making

This course provides students with an opportunity to hone their understanding of decision making through an inquiry into the foundations of moral reasoning and the analysis that arise in a wide range of business practices, both domestically and globally. The central aim of the course is to enable students to develop a framework to bridge individual leadership and corporate accountability, i.e.

decipher pathologies of power, patterns of prejudice and deal with miscellaneous forms of conflict of interest.

MGTP31206

Profils personnels et carrière

A l'issue de ce cours, les étudiants seront devenus davantage conscients de leurs forces et de leurs faiblesses personnelles en tant qu'acteurs sur le point de s'engager dans différents types de situations sociales impliquant des choix d'orientation de leur vie adulte (projet de vie, projet de travail, rapport à la société). Ce cours est structuré autour de concepts et de méthodes d'analyse propres à la psychologie et à la sociologie. Il s'agit de mettre en évidence les structures de la personnalité, les systèmes de valeurs et les mécanismes cognitifs propres aux individus, d'une part, d'évaluer les influences relatives de l'environnement social, du milieu familial et du système éducatif sur le développement de la personne, d'autre part. Un accent particulier est également accordé à la compréhension du processus d'insertion professionnelle et des modes d'élaboration de la stratégie de carrière et de vie adulte.

MGTP31207

Personality Styles and Careers

This course is essentially based on the broad use of tests. Its main objective is to assist students in orientation and preparation for professional life. Becoming more self-conscious and discovering one's preferred ways of using the abilities and competencies one has acquired is a key factor for future success. What happens to us in professional life depends not just on how well we think and interact with others, but also on how we think and develop self- and others-representations. People think and behave in different ways. As a result, misunderstandings can develop. Understanding different styles of thinking, learning and behaviour can help us prevent these misunderstandings, and motivates us to actually come to a better understanding of

each other and of ourselves. All personal styles are not ideally suited to all jobs. If some occupations allow flexibility in styles and the expression of stylistic preferences, other ones tend to reinforce a dominant style. So high-potential or highly talented people are those people whose styles match their patterns of abilities and competencies. To succeed, people need to find compatibility and maintain coherence between how they think, how they behave, professional expectations and their preferred styles.

MGTP31208

Travail, individu et société

Ce cours, qui permet de valider l'apprentissage (au même titre que le cours Profils Personnels et Carrière MGTP31206/207), a quatre objectifs :

1. Faire prendre du recul et analyser ses expériences professionnelles, en particulier sur les points suivants :
 - Quels sont les enjeux du travail et les éléments qui lui donnent du sens ?
 - Quelles sont les conséquences, en particulier pour la santé, des tendances actuelles du monde du travail ?
 - Qu'est-ce que, concrètement, travailler – en particulier, exercer sa responsabilité et sa créativité, faire face à la complexité des situations et, parfois, échouer ?
 - Quels stéréotypes, inégalités et discriminations de genre au travail
2. Permettre de travailler en profondeur son projet professionnel et personnel.
3. Faire la différence entre comportements spontanés et adaptés au travail, comprendre les siens et ceux des autres et ajuster son comportement.
4. Faire prendre conscience de la diversité des rapports au travail et des identités professionnelles.

MGTP31210

Mise en scène du comportement

Parler en public, quel que soit l'interlocuteur...individuel ou multiple n'est

pas chose aisée. Afin de pouvoir délivrer son message, il est avant tout important de se confronter à soi-même, d'apprendre à se connaître avant d'appréhender les autres. Comment s'adresse t'on à eux ? Que fait-on de son corps, de ses mains, de son regard ? Quels mots choisir ? Comment les dire ? Qu'est-ce que c'est être présent ? présent à soi ? présent aux autres ? Ce cours propose un parcours à appréhender comme un voyage où chaque station est fondamentale pour avancer.

MGTP31211

Behaving in Public: a Training

Public speaking, be it one-on-one or to a larger audience, is a difficult exercise. It's a revealing process. People show themselves not only to others but first of all to themselves.

When people are confronted to others, a whole variety of elements are called into question: the knowledge of the subject matter, skills and competences, etc.

In communicating, people listening ability and relationship to the audience are in question. What looks simple and easy in a daily life can suddenly become problematic, and a source of pressure in specific managerial situations. What words to choose? How to tell them? What to do with my body? With my hands? Where to look at? How can I feel myself as a source of meaning which is always at first, on a silent way and sometimes apparently senseless?

A pianist cannot succeed without practising his scales; a dancer cannot dance without stretching at the bar: a public speaker needs to prepare her/his speech as well, performing on stage, in front of an audience.

MGTP31217

Leadership

This course is for students who expect to advance into leadership positions, managing teams and increasing numbers of employees.

It aims to provide you with knowledge, skills, and competencies that are needed for effective leadership. This applies whether you intend to work for a large multinational company or to start your own business. This course is dedicated entirely to leadership. It will bring theory and research together with practical insights and experiences.

The first three sessions of the course focus on the leader as an individual. You will learn about your traits and characteristics as they relate to leadership, and identify key leadership skills, such as giving feedback and listening, and how you can develop them. You will become aware of your personal philosophy of leadership and you will begin to craft your identity as a leader. The next three sessions focus on leading teams. We will discuss how to design, structure, and launch a team in a way that sets it up for effective collaboration, as well as how to manage team dynamics along the way.

We will also address specific challenges of managing diverse, cross-functional, and global collaboration.

The final three sessions aim to provide you with leadership skill sets that you may need to have when you embark on an international career. These sessions focus on understanding the difficulties and challenges that leaders face in multi-cultural environments. We will explore the leadership role of country managers and their idiosyncrasies, how they balance local demands and global pressures, how they interact with host-country and home-country employees, and some of the unique leadership competencies this requires. At the end of the course, you will leave not only with a better understanding of leadership across a variety of contexts and challenges, but also with a clearer view of your own strengths and directions for leadership development.

MGTP31300**Genre, économie et politique**

L'humanité est en passe d'atteindre une étape décisive de son évolution dans le contexte de la révolution technologique contemporaine : la sexualité et la reproduction sont potentiellement désormais totalement indépendantes l'une de l'autre. Ceci tient évidemment entre autres du succès des féminismes, qui ont rendu possible une réelle libération des femmes, et l'égalisation des conditions des sexes devant la loi et dans la société.

Les régressions sont cependant nombreuses et visibles : rien ne semble encore acquis. Il semble utile dans ce contexte, d'interroger l'efficacité des études de genres, en contrepoint de ce que représenteront à l'origine les sphères de l'économie et de la politique, domaines respectifs si l'on en croit l'étymologie de chacun des deux termes, de la vie privée et du féminin d'une part, et de la vie publique et du masculin de l'autre.

MGTP31301**Gender, Economy and Politics**

In the context of the current technological revolution, humanity is reaching a strikingly important step. Sexuality and reproduction are to become definitely independent from each other. This sounds like a definitive victory of the contemporaneous feminisms, which made room to a real equality of the sexes in society, and a real freedom for women who were so far submitted to the male domination.

Regressions nevertheless become visible, slowing the process of women liberation worldwide.

In such a context, it is worth questioning the evolution of the gender studies and their efficiency, contrasted with the difference between economics (supposedly concerning the private and female lives) and politics (supposedly concerning the public and male lives).

MGTP31324**Transhumanisme : enjeux économiques, sociétaux et philosophiques*****Cours en ligne.***

Qu'impliquent comme enjeux les considérables avancées techniques, technologiques, scientifiques ainsi que les idéologies qui, ensemble, nous promettent de transcender l'humain d'une manière ou d'une autre

1. Comprendre sur le plan théorique, et s'approprier personnellement sur la base d'exemples concrets, les notions et les enjeux historiques, économiques et philosophiques du transhumanisme
2. Comprendre et s'approprier également les termes de progrès / innovation / développement en contrepoint d'une compréhension approfondie des sciences et des techniques
3. Prendre conscience du rôle en pratique et de la responsabilité éthique de chacun dans ce contexte de l'évolution de l'espèce humaine
4. Savoir s'orienter dans un contexte de frontières – de plus en plus ? – poreuses entre développement humain individuel et croissance collective des organisations
5. Etre capable de se poser les questions pertinentes et de contribuer pour soi-même et pour son environnement à un questionnement spécifique de notre temps sur la base d'un débat ouvert, «sans tabou», clair et approfondi, pour et contre le «transhumanisme» afin de dépasser, à l'issue, l'opposition pour savoir à titre personnel comme eu égard à la vie sociale, comment se comporter par rapport à ces questions
6. Acquérir les outils pour gérer au mieux et concrètement, selon son propre point de vue, avec pertinence le rapport entre contrôle et non contrôle ou écoute de la réalité et de l'expérience.
7. Comprendre le transhumanisme pour les organisations, à la fois comme opportunité (nouveaux business model, produits,

services) et comme menace (quid du salarié de demain ?)

MGTP31481

Team Building Seminar

This is a seminar course open to ESSEC students at the end of their curriculum. You will not only acquire group animation skills and learn how to effectively create working teams, but also how to organize and run team-building sessions and build upon individual leadership skills.

MGTS31102

Stratégie et management

L'objectif de ce cours est double. D'une part, tous les sujets à maîtriser seront traités dont notamment la notion de management stratégique, l'analyse de l'industrie et de la concurrence, la domination par les coûts, les stratégies de différentiation, les avantages compétitifs dérivés des ressources, des capacités, les alliances et la diversification. D'autre part, nous utiliserons des études de cas pour lier les différents thèmes au problème de mise en œuvre. Les cas reflètent les circonstances de la vie de l'entreprise, et l'étudiant doit faire face à un problème stratégique et y apporter une réponse compétente. Les participants au cours apprendront à utiliser les techniques d'analyse stratégique et à évaluer l'étendue et les limites de leur pertinence. On n'apprend pas quelle est la meilleure stratégie, mais à déterminer une démarche stratégique.

MGTS31103

Strategy and Management

This course will provide you with the concepts, frameworks and analysis techniques that are the foundation of strategic thinking. We cover key topics, including: definition of strategy, industry and competition analysis; cost and differentiation advantages, competitive advantage based on resources and capabilities, diversification and

non-market strategies. Second, we will use case studies and in-class exercises to learn how to link the above topics to the actual strategy making process. They deal with real life experiences and simulate situations where the student is the central actor confronting a strategic dilemma who must provide an informed answer to important strategic questions. In applying course insights, students will appreciate the range of their applicability and limitations. You will NOT learn best strategy. Rather, you will learn to think strategically and make better strategic decisions.

MGTS31221

Management of International Affairs in Africa

Course given on the ESSEC campus in Rabat

The objective of the course is twofold: on the one hand to provide students with an understanding of the challenges and opportunities in financing the African economies, and, on the other hand, to equip them with the analytical tools and knowledge necessary to understand business and enterprise management in the continent.

MGTS31261

International Strategy and Management

Global Strategy is about formulating a link between the vision-mission-goal-action and implementing the action to gain competitive advantage over the competitors.

When this is done between HQ and subsidiaries for global companies it becomes a complex exercise for corporates. For this the corporation needs to assess the global and the local environments in which it is operating, take into consideration the industry dynamics, find its resources and develop its competencies. Some of these competencies can then be converted to winning capabilities that will not only focus on the customer needs, but also evaluate competition and make choices.

A choice involves risk especially in ever-changing national and international environments. With the global environment changing at a fast pace corporations are being transformed. New business models, new markets, convergence of products, consolidation through mergers and acquisitions, strategic alliances, outsourcing and network effects are changing the way corporations did business, be it the airlines, beverages, cement, telecom or the luxury industry. With each change in the context, the risk becomes higher. To mitigate this risk of doing global business, the discussion of global strategy encompasses any problem or opportunity, in the areas of finance, production, marketing, information technology, and human resource management. This course draws from both the external and internal environment, the macro and micro economies of the firm and the exogenous and endogenous variable that are the drivers for the strategy making process. In that sense the course is both interdisciplinary and integrative.

MGTS31262 Stratégie Concurrentielle

Ce cours est focalisé sur la stratégie d'entreprise (par opposition à la stratégie de groupe) et examine les questions relatives à sa position concurrentielle à court et à long terme.

L'accent est placé sur :

1. Analyse de l'industrie,
2. Création et appropriation de la valeur,
3. Jeux et tactiques stratégiques.

Ce cours développe une capacité à construire une stratégie en utilisant les interactions entre les acteurs d'une l'industrie (concurrents, fournisseurs, distributeurs ou clients, complémenteurs, etc.). Il met l'accent sur une vision de la stratégie issue d'un mélange de stratégies indirectes (manœuvres) et de stratégies directes (guerre de tranchées). Il fournit aux futurs stratèges de solides fondations

intellectuelles (attitude, processus, principes) et pratiques nécessaires aux développements des stratégies performantes. Trois modèles stratégiques sont utilisés : Modèle LCAG (3 cas), Modèle en Réseau de Valeur (2 cas) et modèle de l'Hyper-compétition (1 cas). Les cas sont sélectionnés pour offrir un panorama des situations rencontrées par les entreprises (phase d'émergence, de croissance, de maturité ; jeunes pousses, grands groupes)

MGTS31263 Competitive Strategy

This course focuses on the business level strategy, examining issues central to its long and short-term competitive position.

The initial focus is on:

1. Industry analysis,
2. Value creation and appropriation,
3. Strategic games and tactics.

This course analyses competitive interactions between industry players (competitors, suppliers, distributors, complementors, etc.). It emphasizes a vision of strategy made from a blend of indirect strategies (maneuvers) and direct strategies. This course provides managers with a strong analytical base, consistent principles, and robust insights useful to develop business strategies.

MGTS31265 Corporate Strategy

Many companies operate in multiple horizontal (product) and vertical (upstream-downstream) markets.

The study of corporate strategy seeks to understand how such expansion can be beneficial for the firm and how top executives add value when they operate across different domains. This course thus focuses on the role of corporate head-quarters which must identify new business opportunities, design the business model, and leverage the requisite resources and capabilities. To support these objectives, top executives must routinely evaluate whether internal

development, alliances or acquisition are the appropriate vehicle of expansion, and when divestiture of a business is necessary. Because execution is vital to the ultimate success of these strategies, we also explore key elements of strategic execution.

MGTS31268

Les fondements de la stratégie

L'objectif de ce cours est d'inviter à réfléchir sur la démarche stratégique de l'entreprise en s'inspirant de la stratégie militaire et de ses problématiques. La stratégie militaire et son histoire plusieurs fois millénaire, ouvre des perspectives intéressantes pour la stratégie d'entreprise autant pour sa formulation, ses conditions de réalisation que pour son exécution. La capacité à emprunter des expériences issues d'un autre domaine sera le mode opératoire utile pour le futur manager.

MGTS31271

Managing International Business in Asia

Given on the ESSEC Campus in Singapore

Asia is the largest and most populous continent on earth comprising 30% of its land area, 60% of its population, and 48 countries. These countries are often categorized into large blocks such as Middle East, Central Asia, South Asia, South-East Asia, and the Far East. Although the countries within these blocks have cultural commonalities, the realities of managing “business” in each country can be very different. We will discuss some concepts and business models that are likely to be applicable in Asia. We will also discuss case studies set in India, China, Japan, and South-East Asia. The objective of the course is to make you familiar with the larger issues that managers need to think about while doing business in these countries. As you ponder over the core issues in the case studies and understand the content of the assigned readings, you should be able to

1. Extract meaning from the day-to-day news that you see on television and read in newspapers and magazines,
2. Choose and apply concepts and frameworks to analyze an organization's current situation and future prospects,
3. Think critically about a business problem by analyzing relevant information, synthesizing different perspectives, and evaluating possible options to achieve a sound, ethical, and practical solution.

MGTS31275

Global Strategy and the Luxury Business

The world of the luxury business is being transformed. The luxury industry primarily originates from France and Italy but as the world is becoming “borderless”, luxury houses are being corporatized. The local luxury houses are being transformed to global corporations as they start competing across the world and not only in their home markets, consolidation through mergers and acquisitions, distribution through global retail networks are the only way to build multi-brand conglomerates to reach size, scale and efficiency and reach wealthy consumers across the globe.

As the luxury houses become global firms (to begin with we define them as MNCs), they like any other firms encompasses any problem or opportunity, in the areas of finance, production, marketing, information technology, and human resource management.

This course draws from both the external and internal environment, and macro and micro economies of the firm focused on the business of luxury. Hence it is both interdisciplinary and integrative.

MGTS31401

Agri-food Sustainable Development

The world is changing! New issues are emerging. How can agri-food companies build a leadership position in a changing world

around the concept of sustainable development?

The main objective of the course is to provide participants with a good understanding of the current and future challenges agri-food companies face nowadays.

Participants will learn how to design company policy and operational plan to successful build leadership around sustainable development.

MGTS31403

Design Thinking for Food Transition

Recommended prerequisites: MGTS31411 and MKGM31421 "Understanding the Food Consumer in the 21st Century"

The main objective is to learn and practice the 5 principles of Design Thinking for Food challenges.

First, we will explore human-centered methods and processes to uncover people's unmet needs and desires. We will gather information from users with a variety of qualitative and quantitative techniques, including field interviews, semi-structured interviews, contextual inquiries and diary studies.

Second, we will determine facts and reveal valuable information which can be fed into the design process. Using demographic and behavioral insights, students will define user personas, step by step and map customers journeys.

From this holistic view of what the customer is going through, students will then develop creative, practical and applicable solutions that meet specific user challenges. Creative ideation workshops will be run in class so that students can come up with as many ideas as possible and can apply these creativity techniques themselves in the future.

Students will then move from their abstract ideas, analysis and theories to a concrete and experiential approach. They will explore "rapid prototyping" methods and explore the customer value proposition and market appeal of their chosen concept.

By making concepts real, students will be able to test, evolve and communicate ideas. We will determine how users behave with the prototype, to reveal new solutions to problems, or to find out how the implemented solutions have been successful. At the end of the semester, students will share their work with industry organizations stakeholders in a public-facing forum.

MGTS31404

Pratique conseil en stratégie

L'objectif de ce cours est de former les étudiants aux techniques d'analyses utilisées par les consultants en stratégie. Plus précisément, il a pour objectif de développer deux compétences chez les participants : (1) la capacité à appréhender des situations complexes et (2) la capacité à exprimer son leadership dans une équipe et vis-à-vis de partenaires externes. L'atteinte de ces objectifs est rendue possible par l'analyse de missions de conseil réelles.

Le cours se fonde sur un travail d'équipe. Parce qu'il nécessite une connaissance approfondie des différents domaines du management, il s'adresse en priorité aux étudiants de troisième année souhaitant s'orienter vers le conseil en stratégie et en management à l'issue de leur scolarité.

MGTS31409

Auto and Mobility Industry Strategy

Together with energy industries, automotive and mobility industries are at the heart of our society, shaping our societies in fundamental ways. Whereas historically these industries consisted in "merely" building cars, the idea that transportation will be electric, connected, autonomous and shared is potentially disrupting the industry in its core. Because of their combination of technology, multi-billion investments, environmental impact and socio-economic importance, these industries therefore offer both a highly complex and fascinating context to shape the world of tomorrow.

Students taking this course will leave the course with a deeper understanding of automotive and mobility industries, as well as opportunities to interact with professionals in the industry.

MGTS31411

Smart Technologies for Food Business

The AgriFood sectors have traditionally integrated new technologies in their technology portfolio (and then in their new product and new production process development) once these have matured and become affordable. More often technology integration has been conducted "one innovation at the time" in these sectors. The penetration of the new technologies has historically been slow in the AgriFood sectors. However, nowadays this portrait has dramatically changed and AgriFood executives as well as startup companies are challenged by the diversity of technologies available, the difficulty to assess them and the complexity to assemble them in a consistent puzzle.

During this course, participants will learn how to specify Food business challenges and define the companies' needs for technological innovation. Then, the course concentrates on technology intelligence (identifying available technologies), technology assessment (selecting appropriate technologies) and technology integration. The course is not technical as we are not interested in the technologies themselves but rather by their functional benefits (i.e., what they can do).

MGTS31421

Department Seminar in Management

In 2020-2021, the following topic will be discussed: "Strategy Execution"

This course will provide you with case studies with concrete examples of operational execution when companies either succeeded or failed to deliver the defined strategy. With a former International Executive, the students will review and discuss in class the existing business situations that companies have faced.

We will cover how companies deploy their strategy and explore the inevitable link between strategy and execution including leader's communication and translation into plans; rapid organization, adaptation and creation of a new culture through the digital era with process and data; focus on the customers and employees to develop a trusting environment; sustainable and societal impact.

You will be in the role evaluating the situation and problem, debating on the causes and building ideas and recommendation for the course of actions and expected results. You will be actively participating, exchanging and building knowledge. This experience shall prepare you for your future executive responsibilities.

Les professeurs du département / Faculty Department Members



Jérôme BARTHELEMY
A l'ESSEC depuis 2002



Fabrice CAVARRETTA
A l'ESSEC depuis 2008



Carole DONADA
A l'ESSEC depuis 2000



Alain BERNARD
A l'ESSEC depuis 1972



Jean-Luc CERDIN
A l'ESSEC depuis 1998



Maryse DUBOLOY
A l'ESSEC depuis 1985



Laurent BIBARD
A l'ESSEC depuis 1991



Sen CHAI
A l'ESSEC depuis 2015



Olivier FOURCADET
A l'ESSEC depuis 1996



Laurent BOURGEON
A l'ESSEC depuis 1998



Arijit CHATTERJEE
Campus de Singapour
A l'ESSEC depuis 2009



Stefan GRÖSCHL
A l'ESSEC depuis 2005



Ha HOANG
A l'ESSEC depuis 2009



Jung Won LEE
A l'ESSEC depuis 2019



Elisa OPERTI
A l'ESSEC depuis 2011



Srividya JANDHYALA
Campus de Singapour
A l'ESSEC depuis 2013



Jan LEPOUTRE
A l'ESSEC depuis 2012



Jean-Marie PERETTI
A l'ESSEC depuis 1990



Alan JENKINS
A l'ESSEC depuis 1990



Anca METIU
A l'ESSEC depuis 2007



Aarti RAMASWAMI
Campus de Singapour
A l'ESSEC depuis 2009



Pooyan KHASHABI
A l'ESSEC depuis 2020



Cedomir NESTOROVIC
Campus de Singapour
A l'ESSEC depuis 1997



Stoyan SGOUREV
A l'ESSEC depuis 2006



Isabelle SOLAL
A l'ESSEC depuis 2020



Ashok SOM
A l'ESSEC depuis 2002



Karoline STRAUSS
A l'ESSEC depuis 2015



Junko TAKAGI
A l'ESSEC depuis 1997



Jean-Claude TARONDEAU
A l'ESSEC depuis 1973



Maurice THEVENET
A l'ESSEC depuis 1994



Maciej WORKIEWICZ
A l'ESSEC depuis 2016



Valery YAKUBOVICH
A l'ESSEC depuis 2011

Hors département



Annick ANCELIN-BOURGUIGNON
A l'ESSEC depuis 1992

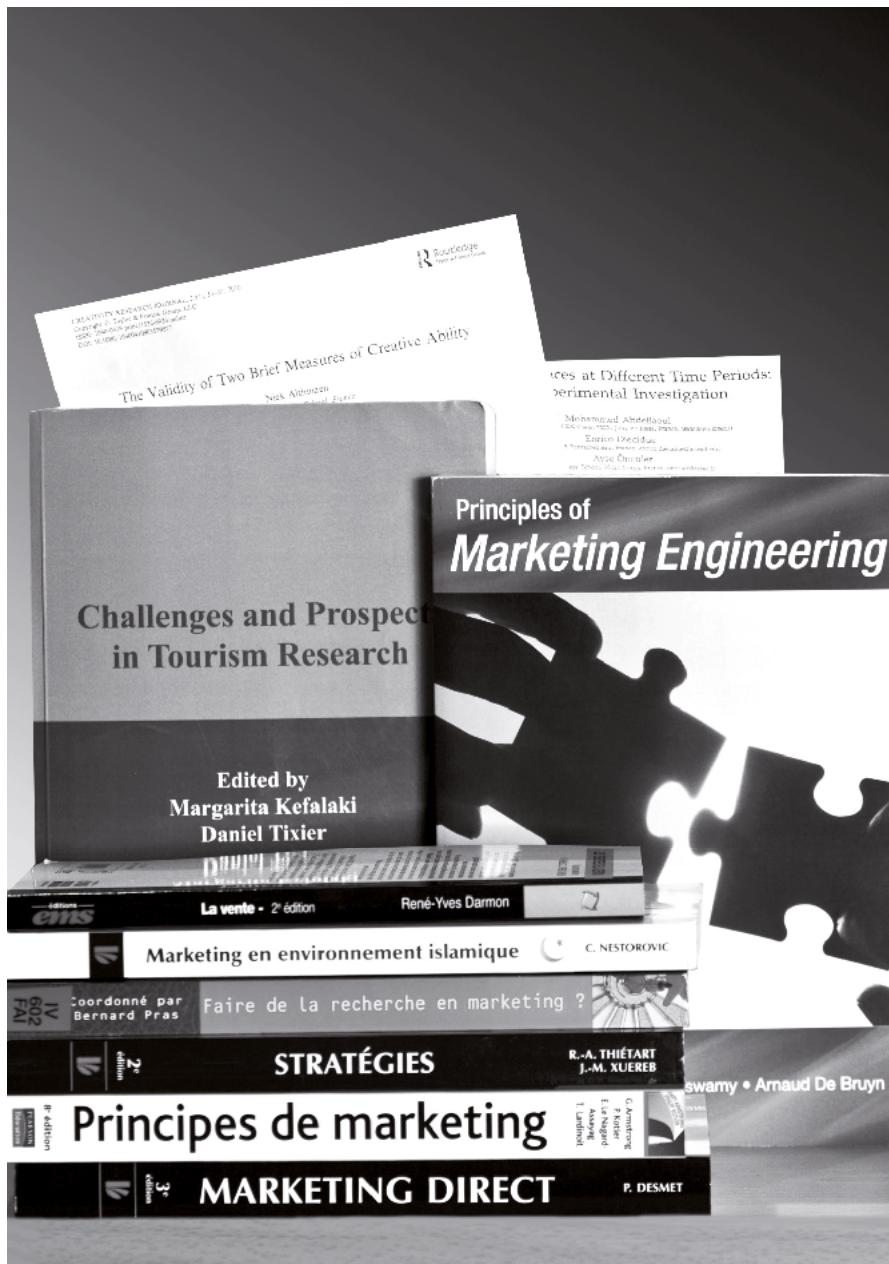
Les chargés de cours / *Adjunct Lecturers*

Cette liste est donnée sous réserve de changements.

Nicolas AUBOUIN – Emmanuel COBLENCE – Antoine COLBOC – Cécile COTTÉ – Cédric CURTIL – Alexis FERREBEUF – Jean-François GALLOUIN – Marc GRASSIN – Frédéric KLETZ – Gilles LECOINTRE – Marie LE PARGNEUX – Morgane LOMBARD – Sébastien MEJEAN – Jean-Loup MOREAU – Philippe NATAF – Marie NGO NGUENE – Ywan PENVERN – Thomas PICAMOLES – Martial POIRSON – Olivier PREVOTAT – Terry ROCVES – Stephane RODER – Grégory SASSIER – Daniel SISSO – Serpentine TEYSSIER.

Certains cours sont assurés par des cabinets de conseil, tels que Advancy, Bain, BCG, Roland Berger, McKinsey, AT Kearney, sous la responsabilité d'un professeur permanent.

Marketing / Marketing



Professeur responsable / *Department Head* : Ayse ÖNCÜLER
Assistantes / *Assistants* : Christelle DUBAILLE, Nathalie SOURMAIL

Le département Marketing a pour vocation de donner aux étudiants de l'ESSEC désireux de se concentrer sur cette discipline une formation de généralistes en marketing. A cette fin, tous doivent acquérir les concepts de base et la logique d'analyse spécifique à la fonction marketing à travers les enseignements des cours de marketing obligatoires MKGM21020 (*en Pre-Master*) ou MKGM31080 ou MKGM31081 (*pour les étudiants AST*).

En Master, tous les étudiants auront l'obligation de valider le cours de Marketing Management (MKGM31128 ou MKGM31129).

Il est vivement recommandé aux étudiants désireux d'approfondir un cursus marketing de suivre les cours relatifs à la connaissance des marchés, notamment :

- Comportement du consommateur (MKG31125) ou *Consumer Behavior* (MKG31126)
 - Études en marketing (MKG31112) ou *Marketing Research* (MKG31113).
- Ces cours sont essentiels pour bâtir un socle de connaissances fondamental en marketing.

Au-delà de ces cours incontournables, chaque étudiant pourra se spécialiser, en prenant des cours relatifs à l'une des grandes fonctions du marketing, puis éventuellement en suivant une des filières spécialisées dans un marketing sectoriel.

The Marketing Department's mission is to provide ESSEC students with interest in this discipline with training as generalists in marketing. To this end, all must acquire the basic concepts by taking the mandatory (required) marketing courses: MKGM21020 (in Pre-Master) or MKGM31080 or MKGM31081 (for AST students.)

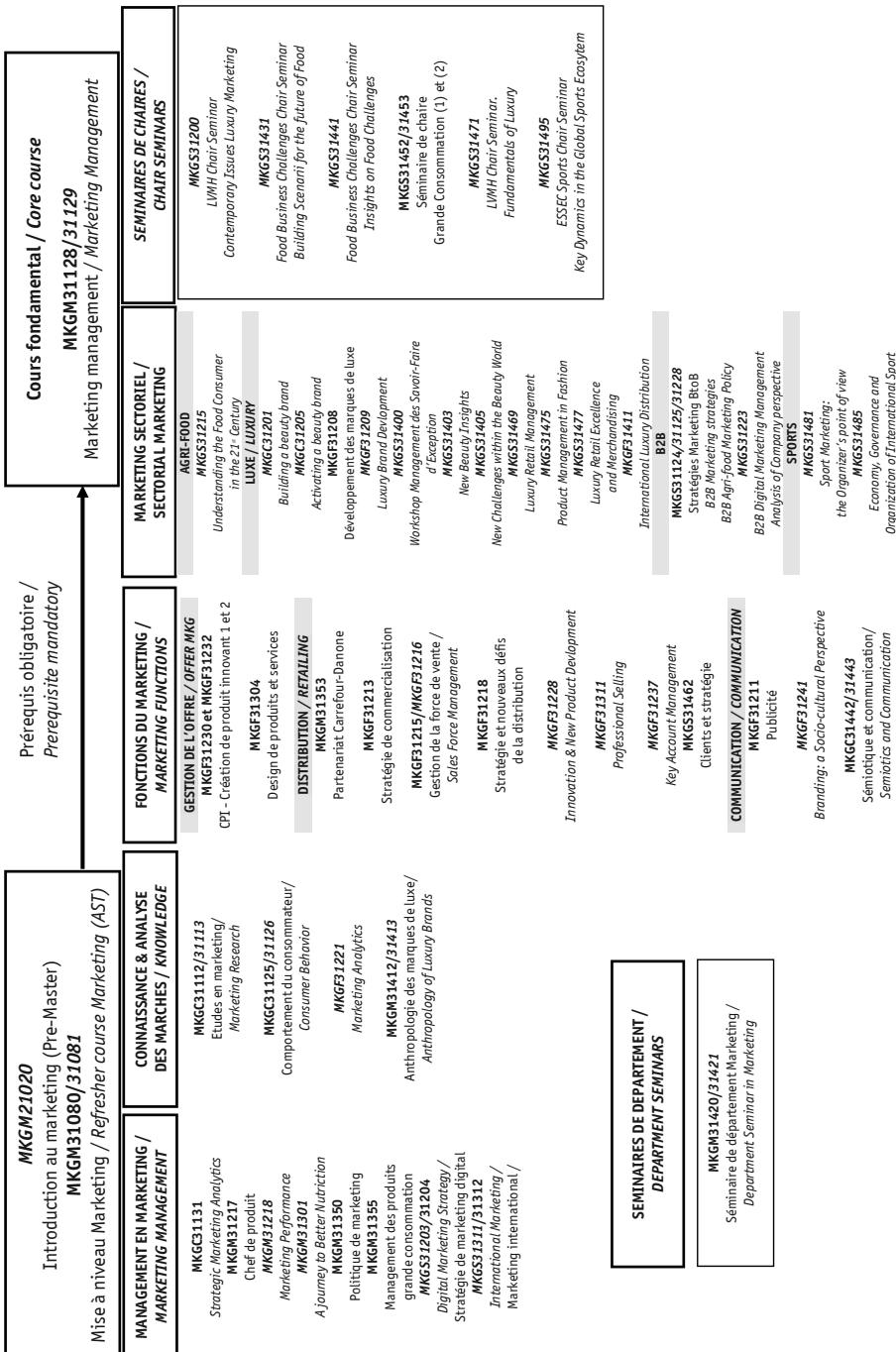
In the Master's degree, all students will be required to validate the Marketing Management course (MKGM31128 or MKGM31129).

It is highly recommended for students wishing to deepen their knowledge of marketing to take the following courses, in particular:

- Comportement du Consommateur (MKG31125) or Consumer Behavior (MKG31126)*
- Etudes en marketing (MKG31112) or Marketing Research (MKG31113).*

These courses are essential to build a fundamental knowledge base in marketing.

Beyond these essential courses, each student will be able to specialize, by taking courses related to one of the major marketing functions, and possibly by following one of the specialized courses in marketing.



CONNAISSANCE & ANALYSE DES MARCHÉS / KNOWLEDGE AND MARKET ANALYSIS (MKG)		Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory prerequisite(s)	Prérequis recommandé(s) / Prerequisite(s) recommended	Equivalent(s) / Equivalent(s)
MKG31112	Etudes en marketing	F. Oble			MKG31113
MKG31113	<i>Marketing Research</i>	TBD			MKG31112
MKG31125	Comportement du consommateur	R. Butoni			MKG31126
MKG31126	<i>Consumer Behavior</i>	S. Prokopec			MKG31125
MKG31131	<i>Strategic Marketing Analytics</i>	A. de Bruyn			
MKG31201	<i>Building a beauty brand</i>	D. Dion			
MKG31205	<i>Activating a beauty brand</i>	D. Dion			MKG31128 or MKGM31129
MKG31442	Sémio-tique et communication	S. Nyck			MKG31443
MKG31443	<i>Semiotics and Communication</i>	S. Nyck			MKG31442
FONCTIONS DU MARKETING / MARKETING FUNCTIONS (MKGF)					
MKGF31208	Dvpt des marques de luxe	S. Nyck			MKG31128 or MKGM31129
MKGF31209	<i>Luxury Brand Development</i>	S. Nyck			MKG31128 or MKGM31129
MKGF31211	Publicité	A confirmer			
MKGF31213	Stratégie de commercialisation	J.-M. Xuereb			MKG31216
MKGF31215	Gestion de la force de vente	J.-M. Xuereb			MKG31215
MKGF31216	<i>Sales Forces Management</i>	J.-M. Xuereb			
MKGF31218	Strat & nouv. défis distrib'	R. Gerin			
MKGF31221	<i>Marketing Analytics</i>	A. De Bruyn			
MKGF31228	<i>Innovation & New Prod. Dpt</i>	E. Le Nagard, S. Seggie			
MKGF31230	Création de produit innovant 1	E. Le Nagard			MKG31124 or MKGS31125 or MKGS31228
MKGF31232	Création de produit innovant 2	E. Le Nagard			
MKGF31237	<i>Key Account Management</i>	H. Faucher			
MKGF31241	<i>Branding-Socio-cultural Persp.</i>	D. Dion			
MKGF31304	Design de produits et services	E. le Nagard			
MKGF31311	<i>Professional Selling</i>	R. McFarland			
MKGF31411	<i>Int'l Luxury Distribution</i>	S. Nyck			

In italic, courses taught in English.

*Chaque cours du département a un total de 25 heures le cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.
Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.*

MANAGEMENT EN MARKETING / MARKETING MANAGEMENT (MKG)	Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory prerequisite(s)	Prérequis recommandé(s) / Prerequisite(s) recommended	Équivalent(s) / Equivalent(s)
Cours de mise à niveau / Refresher course (Réserveé aux étudiants admis sur titre / Reserved for the AST students)				
MKG31080	Nive à niveau Marketing	E. Le Nagard		MKG31081
<i>MKG31081</i>	<i>Refresher Course Marketing</i>	<i>E. Le Nagard</i>		<i>MKG31080</i>
Cours fondamental / Core course				
MKG31128	Marketing management	A. De Bruyn	MKG31020 or MKG31080 or MKGM31081	MKG31129
<i>MKG31129</i>	<i>Marketing Management</i>	<i>A. De Bruyn</i>	<i>MKG31020 or MKG31080 or MKGM31081</i>	<i>MKG31128</i>
Cours de gestion / Management courses				
MKG31217	Chief de produit	F. Oble		
<i>MKG31218</i>	<i>Marketing Performance</i>	<i>A. Bemmaor</i>		
<i>MKG31301</i>	<i>A journey to Better Nutrition</i>	<i>F. Oble</i>	<i>MGT31411 and MKGS31215</i>	
MKG31350	Politique de marketing	R. Gerin	<i>MKG31125 or MKGC31126 and MKG31128 or MKGM31129</i>	
MKG31353	Partenariat Carrefour-Danone	R. Gerin		
MKG31355	Managt produits grande conso	R. Gerin		
MKG31412	Anthropologie marques de luxe	S. Nycek		MKG31413
<i>MKG31413</i>	<i>Anthropology of Luxury Brands</i>	<i>S. Nycek</i>		<i>MKG31412</i>
MKG31420	Séminaire de département MKG*	J.-M. Xuereb		
<i>MKG31421</i>	<i>Department Seminar in MKG *</i>	<i>F. Oble</i>		

* Voir descriptifs P166

In italic, courses taught in English.

Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.
Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.

Cours de gestion / Management courses	Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory prerequisite(s)	Prérequis recommandé(s) / Recommended Prerequisite(s)	Equivalent(s) / Equivalent(s)
MKGS31124 Stratégies Marketing BtoB	H. Faucher			MKGS31125 or MKGS31128
MKGS31125 B2B Marketing Strategies	H. Faucher			MKGS31124 or MKGS31128
MKGS311228 B2B Agri-food Mkt Policy	H. Faucher			MKGS31124 or MKGS31125
MKGS31203 Digital Marketing Strategy	J.M. Xuereb			MKGS311204 or MKGS31125
MKGS31204 Stratégie de marketing digital	J.M. Xuereb			MKGS311204
MKGS31215 Understanding Food Consumer	F. Oble			MKGS31203
MKGS31223 B2B Digital Marketing Managt	H. Faucher	MKGGM31128 or MKGM31129		MKGS31124 or MKGS31125 or MKGS31128
MKGS31311 International Marketing	S. Prokopc			MKGS31312
MKGS31312 Marketing international	B. Pras			MKGS31311
MKGS31400 Workshop Mgt des Savoir-Faire	S. Nybeck			
MKGS31403 New Beauty Insights	D. Dion			
MKGS31405 New Challenges in Beauty World	D. Dion			
MKGS31461 Deep Dive Consult.	J.-M. Xuereb			
MKGS31462 Clients et stratégie	J.-M. Xuereb			
MKGS31469 Luxury Retail Management	D. Dion			
MKGS31475 Product Management in Fashion	S. Nybeck			
MKGS31477 Lux. Retail Excel. & Merchand	D. Dion			
MKGS31481 Sports Marketing: the Organizer's Point of View	Th. Lardinoit			
MKGS31485 Economy, Governance and Organization of International Sport	Th. Lardinoit			
MKGS31487 Marketing Through Sports: Analysis of Company Perspective	Th. Lardinoit			

In italics, courses taught in English.
Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.
Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.

MARKETING SECTORIEL / SECTORIAL MARKETING (MKGS)	Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory prerequisite(s)	Prérequis recommandé(s) / Prerequisite(s) recommended	Équivalent(s) / Equivalent(s)
Séminaire de chaires ou réservé aux admis / Chairs seminars or reserved for admitted				
MKGS31200 <i>Contemporary Issues Luxury MKG</i>	S. Prokopec			
MKGS31431 <i>Scenarii for Future of Food</i>	F. Oble			
MKGS31441 <i>Insights on Food Challenges</i>	F. Oble			
MKGS31452 <i>Sém. Chaire GC (1)</i>	R. Gerin			
MKGS31453 <i>Sém. Chaire GC (2)</i>	R. Gerin			
MKGS31471 <i>LVMH Chair Sem. Funda Luxury</i>	S. Prokopec			
MKGS31495 <i>Sports Chair Sem Global Sports</i>	K. Strauss			

In italic, courses taught in English.

Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.

Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.

MKGC31112**Etudes en marketing**

Les études marketing centrées sur le client (comportements, rituels, perception, attentes, sentiments, etc.) constituent des aides à la décision indispensable pour le responsable marketing dans ses différentes activités. Elles doivent fournir une vision du client qui reflète la réalité sans déformation. La compréhension de ce qui anime les clients (insights) permet de construire une proposition de valeur sur le long terme et de construire un plan marketing 360° adapté aux parcours clients. L'objectif de ce module est donc de former les étudiants aux méthodes d'études marketing couramment utilisées, qu'elles soient qualitatives ou quantitatives : études innovation, études online, études shoppers, enquêtes consommateurs, études agiles, panels. Le cours développera également les phases clés de l'activité étude : designer une étude (brief étude), collaborer efficacement avec les instituts d'étude et traduire les résultats d'études en décisions. Le cours s'adresse donc aux étudiants qui s'orientent vers les métiers marketing, quel que soit le secteur, ainsi qu'aux étudiants impliqués dans le développement de start-up.

MKGC31113**Marketing Research**

This course provides a broad overview of marketing research from a theoretical and applied perspective. Marketing is the business function that aims to fulfill the needs and wants of the customer. Marketing research can help to better understand and meet customers' needs and, hence, is essential for the success and survival of a company. As a marketing manager, you will have to conduct marketing studies and be able to assess the quality of marketing research done by third parties.

The course objectives are (1) to introduce the basic concepts, methods, tools, and analyses used in marketing research for making better informed marketing decisions, (2) to gain

hands-on experience by designing and executing a marketing research study (3) to provide you with a forum for presenting and defending your study, and for critically examining and discussing the research projects of other teams.

At the end of the course, students should be able (1) to independently conduct a marketing study, (2) to analyze the results using univariate, bivariate, and multivariate statistics, and (3) to present the results in a highly-focused and compelling manner, and (4) to assess the reliability and validity of marketing research studies in general.

MKGC31125**Comportement du consommateur**

Ce cours poursuit trois objectifs :

- 1) Sensibiliser les étudiants aux variables et aux mécanismes qui influencent le comportement du consommateur, depuis la prise de décision jusqu'à la disposition du produit,
- 2) Faire le lien entre des savoirs théoriques sur le comportement du consommateur et leurs applications marketing pratiques,
- 3) Mieux appréhender les spécificités du consommateur contemporain.

MKGC31126**Consumer Behavior**

How does the study of consumer behavior help consumer product firms, health care marketers, entertainment providers, and other types of service businesses understand and serve their customers? What concepts and frameworks help us to understand our customers? What tools can be used in our companies? What types of consumer research can be done in our company or purchased from a marketing research provider?

These and other questions will be addressed in this course in relation to decisions by actual firms. We'll study the ways that consumers make decisions, how they find and evaluate alternatives, and how they purchase and use products.

We'll consider what they do when they're satisfied and what happens when they are not! In particular, we'll study a group of psychological variables that can provide useful information about consumers: such as how they learn, what they perceive, and how they choose to live their lifestyles. In addition, we'll consider the impacts of the groups that they belong to: such as how their families, social groups, and ethnicities affect what they buy

MKGC31131

Strategic Marketing Analytics

IMPORTANT: *this course is a revised version of the course Marketing Management as it was taught till June 2019. Due to content overlap, students who have taken Marketing Management before June 2019 cannot register for this course.*

Machine learning, customer analytics, big data, online analytics, artificial intelligence... the field has boomed with tools and techniques to make marketing more fact-based and data-driven. But while several marketing analytic solutions aim at automating and replacing human judgments (e.g., programmatic segmentation, real-time bidding, recommender systems), others aim at informing and improving managerial decision-making, rather than replacing it. The strategic areas where analytics and judgment complement one another include market segmentation, new product design, price optimization, resource allocation, customer targeting, and customer lifetime value analysis, among others. In these domains, while vision, intuition and creativity will continue to matter, today's marketing managers need to go beyond their "soft skills" and be able to harvest marketing analytic tools and techniques to inform their decisions. The goal of this course is to train marketing managers to translate analytical concepts into context-specific operational decisions and actions. This course is organized around analytical resolution of managerial problems, and covers most of the

facets of marketing strategy in a firm. While marketing analytic tools are at the core of this course, however, the focus will be on their impact on managerial decision-making, rather than on their mathematical or statistical underpinnings.

MKGC31201

Building a Beauty Brand

Through main beauty actors' lectures or companies visits, the course allows students to clearly measure the big picture and the new deal of the beauty business. It provides students with a solid overview of the recent changes that impact the beauty industry. This course defines the concept of beauty through History, Art and Culture and deals with international beauty trends and innovative beauty product development through the 3 main axis (Fragrance, Skincare and Make-up).

It gives a refresher on the concepts of product and brand management fully apply to the beauty field (insight, positioning, intrinsic qualities, packaging strategy, products portfolio development) and allows students to catch successfully business opportunities in various positions such as project developer, brand manager, merchandiser, beauty product buyer.

This course is a mandatory course of the Leading a Beauty Brand Chair program and it is highly advised to take it before the « Activating a beauty brand » course.

MKGC31205

Activating a beauty brand

The purpose of this course is to allow students to overview the alternatives of decisions making and handle the different phases of a launching plan. It shows how to implement successfully a beauty product worldwide from the idea to real business.

The course insists on the operational part of a beauty product launch such as pricing strategy and cost controlling, retail strategy (selective beauty, travel retail, e-commerce) and communication plan through all the steps

of the activation plan: beauty advisors education, client experience, event planning, ambassadors and influencers selection, advertising and social network campaign (from the concept and big idea to the activation plan production and communication effectiveness control)

MKGC31442

Sémiotique et communication

L'objectif du séminaire est de présenter la sémiotique en tant que discipline utile pour toute personne souhaitant analyser et gérer les signes, les symboles ou encore le langage utilisé par une marque afin d'affirmer son identité ou son image.

Plus spécifiquement, le séminaire est dédié à l'analyse de la communication, qu'elle soit écrite (slogans, storytelling, texte publicitaire, etc.) ou visuelle (publicités, logos).

MKGC31443

Semiotics and Communication

The aim of this course is to present semiotics as a helpful discipline for who has to analyze and manage signs and the language used by companies in asserting their identity or image. It focuses on the analysis of communication, be it written communication or visual one (slogans vs. advertisements or logos).

After studying this seminar students should be able to:

- Better analyse various artistic works.
- Understand the hidden message conveyed by advertisements; TV commercials; discourses; logos, which builds the true nature of a brand.
- Deconstruct a visual or a discourse to analyse the roots of a brand identity.
- Implement various tools such as the narrative scheme or the semiotic square.

MKGF31208

Développement des marques de luxe

Ce cours, au travers l'histoire des objets de luxe et des codes dont ils sont porteurs,

permet de mieux appréhender le potentiel majeur que représente le luxe français à l'international.

Il facilite l'approfondissement de la culture du luxe de chacun, en particulier les dimensions historiques et sociologiques ainsi que le contexte artistique qui inspire chaque créateur.

Il permet de maîtriser les fondamentaux de la gestion d'une marque de luxe (identité, valeurs et territoire de marque, politique d'extension de marque et des choix de collaborations, storytelling et brand content) afin d'optimiser le potentiel d'une maison de luxe. Enfin, il insiste sur les facettes marketing du déploiement d'une marque de luxe (gestion des produits piliers, extensions de gamme, politique de pricing, activation digitale, Celebrity marketing).

Thèmes abordés :

- Ages et codes du luxe
- Monographies de maisons de luxe à la française (Hermès, Guerlain, Dior, Chanel, Givenchy, YSL,...)
- Etudes des courants artistiques qui leur sont liés en particulier XVIII^e, Art Nouveau, Art Déco, surréalisme, ...

MKGF31211

Publicité

Définir et positionner la variable « publicité » au sein de la stratégie globale de l'entreprise. Affiner le jugement créatif. Optimiser l'efficacité et les relations avec les agences-conseils en publicité.

Thèmes abordés :

- Publicité : définitions, enjeux, cas.
- Le marché de la communication, le budget de communication, fixation et arbitrage.
- Le concept de la communication intégrée, les tendances en communication : la prise en compte des valeurs, crise et nouveau consommateur, l'efficacité publicitaire, critères et applications, le capital marque, identité/valeurs.
- Evaluation de la marque, au plan communication.

- Stratégies de communication : fixations des objectifs, la copy-stratégie et le concept créatif, les grandes campagnes publicitaires, les métiers de la communication, organisation agence / conseil, simulations professionnelles.

MKGF31213 Stratégie de commercialisation et politique des ventes

Avec l'intensification de la concurrence, les entreprises commerciales sont confrontées à une complexification des enjeux de distribution.

Globalisation, prééminence du multicanal, montée en puissance des réseaux sociaux et évolution des attentes et des comportements des clients rendent la question de l'accès au marché et de sa captation cruciale. Ce cours vise à transmettre un cadre d'analyse théorique et à développer des réflexes pratiques d'analyse des enjeux de commercialisation en s'appuyant sur des études de cas et des exemples d'actualité. A l'issue de ce cours, vous serez en mesure de mieux appréhender l'univers de la distribution et ses logiques tant du point de vue d'un fournisseur que d'un distributeur.

MKGF31215 Gestion de la force de vente

Ce cours a pour but de faire analyser à l'étudiant les différents pièges à éviter et les clés à accumuler pour une gestion efficace d'une commercialisation.

Il étudie la mise en œuvre des actions et les conséquences des choix opérés. Les principaux thèmes abordés dans ce cours seront les suivants : l'évolution de l'environnement concurrentiel, le rôle du vendeur, l'importance cruciale de la segmentation des clients et des vendeurs, les nouveaux produits, la négociation, le management et la rémunération de la force de vente, l'évolution de la vente et le rôle du vendeur.

MKGF31216

Sales Forces Management

For the course description, please refer to the equivalent course MKGF31215 Gestion de la Force de vente

MKGF31218

Stratégie et nouveaux défis de la distribution

Ce cours est animé par la chaire Grande Consommation et traite ici des enjeux des distributeurs. Avec l'arrivée des «pure players» du e-commerce et le développement des nouvelles technologies, la distribution s'est profondément transformée ces dernières années et ne cesse d'innover.

Développement de la marque-enseigne, omnicanalité, gestion du dernier kilomètre, utilisation de la data, transition alimentaire, transparence et proximité sont quelques-uns des multiples défis auxquels est confrontée la distribution aujourd'hui. Ce cours a pour objectif de comprendre la stratégie des distributeurs face à ces nouveaux enjeux, à travers des cas concrets et des intervenants variés: cadres dirigeants de Séphora, Leclerc, Picard, Casino, Auchan, Google, Costco ou du BCG.

Un cas concret à réaliser en groupe permet de valider ce cours

MKGF31221

Marketing Analytics

Mandatory course for students in the Accenture Strategic Business Analytics Chair.

This course aims at exposing students to the application and presentation of analytical and statistical methods to solve marketing problems, especially as they relate to customer description, targeting, lifetime value, customer relationship management, and optimization of marketing actions and tactics, such as direct marketing campaign targeting. Given the plethora of data in that domain, most examples and illustrations will use data from direct marketing, database marketing, and interactive marketing. The course will be largely practical, with hands-on

applications, numerous exercises, and a term project. Note that this course is targeted at technically-oriented students, and will use tools such as MySQL queries and R scripts. All tools used in the course are open-source software, and can be downloaded and used at no cost.

MKGF31228

Innovation & New Product Development

Because the demand for creative solutions continues to intensify as the half-life of business knowledge continues to shrink, it is typically not enough to exploit core competencies, which, in some cases, become “core rigidities” and thus impede innovation. Instead, we need to continually seek new core competencies, an approach this course hopes to help stimulate.

Teaching objectives

- Present the main key success factors of innovative products and services
- Describe the issues and solutions to implement suitable innovation processes within companies
- Train the students to the main methodologies to conceive and launch successfully innovative products and services on the market

MKGF31230

CPI - Création de produit innovant 1

Voir chapitre «Spécialisations». Programme commun avec Centrale Paris et Strate Design (école de design industriel) et inspiré d'un cours de Stanford, CPI vise à promouvoir les valeurs et méthodologies liées au Design Thinking, à l'Open Innovation, et à l'Intrapreneurship, via la réalisation de projets d'innovation concrets (création de nouveaux produits ou services) destinés à être déployés, pour le compte d'entreprises partenaires.

CPI répond ainsi au manque chronique de liens et d'intégration entre ingénierie, business et design au niveau des études qui engendre des incompréhensions et un manque d'efficacité important dans la vie

professionnelle des futurs diplômés, et pénalise aussi le développement de l'innovation.

CPI est une opportunité unique pour les étudiants de travailler sur de véritables projets d'entreprise autour de problématiques d'innovation. Ils pourront ainsi développer leurs capacités entrepreneuriales, leur sens des réalités économiques, financières, marketing et humaines de la gestion de projet. MKGF31230 (T1) et MKGF31232 (T2) doivent être pris obligatoirement ensemble. Pour valider le programme, les étudiants doivent s'engager sur les 2 trimestres et s'inscrire au cours à chaque trimestre (T1 et T2). Il est recommandé de ne pas s'engager dans un cours le mardi matin.

Le suivi du programme sur les 2 trimestres est validé par 3 UV et 2 mois d'expérience professionnelle.

Les séances auront lieu majoritairement, dans un lieu d'innovation, à Paris et les événements en alternance à l'ESSEC (Cergy ou La Défense), à l'Ecole Centrale Supélec et à Strate Design.

Candidature dès le mois de juin sur www.moncpi.com/candidature et inscription sur myessec.com dès le 1^{er} tour des inscriptions.

Pour toute question : fayet@essec.edu.

MKGF31232

CPI - Création de produit innovant 2

Pour le descriptif de cours, veuillez consulter MKGF31230 Crédit de produit innovant 1.

MKGF31237

Key Account Management

Key Account Management or Strategic Account Management is a recent discipline coming from the United States and now developing in Europe. As mergers and acquisitions continue to increase, competition intensifies on the international scene, with more and more global customers demanding unified treatment across the planet. In all sectors, suppliers need to organize themselves to address this pressure

from customers and also harmonize and globalize their own development. Key Account Management gathers all disciplines aiming at managing and developing the business relationships (as opposed to business transactions) between an organization and its “strategic” customers in the long run. Largely evolving from BtoB marketing and strategic selling backgrounds, but also from business strategy and management, it is a rising multi-faceted discipline, with a dedicated Non-Government Organization: SAMA (Strategic Account Management Association), based in Chicago, Illinois (www.strategicaccounts.org).

At the end of the course, through the four objectives assigned to it, the students should have:

- Experienced the management of complex Customer-Supplier, through a solid and demanding business case, authored by the professor, which shall constitute the base of the course;
- Discovered well validated processes for building a Key Account Program based on structured Key Performance Indicators;
- Actually and effectively planned the Key Account relationship through time for a given key customer, though a second solid business case authored by the professor,
- Understand key elements of the profile, missions and human factors defining a seasoned Key Account Manager.

MKGF31241

Branding: a Socio-cultural Perspective

This is an advanced course in branding. Taking a socio-cultural perspective, this course provides students with a deeper knowledge of the place of brands in the lives of consumers and a new vision of brand management.

The courses' objectives are to:

- provide an appreciation of the role of brands in consumers' daily experiences and in creating shareholder value;
- increase fluency with the core principles underlying a socio-cultural perspective to

brand strategy, and create familiarity with research tools that illuminate the meaning of any particular brand;

- augment students' ability to think creatively and critically about the strategies and tactics involved in building, leveraging, defending, and sustaining inspired brands
- introduce students to emergent business models related to the sharing economy and the experience economy.

MKGF31304

Introduction au design de produits et services

Le design fait partie de la stratégie globale d'une entreprise. S'agissant d'une fonction plurielle, distincte des autres spécificités de l'entreprise, il a pour objet de régir en termes clairs, signifiants et objectifs, l'ensemble des constituants visuels de l'entreprise. Ainsi, l'objet et le service, s'ils ne sont pas pensés pour l'homme, deviennent un obstacle aux actions et aux interactions humaines.

Entre la sensibilité des formes, la compréhension des techniques, la culture des usages, et une empathie socio- culturelle, le designer navigue aux frontières des possibles qui font la vie et fondent l'économie.

MKGF31311

Professional Selling

In business, “nothing happens unless a sale is made.” Salespeople are responsible for generating revenue. Without sales, every business, whether a giant corporation or a new start-up, will fail. Salespeople generate revenue by serving as the direct link between their firm and its customers. Salespeople provide value for their customers by understanding their needs and solving their problems. This course will take a consultative selling approach that will be broadly applicable to almost all sales situations. When practicing consultative selling, the individual acts more as a consultant clearing determining the needs, problems, and opportunities of this customer in order to

make beneficial recommendations. Consultative selling brings a problem-focused approach to every interaction. Contrary to the stereotype, all types of people with different personality styles can be successful at professional selling. For example, introverts can be just as successful as extroverts. Good salespeople have been and will continue to be in great demand and well compensated, even in recessionary economic times. Every person is involved in selling even if they don't have the title of 'salesperson'; whether it is selling your ideas within your own company, getting hired in the first place, or an entrepreneur selling their business model to investors. This course will place emphasis on understanding customers, practicing adaptive selling, developing trust and long-term relationships, and being able to put themselves in the 'shoes of the customer' to better solve their problems and provide value. This course will be taught using a mixed pedagogical approach, including some lectures, in-class exercises, practicing the skills taught in the class, role playing sales interactions, and the use of guest speakers who have hands on experiences to share with students.

MKGF31411

International Luxury Distribution

This course is mandatory for the LVMH Chair students. Open to other students depending of the number of seats available.

Understand the business models and key success factors of luxury brands. Analyze the evolution & structure of the luxury industry with a focus on personal luxury sector, the role of M&A & IPO's and the most successful international luxury distribution strategies and distribution business models. Analyze the different distribution channels for luxury brands such as retail, wholesale, licensing, and distribution partnership. Understand how brand collaborations at large can enable luxury brands to develop innovative partnerships around their suppliers, distributors, retailers,

employees and even shareholders but also strengthen their brand value chain from design to manufacturing, marketing, PR and distribution. Analyze the disruptions that affect luxury brands international distribution, such as travel retail, parallel markets, off-price and discount channels, category killers, digital disruptions, consumers empowerment, Omni retail, social commerce and even the sharing economy through the proliferation of pre-owned luxury websites and rental on-line platforms, etc.

MKGM31080

Mise à niveau Marketing

Cours de mise à niveau, réservé aux étudiants AST.

L'objectif général de ce cours est de faire acquérir aux étudiants une vue de synthèse de l'ensemble des concepts et modes de raisonnement de la discipline.

Les objectifs spécifiques sont :

- De développer ses capacités d'analyse de situations marketing en lui fournissant un guide de réflexion basé sur les principaux outils utilisés dans la discipline,
- De lui montrer les fondements de la démarche marketing, depuis l'analyse du marché et du comportement du consommateur, jusqu'à la mise en place des actions marketing,
- De développer une vue de synthèse des différentes activités marketing en entreprise,
- De permettre à l'étudiant d'appliquer en situation réelle les concepts appris en cours, notamment de rédiger un plan marketing.

MKGM31081

Refresher course Marketing

Refresher course, reserved for the AST students.

Marketing Management is the art and science of choosing target markets and getting, keeping and growing customers through creating, delivering and communicating superior customer value. This course addresses the theories and concepts of

marketing philosophy and how modern companies use the principles of marketing to deal with competitive challenges and opportunities in the global marketplace. It presents students the marketing process and its different steps.

MKGM31128 Marketing management

Pour le descriptif de cours, veuillez consulter le cours équivalent : MKGM31129 Marketing Management.

MKGM31129 Marketing Management

Important: It is suggested that students take this course towards the beginning of their studies as subsequent marketing courses will build upon it.

Several forces are transforming the nature, scope, and structure of the marketing profession. Marketers are seeing increasingly faster changes in the marketplace and are barraged with an ever increasing amount of information. Traditional marketing is more and more a combination of art, science and engineering.

This course aims at educating and training a new generation of marketing managers – and to expose non-marketing students to the concepts and key issues in marketing today. The goal of this course is to train students to become marketing managers that can analyse, evaluate, and process problems towards solutions that will help companies to grow.

The course is organized around short cases and anecdotes of marketing issues that modern firms face in the market place. Students with a knowledge of marketing will be able to put this knowledge to use in solving the problems raised in the cases and anecdotes. While students with no marketing background will be exposed to the key marketing issues in a real-life context.

MKGM31217

Chef de produit

L'environnement des marques a évolué considérablement au cours des 3 ou 4 dernières décennies. Les marques qui réussissent ont effectué une véritable mutation tant dans leur organisation interne (structure et démarches marketing) que dans le choix de partenaires externes (agences de communications, RP, packaging...). Dans ce contexte, l'objectif de ce cours est de :

- 1- Présenter la réalité de la fonction de Chef de Produit et de sa diversité** (en fonction de la taille des entreprises, du secteur, du libellé du poste...)
- 2- Présenter les interactions avec les autres métiers qui gravitent autour de cette fonction** (agence de pack /identité visuelle, category management/trade marketing, agence de com, ...)
- 3- Former les étudiants aux outils utilisés par les Chefs de Produit**, afin qu'ils acquièrent une **compétence technique** des métiers du marketing. Concrètement, à l'issue du cours, les étudiants devront savoir :
 - poser un diagnostic sur une marque, notamment en décryptant les données d'études, dont celles issues des **panels**
 - penser l'innovation et comprendre les **process de développement des nouveaux produits**
 - gérer l'**identité visuelle** des marques et les **problématiques packaging**
 - manipuler l'**outil promotionnel**
 - travailler sur des problématiques de **trade marketing** et de **category management**
 - gérer sa communauté de marque, animer sa **marque sur internet**
- Permettre aux étudiants d'évaluer leurs affinités et leurs aptitudes personnelles** par rapport à la fonction de Chef de Produit et aux différents métiers du marketing.

MKGM31218

Marketing Performance

The main objective of the course is to bring students to develop a comprehensive understanding of the key challenges for

marketers. It relies on real-life case studies that will allow the students to improve their decision making capabilities. The course covers basic tools for analysis but at least equally important, it introduces skills in presenting data and writing a report. As its name says, Marketing is driven by action: implementation is what counts. Students will do marketing when presenting their cases and writing up their analysis. They will write their analysis and recommendations for action as if they were acting as consultants to a firm, with a special care for the reader/consumer in terms of clarity. The quality of their write-up, both in terms of style and combination of discourse with evidence, will count in their evaluation.

MKGM31301

Workshop-Hackathon “A Journey to Better Nutrition”

Prerequisites recommended: MGTS31411 and MKGS31215 “Understanding the Food Consumer in the 21st Century”

This Hackathon, jointly organised by ESSEC, Ferrandi, and Agro Paris Tech will focus on a theme that is at the crossroads of multiple challenges of the industry, from customer experience & culinary design in multicultural environments to production and security challenges: **Food for Travelers**.

During this course, students will have:

- to understand the consumer trends and lifestyles,
- to describe and understand the customer experience,
- and to imagine and design new services, products, and solutions in the food ecosystem.

Students will be briefed on real-life topics and coached by our partners (transportation hubs operators, airlines, food operators, and Makethink, a Paris+NY customer experience design agency).

Facilitation will be provided by the pedagogical team and partners.

During this workshop, students will learn how to:

- work in varied profiles- teams on innovative projects
- adopt a user-based approach
- design solutions to create a high value-added customer experience
- design prototypes of new product or service concepts
- progress in "test & learn" and iterative loops
- improve their communication and acquire the fundamentals of pitching work for the long term and to exert a positive influence on society through CSR approaches in designing services/ products and new business models.

MKGM31350

Politique de marketing

Ce cours entièrement développé avec Unilever est un séminaire de spécialisation en marketing développé par la chaire grande consommation et animé par des cadres opérationnels du groupe issu de ses différentes activités : alimentaires (Magnum, Ben & Jerry's, Carte d'Or, Alsa, Maille, Amor, Knorr...) et non-alimentaires (Axe, Skip, Omo, Signal, Dove, Timotei...).

A travers des cas pratiques réels présentés et animés par des managers séniors d'Unilever, les étudiants travailleront sur les principaux challenges qui se posent à l'industrie des PGC quant à ses stratégies marketing :

- développement catégoriel dans un contexte concurrentiel toujours plus intense,
- création de valeur dans un contexte de pression sur les prix toujours plus élevé,
- nécessaire digitalisation des moyens moteurs (media et hors media), maîtrise des réseaux sociaux et des influenceurs, expérimentation de nouvelles technologies (AR, bots, voix etc...)
- et développement de marques citoyennes et engagées (brands with purpose/ brand activism).

Ce cours aborde le marketing Grande Consommation sous tous ses angles : innovation, positionnement de marques, communication, activation BTL & plans media

on et off line, category management et nouveaux circuits de distribution, droit des marques et inclusion de stratégie durable au cœur des marques...

La dernière séance a lieu au siège d'Unilever (Rueil) en présence du VP exécutif France. Trois cas concrets à rendre en groupe au cours des 10 séances permettront aux étudiants d'être en situation quasi professionnelle.

MKGM31353

Mise en œuvre de la relation industrie-commerce : Partenariat Carrefour-Danone

Ce cours d'entreprise a été lancé à l'ESSEC avec succès en 2007 dans le cadre de la chaire Grande Consommation. Le plateau est exceptionnel et les thèmes traités sont d'une incroyable actualité.

Chaque semaine les équipes Carrefour et Danone interviennent en binôme et les deux Présidents concluent le programme. Ainsi, des dirigeants de Danone et de Carrefour viennent ensemble échanger sur leurs enjeux, individuels et communs. Chaque séance est consacrée à un des chapitres clef de la collaboration entre un industriel et une enseigne - par exemple, enjeux et stratégie d'alignement, définition de l'assortiment, gestion de l'innovation, excellence opérationnelle et motivation des équipes, co-marketing, CRM et digital, la supply chain, négociation, RSE...

Ce cours est riche et assez exceptionnel dans sa formule et son contenu. C'est un complément de formation de haut niveau stratégique et opérationnel ainsi qu'une occasion de beaucoup de contacts.

Ce cours se termine chaque année par une séance autour des dirigeants de Carrefour et de Danone, séance pendant laquelle les meilleurs étudiants présentent la synthèse de leurs cas, puis l'ensemble des étudiants dialoguent avec les deux Présidents sous forme de Q&A.

MKGM31355

Management des produits de grande consommation

Ce cours est conçu par la chaire Grande Consommation et traite ici des enjeux des industriels (fabricants de marques). Chaque séance est animée par un professionnel en activité et poursuit un triple objectif :

- Connaître et comprendre, à travers des cas et exemples très concrets, les enjeux et défis que rencontrent actuellement les industriels du secteur de la Grande Consommation
- Percevoir les interactions entre les principaux métiers du secteur
- Approfondir la connaissance des étudiants sur des entreprises fabricants de Produits de Grande Consommation, cerner les valeurs et moteurs qui les animent afin de pouvoir orienter leurs carrières dans des entreprises inspirantes.

Une entreprise différente intervient à chacune des séances sur une problématique dans laquelle elle excelle. Sont intervenues en 2019 : Pernod-Ricard (innovation), Heineken (supply & procurement), P&G (négociation), Nielsen (data), Mars (RH et management d'équipes), Danone (finances), Essity (communication digitale), Coca-Cola (lobbying et affaires publiques), Greenshoot (entrepreneuriat)

La notation est effectuée sur la base de deux cas concrets et réels d'entreprise, à mener en groupe.

MKGM31412

Anthropologie des marques de luxe

Pour le descriptif du cours, veuillez consulter le cours équivalent : MKGM31413 Anthropology of Luxury Brands.

MKGM31413

Anthropology of Luxury Brands

The objective of this course is to discuss how strategic management of Dream Factor, Corporate Social Responsibility and Accessibility, combined to differentiated and consistent implementations that are relevant to stakeholders, help developing powerful

brands and creating emotional bond with consumers and loyalty.

We will focus on three topics: Consumer brand equity and cultural foundations of the dream factor; Brand identity and experiential branding; Corporate Social Responsibility as brand leverage and internal branding. You will be exposed to lots of cases of successful — and some unsuccessful — branding campaigns so that you learn what to do and what not to do in your own job. This seminar will familiarize you with the best practices in luxury branding and show how to build strong and powerful brand.

From Hermès, Chanel, Vuitton, DTC and the rebirth of Dior and ST Dupont to successful branding initiatives in champaigns like Krug, Dom Perignon and watches.

By understanding the key success factors of luxury brand management, you will learn about concepts and be equipped with tools to manage a branding project you could apply in mass brands.

MKGM31420

Séminaire de département en marketing

Ce séminaire est conseillé aux étudiants intéressés par les problématiques du luxe.

En 2020-2021, le thème de ce séminaire sera : Management des Savoir-Faire d'Exception et des Métiers d'art : levier de compétitivité de l'industrie du luxe

Ce séminaire a pour mission de sensibiliser les étudiants et développer leurs compétences de management des savoir-faire d'exception en les familiarisant avec les problématiques de la chaîne de valeur de l'industrie du luxe dans sa globalité, en insistant sur un aspect très peu pris compte dans les enseignements traditionnels traitant du secteur luxe, à savoir que la légitimité des marques de luxe françaises, suisses ou italiennes repose principalement sur la maîtrise de savoir-faire exceptionnels développés par des artisans dans divers métiers d'art. Le séminaire se propose donc de familiariser les étudiants avec l'écosystème de ces savoir-faire. Plus spécifiquement, il a pour objectifs de :

- a) Fournir aux étudiants les clés de compréhension nécessaires pour maîtriser les enjeux que représentent le processus de création, l'innovation et la sauvegarde des savoir-faire dans l'industrie du luxe. En analysant les savoir-faire exceptionnels, les étudiants seront exposés aux problématiques managériales et enjeux opérationnels liés à l'organisation et la pérennisation de ces métiers, qui sont inscrits dans la culture et les territoires ;
- b) Sensibiliser les étudiants aux défis liés à la valorisation de cet atout unique, et discuter des leviers de développement de ces savoir-faire d'exception.
- c) Ce séminaire privilégie une approche interactive : exposés, expérience terrain lors des visites d'ateliers et échanges avec le Château de Versailles, les Artisans Partenaires, Entreprises du Patrimoine vivant (EPV), INMA

MKGM31421

Department Seminar in Marketing

■ In 2020-2021, the topic will be:
Understanding Beauty and the Beauty Consumer in the 21st Century

This course is designed to introduce students to the evolving field of Beauty and to the multiple facets of the beauty consumer in the 21st century. We explore beauty behaviors across a number of domains; from the cognitive biases that impact our daily beauty routines and choices, to the rise of “augmented beauty” and new ideas about cleanliness and health, to the ways in which we are influenced by beauty bloggers and micro-celebrities, beauty pageants and social networks.

This course draws from current research in cultural anthropology, art history, AI, big data and computing, genomics, behavioral economics, social psychology, academic marketing, and is intended to broadly survey the field of beauty and the consumer behavior. Students will have a toolbox to understand and analyze the transformations of the “beauty ecosystem”: from ethnic

beauty and “molecular spas”; from Beauty tech to the rise of the “cognitive consumer” and “augmented beauty”; and from “Hapa beauty” to personalized beauty and “K-beauty”.

Because we study human behavior, students should all have a lot to contribute, both from their own personal experiences, as well as from the content of the materials we will be reading each week. We will mobilize a mix of texts – both academic papers and mainstream book chapters – but we presume no incoming knowledge of anthropology, aesthetics, genetics, AI or academic research whatsoever.

This course offers a fresh perspective for understanding the beauty consumer with a glimpse into what would be the future of Beauty.

MKGS31124

Stratégies Marketing Business-to-Business

Sous la pression de la publicité grand public, la perception du marketing est encore aujourd’hui largement limitée à ses applications en grande consommation. Pourtant, la majorité des échanges économiques concernent des entreprises ou (plus largement) des organisations entretenant entre elles des relations «Clients – Fournisseurs» qui nécessitent des compétences en marketing bien spécifiques et conduisent à des métiers passionnantes car centrés sur le développement de relations interpersonnelles durables. Parmi les innombrables domaines d’application, citons les biens d’équipements, l’emballage (équipement et consommables), les composants industriels (automobile, électronique, machine-outil, etc.) ou bien encore tous les services requis par les entreprises (banque, finance, consulting, distribution, logistique), sans oublier les activités «Business-to-Business» (BtoB) d’entreprises connues du grand public comme les sociétés pétrolières ou agro-alimentaires (détergents pour les entreprises industrielles,

boissons pour la restauration par exemple). Ce cours porte sur les spécificités du marketing en environnement «business to business». L’objectif est de permettre aux étudiants d’élargir leurs connaissances à ces domaines et de leur fournir les concepts et méthodes qui leur permettront de porter un diagnostic, d’analyser et de décider efficacement dans des situations souvent complexes.

MKGS31125

Business to Business Marketing Strategies

Brands and products at the final consumption stage are much more widely perceived than others by most people, especially younger individuals like students, so that organizations operating at any B2B (Business-to-Business) level have remained widely unknown. Yet, the B2B sector is the prerequisite for developing consumer products and services since consumers' needs vertically propagate through the depth of our economic systems. What's more, the B2B environment deals with much more varied and numerous brands and organizations and, above all, it offers a myriad of different exciting professional marketing, sales and managerial opportunities that have yet to be uncovered and publicized. It turns out that, mostly starting from the 2010s in Europe (earlier in the United States), B2B Marketing has been undergoing tremendous changes and challenges, especially due to the ubiquitous digitization of the economy. The latter deeply affects and questions traditional B2B Marketing approaches, yet without wiping out its foundations or its unshrinkable structural differences with B2C Marketing. It is the objective of this course, deeply renovated in 2016, to offer students up-to-date concepts and methods in order to analyze the situation of a company or organization in a B2B environment, and to formulate innovative and pertinent strategies allowing the company to “single out” its offer and succeed in strategy execution. Although

not a “digital” B2B Marketing course *per se*, this course discusses many internet-based approaches, methods and challenges.

MKGS31200

Contemporary Issues Luxury Marketing LVMH Chair Seminar

The seminar is reserved only for students admitted to the LVMH Chair.

The seminar includes field projects given by several houses of the LVMH group. Students work in teams on a current issue facing one of the LVMH houses today. It also allows the LVMH Chair students to learn how to apply their knowledge to real-life problems within the luxury industry. The field project is to be conducted in teams of 4-5 students.

Examples of previous field project topics with LVMH brands include:

Hublot: *Can we still afford empty windows at night? An opportunity to innovate and showcase the Hublot Brand and Products in a new way.*

Benefit: *Creating customer loyalty: How to implement the most innovative CRM strategy?*

Chaumet: *How to speak to young French clientele?*

MKGS31203

Digital Marketing Strategy

The module will contribute to two of ESSEC’s global learning goals:

1. Managing Process: Students will be required to master functional area concepts and theories from marketing, sales and information systems and integrate these theories with practical knowledge gained through the module project.
 2. Facing Complexity: The digital marketplace is very complex and rapidly evolving. Students will therefore have to apply strong analytical skills to understand current practices, develop innovative solutions to address the issues in the main case study project and in-class exercises.
- The course aims to provide students with the knowledge, tools and reflexes to build a marketing plan focused on digital, with cost

efficiency constraints, based on a real startup case.

More precisely, students will learn:

- How to build a Search Engine Marketing campaign, a Display advertising campaign, an online video campaign, build a social media mix, build a digital influencer strategy, build a mobile strategy
- How to concretely use Google AdWords and Facebook Advertising tools.
- How brands can be efficiently built or reinforced online
- About the history of the Internet as a media, its advertising ecosystem and its key stakeholders.

Each class will follow a similar pedagogical pattern, focusing on a different digital channel each time:

MKGS31204

Stratégie de marketing digital

Pour le descriptif de cours, veuillez consulter le cours équivalent MKGS31203.

MKGS31215

Understanding the Food Consumer in the 21st century

Priority for students admitted in the Food Business Challenges Chair.

This course is designed to introduce students to the evolving field of Food and to the multiple facets of the Food consumer in the 21st century. We explore people’s behavior across a number of domains – from the cognitive biases that impact our daily food choices, to the rise of personal nutrigenomics and the new ideas about health, to the ways in which we are influenced by food bloggers, cooking shows or food social networks...

This course draws from research in cultural anthropology, sociology, AI and computing, genomics, behavioral economics, social psychology, academic marketing, and is intended to broadly survey the field of food and consumer behavior. Students will have a “tool-box” to understand and analyze the current transformations of the food system: from e-commerce to food delivery and “meal-

kits"; from animal welfare to the rise of "cognitive vegetarianism"; from family dinner to personalized nutrition.

Because we study human behavior, students should all have a lot to contribute, both from their own personal experiences, as well as from the content of the materials we will be reading each week. We will mobilize a mix of texts – both academic papers and mainstream book chapters – but we presume no incoming knowledge of anthropology, genetics or academic research whatsoever.

We will start from scratch – and teach the students the basics of reading a scientific paper, give them the tools to become a discerning reader of life science and social science research, and give them a whole new perspective for understanding eating behavior and food consumption, and a glimpse into what would be the future of food.

MKGS31223 Business to Business Digital Marketing Management

The word "digital" is now on everybody's lips. Internet has revolutionized our behaviors, and the "internet natives" are now leading the way. As witnessed by today's greatest brands of the consumer service industries (Amazon, Facebook, Google, etc.), the digital revolution has mostly ignited the BtoC layer of our economy. This course will take a hands-on approach with several sessions devoted to workshops facilitated by digital B2B experts. The first two sessions will be devoted to the introduction of concepts (Session 1) and the introduction of three contrasted company cases (Session 2). Teams of students formed during Session 2 will deal with these cases all along the course, following the three steps of customer base development: The Reach phase (Sessions 3 and 4), the Lead Management phase (Sessions 5 and 6), and the Customer Advocacy phase (Sessions 7 and 8). The last two sessions will be devoted to final case presentations.

MKGS31228 Business to Business Agri-food Marketing Policy

This course won't be scheduled/taught for 2020/2021

In its most traditional sense, marketing consists of a set of concepts and techniques aiming at satisfying the needs of the final consumers. These needs propagate upwards along the economic chains, affecting the "business-to-business" relationships. In the agri-food domain, the industrial needs arise all along the chains, and concern products as diverse as packaging, manufacturing equipment, intermediate products, with a more tangible concentration at the level of "Intermediate Food Products" and farm inputs.

The objective of the course is to enable participants to formulate and execute sound marketing policy in an agri-food business-to-business context. Therefore the course includes a series of real case discussions from large international companies of the sector. These "live" case studies come as "hands-on" illustrations of theoretical aspects from the industrial marketing field, duly covered during the course, such as the concept of transaction, industrial chain and networks, industrial purchasing behavior, need appraisal, market segmentation, value delivering systems, communication strategies, key account management, etc., drawn from both standard and the most recent theoretical literature. Specific industrial marketing tools are introduced, including Segmentation, Product Positioning and Value Proposition, to complete the link between theory and practice.

MKGS31311***International Marketing***

This course will give an overview of international marketing issues. Course objectives are to develop a general overview and understanding of international marketing, to provide an appreciation of environmental influences in international marketing, to teach a way of thinking which will assist in identifying and analysing the environmental uniqueness of various nations, and finally to illustrate marketing techniques and strategies necessary to compete in the global marketplace. We will have a look at culture, global segmentation - targeting - positioning, global marketing research, global product, pricing, distribution, and communication decisions.

MKGS31312***Marketing international***

Ce cours a pour objet d'aborder les principaux problèmes qui se posent sur un plan décisionnel et organisationnel aux entreprises concernées par un développement de leurs activités commerciales à l'étranger, qu'il s'agisse d'exportation, d'implantation de filiales ou de partenariat. Elle vise en particulier à sensibiliser les étudiants aux concepts, méthodes et formes d'organisation spécifiques à la mise en œuvre d'une stratégie marketing orientée vers la conquête des marchés étrangers.

MKGS31400***Workshop Management des Savoir-Faire d'Exception***

Ce workshop est conseillé aux étudiants intéressés par les problématiques du luxe. Priorité sera donnée aux étudiants ayant suivi le séminaire management des savoir-faire d'exception.

L'ambition Citoyenne Essec : en cohérence avec les valeurs humanistes de l'Essec, les journées Savoir-faire Essec ont pour objectif d'aider à la formation de managers responsables et de valoriser l'engagement citoyen de nos étudiants, en participant à

l'écosystème dont l'objectif est d'aider au rayonnement de la culture et des métiers d'art français. Cet engagement est rendu possible grâce aux Institutionnels dont la mission est de promouvoir et protéger les savoir-faire d'exception.

Le double objectif spécifique est :

- a) Apprendre à concilier l'impératif économique et la valorisation de **savoir-faire d'excellence français**
- b) Apprendre à gérer la complexité du travail d'équipe avec des profils très divers (double diplôme, Louvre, ingénieur, sup de co. Design), source de créativité.

Dans le cadre du partenariat Essec Château de Versailles et le label EPV, un workshop management des savoir-faire d'exception est organisé pendant la semaine bloquée de mai-avril. Dans une procédure HACKTHON, des équipes d'étudiants travaillent 5 jours en mode continu sur des problématiques d'artisans. **Un projet en équipe** intégrant du branding, du développement marché et un business plan **est réalisé avec l'aide d'un tuteur (professeur, consultant)**.

Les projets sont sélectionnés par le label EPV et portent sur des problématiques « faisables » en 3-4 jours. La dimension développement production n'est pas abordée. Priorité est donc donnée à des projets axés opportunités marchés, développement marchés, communication, business plan et contraintes économiques avec faisabilité. A la fin de la semaine, les étudiants présentent leurs recommandations et concepts *devant un jury comprenant les artisans ayant soumis les projets, le label EPV, le professeur et des professionnels. Ce jury évaluera la qualité et la pertinence de la présentation finale.*

MKGS31403***New Beauty Insights***

The world of global beauty is a rapidly changing industry. New shopping dynamics and changing consumer preferences have created new opportunities. This Leading a Beauty Brand Chair seminar highlights the

complexity of the beauty business today. It allows students to deepen their understanding of current opportunities within it.

The different types of Chair's partners (Supplies, beauty products manufacturers, retailers) facilitate the understanding of the beauty spectrum and give a complete and global overview of the beauty industry. Our partners' representatives will share their standpoints with the students and provide them with a full view of beauty sector end-to-end and the tools to build careers across areas such as marketing, communications, retail and brand leadership.

MKGS31405

New Challenges within the Beauty World

This LBB seminar provides a unique opportunity of learning by doing experience and applied perspectives.

As a leader and a beauty enthusiast, you will have to coordinate decisions that involve parties in the beauty industry. Leading a beauty brand chair partners' will provide students team with a question that had not been solved yet.

The course objectives are to gain hands-on experience by looking how to address the problematic, proposing agile solutions and dealing with complexity.

Students will be able to conduct a market survey, to analyze their results and to take decisions. They will then, set up an operational plan to achieve their goals and present their final recommendations in order to embark the Chair's partners.

This course prepares young leaders to better understand their future competitive work environment and enhance their value-adding skills for a successful career in the beauty industry.

MKGS31431

Food Business Challenges Chair Seminar Building Scenarii for the Future of Food Chair Seminar #1

Course reserved for students admitted in the Food Business Challenges Chair.

Under construction with the chair partners.

Objective: Develop the ability to apprehend the future of food, to understand and act on present issues.

Students will learn how to use prospective tools and foresight approach:

- mini-scenarii to be created by teams of students
- according to traceable methods
- publishable

Chair students will work on research topics proposed by the partners. Students will be briefed on actual issues, they will design strategies and scenarii, and make their final presentation. Throughout the session, students will be mentored by ESSEC professors associated with the chair.

MKGS31441

Food Business Challenges Chair Seminar Insights on Food Challenges Chair Seminar #2

Course reserved for students admitted in the Food Business Challenges Chair.

Under construction with the chair partners.

Objective: Involve students enrolled in the Food Chair to the challenges faced by our partner companies.

Through actual case studies presented and led by senior managers, students work on the main challenges facing companies in the food sector, whether strategic or operational, impacting various business lines: CSR, marketing and communication, supply chain and data management, etc.

Case studies will be designed by ESSEC professors along with partner company executives. Students prepare their case before the session. Sessions are organized around students' contributions to the resolution of the case.

This course is co-developed with our Chair partners, a specialization seminar led by operational managers from our partner companies: Axéréal, Bel, Lesaffre, METRO will present a selection of challenges (2 sessions per partner).

Concrete cases to be presented in groups during the 10 sessions will enable students to be in a quasi-professional situation.

MKGS31452

Séminaire de la Chaire Grande Consommation (1) « Consommation & RSE »

Ce séminaire est réservé aux membres de la chaire Grande Consommation et s'articule chaque année autour d'un thème central lié à la Consommation et à la RSE.

Il se veut un lieu d'échange et de réflexion sur la responsabilité de l'industrie et du commerce de grande consommation à l'égard du monde, parce que ce secteur nourrit et fournit au quotidien des dizaines de millions de foyers, impacte massivement les ressources, l'environnement, l'écosystème et la biodiversité et emploie directement et indirectement plus d'un million d'hommes et de femmes en France.

Les étudiants ont un projet de recherche à effectuer en binôme autour d'un thème. Par exemple en 2019, les étudiants ont travaillé sur le bilan du processus mis en œuvre à l'occasion des « Etats Généraux de l'Alimentation », depuis le lancement en Juillet 2017 par Emmanuel Macron et Edouard Philippe, jusqu'aux actions menées par les acteurs en 2019.

Un intervenant, différent sur chaque séance et issu des ONG, des entreprises, du monde politique, des associations de consommateurs, ou des instituts d'étude, vient partager son point de vue sur la question selon un format qui se veut interactif.

MKGS31453

Séminaire de la Chaire Grande Consommation (2)

Ce séminaire, réservé aux membres de la chaire est dispensé en semaine bloquée sous la responsabilité du Directeur Exécutif.

Une semaine particulièrement intense, 100 % sur le terrain avec un passage à l'étranger (Maroc en 2019, USA en 2018, Italie en 2017, Chine en 2016). Il s'agit d'un lieu de découverte, de rencontres et de réflexion sur les enjeux de la grande consommation. De nombreuses personnalités viennent y partager leurs expériences. En 2019, nous avons abordé les thèmes de production et innovation avec le Groupe SEB, logistique et automatisation avec Carrefour avant de partir au Maroc pour tenter de comprendre les raisons du boycott de Danone dans ce pays, après avoir visité leur plus grosse ferme et réalisé une tournée terrain. Nous avons rencontré l'Amazon local : Jumia, compris les défis de l'Afrique avec Strategy&, évalué avec Pernod-Ricard la difficulté de vendre de l'alcool dans un pays musulman et mesuré la difficulté du commerce moderne au Maroc en rencontrant l'enseigne Marjane. Le tout dans une ambiance stimulante et très conviviale propre à la chaire Grande Consommation.

MKGS31461

Deep Dive Consulting

Course not offered in 2020-2021

MKGS31462

Clients et stratégie

Ce cours vise à donner aux étudiants une vue de synthèse très actuelle des stratégies de relation-client dans les entreprises et des problèmes. En outre, les étudiants bénéficient d'une formation à l'expression orale ainsi qu'aux différents aspects de la négociation en entreprise.

Thèmes abordés :

L'orientation client

Les enjeux de la relation-client

Les spécificités de la relation-client en BtoB et en BtoC

Les spécificités de la relation à l'international
Le rôle du gestionnaire de comptes-clés.

MKGS31469 Luxury Retail Management

This course, reserved to LVMH Chair students, is also opened to ESSEC students as well as exchange students depending on the available seats.

In many sectors such as apparel, accessories, watches & jewelry, food, wines & spirits, even sometimes beauty, luxury brands are developing an integrated retail distribution strategy for many converging reasons: to better transmit and communicate their brand codes & values, to create unique & memorable luxury experiences in their stores that will enable them to differentiate from their competitors, to improve knowledge and loyalty among their customers through CRM, VIP & loyalty programs, to enhance the exclusivity perception through pricing & merchandising control, to optimize their financial performance by integrating retail margins in-house and capitalizing on sophisticated inventory and supply chain procedures. For many companies operating in the luxury sector, this strategic opportunity often turns into a challenge as the level of investments required to develop a retail strategy is extremely high and the risks of making the wrong decisions or investments are more and more important. But in addition, we can observe in many luxury brands or groups, a real deficit of skills, corporate retail culture and qualified staff at all levels of the chain from store back office to regional retail organizations. In this context the main objective of this course is to provide participants with in-depth understanding of luxury retail. This course aims at training participants on the complexity and growing importance of managing luxury retail stores, at the level of store manager, area retail manager or retail director. Specifically, this course will give participants all the business and managerial tools required to properly manage a luxury retail organization. It will

deliver technical and conceptual tools and also it will share with participants some of the best practices but also highlight the pitfalls of luxury retail management. In this context the main objective of this course is to provide participants with in-depth understanding of the luxury retail environment. This course aims at training participants on the complexity and growing importance of managing luxury retail stores.

MKGS31471 LVMH Chair Seminar: Fundamentals of Luxury

The seminar is reserved to students admitted to the LVMH Chair.

The seminar consists of a series of topics which are essential to luxury brand management. They will be given by professionals working at the LVMH group. These are privileged opportunities for the students to interact with professionals who are eager to share their passion, experience and know-how.

The topics include:

- Creation and design
- Brand management
- Client experience and retail
- Digital marketing
- Supply Chain Challenges in the Luxury Industry

MKGS31475 Product Management in Fashion

Each season, fashion collections relentlessly emerge between fascinating creative impulses and challenging strategic, rational and organizational rules which question one another. Thus, in many prospects, every completed collection is a wonder.

And this course is a "How to" guide to effective product development and management in Textile & Fashion.

It is most useful for students without any prior experience in Product Development and who want to understand how collections go live.

After this course, you will gain a practical understanding of what it takes to effectively develop and manage Products in Textile & Fashion, i.e.:

- Understand the Fashion environment and know key designers and trends,
- Understand Value Chain, business models and key processes (creative process, forecasting, development planning, collection assessment, line promotion, etc.).
- Experience the setting up of a new product range.

MKGS31477 Luxury Retail Excellence and Merchandising

The objectives of this course are to give you the frameworks and tools to understand what it takes to effectively gain access to consumers in the luxury industries, i.e.:

- What are the typical requirements of Business Model building?
 - How to design a great Value Proposition?
 - What it takes to set up a consistent Retail Strategy?
 - How to design a Retail Concept?
 - How to effectively merchandise a product range?
 - How to secure products availability while managing scarcity?
 - How to decipher a point of sale, what makes it efficient, how to manage it?
 - How to handle consumers in the point sale (from selling and servicing perspectives)?
- After taking this course, you will be able to design great Value Propositions and set up associated Business Plan, fit for a luxury context.

MKGS31481 Sports Marketing: the Organizer's Point of View

Objectives and Topics:

This seminar aims at grasping the methods of operation, decision and action of sports institutions, mainly in strategic and business perspectives. This seminar is highly

interactive as guest speakers from the sports business are invited annually to tackle major topics of the field.

MKGS31485

Economy, Governance and Organization of International Sport

Objectives and Topics:

This course is conducted in the form of small conferences and offers students the opportunity to acquire fundamental knowledge of International Sports Governance of Institutions such as the IOC and UEFA. It highlights the impacts and consequences of the organisation of big events such as The Champions' League, for example.

MKGS31487

Marketing Through Sports: Analysis of Company Perspective

Objectives and Topics:

Since 2008, this seminar takes place at the Headquarters of the UEFA in Nyon and the IOC in Lausanne in Switzerland. It has for objective to treat strategic and tactical issues of the use of Sports by companies. These issues go way beyond the field of communication. This seminar is the occasion for the student to compare the theoretical principles of sports marketing, presented in earlier classes and exchanges, to the realities and demands of companies within the field.

Recognised and prominent professionals from the highest realms of the Sports Marketing sector, share regularly with our students their expertise in order to improve the students' knowledge in Sports Marketing and Management.

The seminar allows students to develop their understanding of the different aspects, functions and marketing practices and know-how of the different companies involved in the Sports industry.

MKGS31495**ESSEC Sports Chair Seminar****Key Dynamics in the Global Sports Ecosystem**

The seminar is reserved for students admitted to the ESSEC Sports Chair. It consists of a series of current key topics in the global sports ecosystem. The seminar is co-created with Chair students and Chair partners.

Invited speakers share their insights and experiences. Students work in teams on preparing round table discussions and questions for the invited speakers. Examples of topics include sport analytics, digital marketing in sports, and inclusion and diversity in sport and through sport.

Les professeurs du département / Faculty Department Members



Albert C. BEMMAOR
A l'ESSEC depuis 1980



Arnaud DE BRUYN
A l'ESSEC depuis 2004



Reetika GUPTA
Campus de Singapour
A l'ESSEC depuis 2013



Martine BRONNER
A l'ESSEC depuis 1992



Pierre DESMET,
A l'ESSEC depuis 1986



Thierry LARDINOIT
A l'ESSEC depuis 1996



Raphaëlle BUTORI
A l'ESSEC depuis 2010



Delphine DION
A l'ESSEC depuis 2015



**Emmanuelle
LE NAGARD**
A l'ESSEC depuis 1997



Tuck Siong CHUNG
A l'ESSEC depuis 2017



Hubert FAUCHER
A l'ESSEC depuis 1996



Richard Mc FARLAND
A l'ESSEC depuis 2015



Simon NYECK
A l'ESSEC depuis 2000



Sonja PROKOPEC
A l'ESSEC depuis 2007



Frédéric OBLE
A l'ESSEC depuis 1996



Steven SEGGIE
A l'ESSEC depuis 2018



Ayse ÖNCÜLER
A l'ESSEC depuis 2008



Jean-Marc XUEREB
A l'ESSEC depuis 1992



Bernard PRAS
A l'ESSEC depuis 1973

Les chargés de cours / *Adjunct Lecturers*

Cette liste est donnée sous réserve de changements.

Jean-Pascal ALBERTINI – Laure ARNOLD – Françoise BATHIE – Joanna CHEKROUN – Philippe COHEN – Pier-Paolo COLUCCI – Céline DAMOUR – Loïc DANIEL – Alexis DE LA TOUR DU PIN – Véronique DRECQ – Richard DELERINS – Clément DUBREUIL – Rémy GERIN – Long Bernard HOANG – Jérôme ISRAEL – Laurent LA ROCCA – Patrick LUCIANO – Anne-Flore MAMAN-LARRAUFIE – Céline MAS – Denis MORISSET – Claire PERON – Anne PLACET – Cécile PREAUBERT – Nathalie RAMANANTSOA – Isabelle ROUSSEAU – Dorothée SIDOKPOHOU – Alexandre TELINGE – Emeline TULARD – Laurence VERDICKT – Cécile VINIANE.

Management des Opérations

Operations Management

The collage includes the following items:

- Transportation Research Part D**: An International Journal of Transport and Environment. Article: "The benefits of a monitoring strategy for firms subject to the Emissions Trading System". Authors: Peter De Groot, Vivesca Espulys Voss.
- Operations Research Letters**: Vol. 30, No. 3, March–April 2002. Article: "Capacity Rationing in Stochastic Rental Systems with Advance Demand Information". Authors: Felix Papier, Ulrich W. Thonemann.
- Expert Systems with Applications**: Volume 33, Issues 4–5, April–May 2006. Article: "Dynamic pricing policies for interdependent perishable products or services using reinforcement learning". Authors: Kapal Rau, Fernando S. Oliveira.
- Journal of Supply Chain Management**: Volume 45, Number 1, March 2009. Article: "Global Supply Chains: Evaluating Regions on an Epic Framework". Authors: Mandarin M. Brinkman, Tadeusz P. Góra, Philippe-Hervé Domice, Kenneth J. Potoczn.
- LE DESIGN THINKING AU SERVICE DE L'INNOVATION RESPONSABLE**: A book by MAXIMA. Authors: XAVIER PAVIE, DAPHNÉ CARTHY, CORINNE JOUANNY, FRANÇOIS VEREZ.

Professeur responsable de département / *Department Head* : Philippe-Pierre DORNIER
Assistante / *Assistant* : Jennifer RODRIGUES DA SILVA

Distribution, production, approvisionnement, service, mais aussi soutien après-vente, reverse logistique ou encore innovation, ce sont les faits concrets de l'activité de nombreuses entreprises dans le domaine industriel, de la distribution ou des services. Avec la mondialisation des échanges et de la production, le raccourcissement du cycle de vie des produits, le développement du e-business et la course à l'innovation et de manière plus générale avec la complexification de l'économie, le management des opérations devient une préoccupation essentielle de l'entreprise. De fait, le management des opérations prend en charge, tant sur le plan stratégique qu'opérationnel, tout ou partie de la conception des produits ou des processus, de la production, de la disponibilité et de la qualité des produits, des achats et des approvisionnements, du soutien après-vente, du recyclage... Le management des opérations contribue à la production de services (disponibilité, délai, fiabilité) ainsi qu'à l'optimisation de la performance de l'entreprise en matière de coût et de création de valeur. La production correspond à un volet essentiel du management des opérations. Soumise à d'importantes pressions concurrentielles, l'entreprise vise à développer des systèmes de transformation plus performants grâce auxquels elle renforce sa compétitivité. La différenciation retardée, la production de masse, la production personnalisée figurent parmi les dispositifs susceptibles d'être adoptés.

Dans tous les cas, la conception d'un système de production requiert une segmentation des marchés et une définition du portefeuille de produits et doit pouvoir s'appuyer sur une organisation d'achat et un réseau d'approvisionnement efficaces. La logistique, souvent identifiée aux problèmes opérationnels de transport et de stockage, constitue un autre volet du management des opérations.

Distribution, production, supply, service, but also product support, and reverse logistics or innovation are concrete aspects of business in many companies in the manufacturing, distribution, or service sectors. With the globalization of trade and production, shorter product life cycles, e-business development the race to innovation, and more generally, the complexification of the economy, operations management has become an essential business concern. Operations management provides strategic and operational direction for all or part of many activities, including product or process design, production, product availability and quality, purchasing and supplies, product support, and recycling. Operations Management contributes to service production (availability, lead time, and reliability) and helps to optimize a company's value creation and cost performance. Production is an essential facet of operations management. In a highly competitive environment, companies look to develop more efficient production systems in order to build competitive advantage. Possible approaches include delayed differentiation, mass production, and customized production. Market segmentation and product portfolio definition are a necessary part of operations management system design, which must also be based on an efficient purchasing structure and supply network.

Logistics, which is often identified with the operational problems of transportation and storage, is another facet of management operations. Logistics is the process of designing and organizing the networks through which products and information flow within the company and includes their day-to-day management. Generally speaking, it also includes resolving customer service problems at minimum cost to the company. An extension of logistics, supply chain management, has become a vital strategic

Il conçoit et organise les réseaux à travers lesquels les flux de produits et d'information circulent dans l'entreprise et prend en charge leur gestion quotidienne.

Une façon générale, elle est compétente pour traiter les problèmes de service au client au moindre coût dans l'entreprise.

En prolongement de la fonction logistique, le Supply Chain Management s'est imposé aux entreprises comme un dispositif stratégique de coordination globale associant l'ensemble des acteurs de la chaîne de flux.

En fait, le Supply Chain Management a vocation à construire une démarche coopérative et transversale entre des acteurs poursuivant des objectifs différents, afin de maximiser la performance globale de la chaîne dans le respect des règles contractuelles de partage des revenus.

À l'échelle d'un réseau, le Supply Chain Management contribue à coordonner les stratégies transversales des entreprises et devient ainsi un élément-clé de leur compétitivité.

Le management des opérations s'étend à l'innovation. Dans tous les secteurs d'activité économique, celle-ci est au cœur des stratégies de croissance des entreprises. Sa mise en œuvre nécessite souvent un accès direct à des ressources technologiques, soit dans le cadre d'un développement interne, soit à travers des collaborations externes avec les fournisseurs. Le management de l'innovation contribue à la transformation des modes de développement des produits ainsi que ceux de leur production et de leur consommation. En ce sens, il englobe des compétences multiples et nécessite un effort de coordination soumis à des contraintes temporelles. Les étudiants intéressés peuvent, le cas échéant, choisir de suivre un ou quatre cours fondamentaux et d'approfondir leurs connaissances dans la matière en suivant la filière spécialisée en Management des Opérations et de suivre certains cours MOP à Singapour.

noter que certains cours sont en coopération avec le département Management.

tool for the comprehensive coordination of all supply chain components. Supply chain management builds a cooperative and transversal framework for components with different objectives in order to maximize overall supply chain efficiency, all while complying with contractual income sharing rules. At the network level, supply chain management helps to coordinate horizontal strategies among businesses, making it a key factor in their competitiveness.

Operations Management includes innovation. In every sector of economic activity, innovation is at the heart of business development strategy. Implementing innovation often requires direct access to technological resources, either through in-house R&D or by means of external (supplier) collaborations. Management of innovation contributes to the transformation of product development methods, as well as production and consumption.

Interested students may select one of four courses as a core course and further deepen their skills by selecting the specialized Track "Operations Management" given in Singapore.

To note: some courses are delivered in cooperation with the Management Department.

MANAGEMENT DES OPERATIONS / OPERATIONS MANAGEMENT	
COURS FONDAMENTAUX / CORE COURSES*	
COURS ELECTIFS / ELECTIVE COURSES	
MOP131203 <i>Services Management and Marketing</i>	MOP131201/31202 <i>Philosophy and Strategy of responsible Innovation / Philosophie et stratégie pour l'Innovation responsable</i>
MOP131207 <i>Operations and Technology Management</i>	MOP131205 <i>Innovation in a Service Economy (Singapore)</i>
MOP031212/312121 <i>Pilotage de la Supply Chain : outils appliqués / Supply Chain Analytics and Tools</i>	MOPP31232 <i>Gestion de projet</i>
MOP031232 <i>Supply Chain Management in a Digital Age (Singapore)</i>	MOPP32111 <i>Indirect Purchasing Strategy (Singapore)</i>
MOPP31100/31101 <i>Management de la Supply Chain : Stratégie et organisation / Supply Chain Management: Strategy and Organization /</i>	MANAGEMENT DES SERVICES / SERVICES MANAGEMENT
MOPP31105/MOP032209 <i>Operations and Logistics Management (Singapore)</i>	MGTM31356/31357 <i>Management d'innovation/ Innovation Management</i>
MOPP31220 <i>Gestion des Opérations et logistique en Afrique (Rabat)</i>	
MOPP31231 <i>Purchasing and Procurement Management</i>	

* 9e cours fondamental obligatoire pour tous les étudiants ayant intégré le cycle Master à partir de 2014-2015. Ces cours, s'ils ne sont pas pris comme cours fondamentaux, comptent comme des cours électifs de gestion.

* 9th core course for all students entered in the Master program from 2014-2015. These courses, if they are not taken as core courses count as management elective course.

Cours proposé au département Management mais enseigné par Xavier PAVIE, professeur permanent du département Management des Opérations
Courses proposed by Management department but taught by Xavier PAVIE, permanent professor of Management of Operations department

MANAGEMENT DES OPERATIONS / OPERATIONS MANAGEMENT (MOPP - MOPP)	Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory prerequisite(s)	Équivalent(s) / Equivalent(s)
Cours fondamentaux / Core Courses			
MOPP31203 <i>Services Management & Mkg</i>	X. Pavie		MOPP31204
MOPP31207 <i>Operations & Technology Mngt</i>	S. Rezaee Vessal		
MOPP31212 <i>Pilotage Supply Chain</i>	F. El Ouardighi		MOPP31213
MOPP31213 <i>Supply Chain Analytics & Tools</i>	F. El Ouardighi F. Papier		MOPP31212
MOPP31232 <i>Supply Chain Management in a Dig. Age (Singapore)</i>	X. Pavie		
MOPP31100 <i>Management Supply Chain</i>	P.-P. Dornier		MOPP31101
MOPP31101 <i>Supply Chain Management</i>	P.-P. Dornier		MOPP31100
MOPP31105 <i>Operations Management</i>	P.-P. Dornier		MOPP32209
MOPP32209 <i>Operations & Logistics Mngt (Singapore)</i>	P.-P. Dornier		MOPP31105
MOPP31220 <i>Gest° op° & logistique Afrique (Rabat)</i>	(1)		
MOPP31231 <i>Purchasing & Procurement Mngt</i>	F. Papier		MOPP31230
Cours électifs / Elective courses			
MOPP31201 <i>Philosophy & Strat of Resp Innov</i>	X. Pavie		MOPP31202
MOPP31202 <i>Philo & Strat pr l'innov resp.</i>	X. Pavie		MOPP31201
MOPP31205 <i>Innovation in a Service Economy (Singapore)</i>	X. Pavie		
MOPP31232 <i>Gestion de Projet</i>	F. El Ouardighi		
MOPP32111 <i>Indirect Purchasing Strategy (Singapore)</i>	S. Rezaee Vessal		
MGTM31356 <i>Management de l'Innovation*</i>	X. Pavie		MGTM31357
MGTM31357 <i>Innovation Management*</i>	X. Pavie		MGTM31356

In italics, courses taught in English.

Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.

Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.

* Cours proposés au département management mais enseigné par Xavier PAVIE, professeur permanent du département MOP / Courses offered by the Management Department but taught by Xavier PAVIE, permanent professor within the MOP Department.
(1) En l'absence de coordinateur, ce cours est géré directement par le programme

MOP131201**Philosophy and Strategy of Responsible Innovation**

Synonymous of change and evolution, innovation has always been observed from afar, like an animal needing to be tamed, with both attraction and distrust. It has always been apprehended with both the eagerness to discover, combined with the fear of what is not yet known. This dichotomy is also reflected in the acceptance process of innovations, a learning curve companies are familiar with and have learnt to manage so as to avoid rejection. However, this dichotomy has never really prevented innovation, and significant developments offered during the 20th century are the living proof of that. For some years, innovation has been experiencing a new phase, it has become inherently suspect. The history of innovation is directly linked to our ambition to always go further, for survival or simply for our own comfort. The concerns innovations entailed were outweighed by the significant benefit they added. The reason innovation has become suspect, is that its contributions are questioned with regards to their consequences, thanks to a more significant civil understanding than in the past of what is at stake. There are two main reasons for this. The first is linked to the knowledge of the importance of protecting the environment. The second is linked to exponential scientific and technical discoveries. Whether we are talking about cloning, genetic modification, or mobile phones or the Internet, the question no longer lies in our ability to do something, but our duty to do something, which in turn poses the problem of human values that are at risk of being modified.

Objectives:

- To provide students with an understanding of innovation models,
- Explore issues regarding the responsibility of the firm in relation to the development of new technologies, advanced technical solutions, and the emergence of breakthrough business

- Understanding "responsible-innovation" in detail, and more specifically in its operational impact. It will be essential then to consider the importance of the interrelation between responsible innovation and performance in a sustainable manner.

MOP131202**Philosophie et Stratégie pour l'Innovation Responsable**

Pour le descriptif de cours, veuillez consulter le cours équivalent MOP131201.

MOP131203**Services Management and Marketing**

Service industries are rapidly emerging as the most dominant force in most world economies. In developed economies up to 70 % of the labour force and 70-80% of GNP are accounted for by services in Europe and North America.

Tourism, hotels and restaurants, education, medical services, as well as transport and telecommunication services, consulting and other professional services are all categorised as services.

The course addresses the distinct needs and problems of such service organizations in terms of marketing, production and human resource management.

Services possess several unique characteristics that require a distinctive approach to strategy – both in its development and execution. This course expands upon and adapts the marketing and management concepts covered in previous related-topic foundation courses.

MOP131205**Innovation in a Service Economy**

"Education is the path to innovation "
This course focuses on understanding and managing creativity and innovation in organizations by examining the relationships between organizational structure, group dynamics and individual psychology in problem-solving processes. The course

explores the role of innovator and its behavior; the strategic grid to innovate and innovation process management; the emergence of collaborative models of innovation and strategic management of research and development, as well as the role of the innovation function in the organization. The course will also explore the notion of "responsible innovation" to help companies to develop their business, increase their performances, but also how to take into account our contemporary issues such as sustainability, environment, political, social and human concerns.

MOP131207 Operations and Technology Management

Technology and operations management is a central field in virtually every modern business organization. An understanding of the mechanisms that enable firms to achieve operational excellence is essential to improve performance both in the manufacturing and service sectors. It is also a key competence for consulting companies that are called to analyze and streamline the processes of their clients. Finally, understanding operations is also important in the financial sector, since operations is an important criterion to assess the value of a business. Accordingly, operations management is a fundamental discipline both for students who envisage a career in industry, and for those who have interests in the consulting or in the financial sectors.

This course will provide a general introduction to the field and demonstrate how excellence in designing and managing operations is a primary driver of business success. The students also receive some information about technology management in general and specifically, in IT industry, as a fast growing area in the market. Students will develop an awareness of the principal operational issues that arise in all businesses, and they will learn a set of

instruments that will enable them to successfully address these issues. The course will provide the basic terminology, concepts and quantitative tools for describing, analyzing and improving business processes, and basic knowledge about operations strategy, supply chain management, innovation and technology management.

* This includes classroom discussions, case analysis, participation in simulations and games.

** Run over two weeks. More details will be provided during class.

*** Closed book, closed notes. Formula sheet provided.

MOP031212 Pilotage de la Supply Chain : Outils Appliqués

De manière générale, l'excellence logistique passe par la maîtrise des interfaces internes de l'entreprise. Le Supply Chain Management, pour sa part, doit pouvoir s'appuyer sur une maîtrise des interfaces externes de l'entreprise. Ce cours vise l'acquisition d'outils opérationnels permettant de répondre à cette double préoccupation. Ce cours a un double objectif, à savoir :

- Assimiler le processus d'analyse des problématiques associées aux fonctions logistique et Supply Chain,
- Maîtriser les outils quantitatifs de la logistique et du Supply Chain Management.

MOP031213 Supply Chain Analytics and Tools

Supply chain management is the concept that allows companies to meet today's challenging customer expectations regarding high quality and service at low cost – and to do so profitably. It has become one of the most powerful business concepts that companies all over the world are using to create competitive advantage. However, the enormous amounts of information as well as the complexity of today's supply chains require the support of advanced analytics.

Therefore, most companies rely on powerful supply chain tools and applications for planning and executing their supply chains. *No pre-requisites in operations are required to take this course.*

This course has two main objectives:

- To familiarize students with the core planning and optimization tasks of a supply chain manager, such as process design or network planning
- To introduce students to supply chain analytics tools that offer solutions to the most prominent supply chain problems.

The students work extensively with supply chain software to solve case studies.

The course sessions prepare students to identify and tackle the challenges associated with planning and executing complex supply chains and to employ tools for their optimization.

MOP031232

Supply Chain Management in a Digital Age

Given on the ESSEC Campus in Singapore.

This course is open only to students of the Operations Management in Asia Track.

MOP032209

Operations and Logistics Management

Given on the ESSEC Campus in Singapore.

For the course description, please consult the equivalent course MOPP31105.

MOPP31100

Management de la Supply Chain : Stratégie et Organisation

La logistique et le Supply Chain Management (SCM) sont abordés comme des outils de management contribuant à accroître la compétitivité de l'entreprise grâce à la maîtrise des flux de produits et matières. Cet enseignement permet d'étudier l'interdépendance existante entre les fonctions commerciales, de production et d'approvisionnement sous l'angle de la circulation physique. Il permet également d'envisager les démarches collaboratives

entre les acteurs d'un même secteur en matière de gestion des opérations.

MOPP31101

Supply Chain Management: Strategy and Organization

For the course description, please consult the equivalent course MOPP31100.

MOPP31105

Operations Management

The overall objective of the *Operations Management* course is to furnish you with knowledge and skills to apply operational principles to international manufacturing environments.

The students will develop an understanding of the manufacturing and operations functions. They will learn to design, plan, operate and control manufacturing, production and operations systems.

The course requires the use of analytical techniques to develop critical thinking and to sharpen decision making skills. The students will have the opportunity to apply what they are learning to practical problems through the analysis of several case studies as well as projects to be discussed in class. More specifically, upon completion of the course students will be able to:

1. Understand the definition of operations management and establish the fundamental knowledge of operations management, e.g. strategy, operational models, layouts, scheduling, quality management, etc...
2. Examine the role of operations in any international organization and examine productivity and a system approach to analyzing operations problems.
3. Understand multiple analytical techniques and applications to develop production systems.
4. Identify the key components of product and service design, and the ways to improve reliability in design decisions.
5. Utilize various models and techniques to model complex production systems.

6. Identify the key variables that decision makers utilize in addressing the production (aggregate) planning.
7. Draw and describe an operational process and explain the kinds of information this process provides.
8. Develop an understanding of how operations can provide a competitive advantage in the marketplace.

MOPP31220

Gestion des opérations et logistique en Afrique

Ce cours est donné sur le Campus Essec à Rabat

Partout dans le monde et particulièrement dans les pays émergents, les réseaux logistiques s'agrandissent, les acteurs impliqués se multiplient, les enjeux à gérer se diversifient, les problématiques s'entremêlent, les difficultés se complexifient, les arbitrages à poser s'amplifient, les technologies évoluent et les outils sophistiqués réinventent les maillons des supply chain. Au Maroc, et en Afrique plus largement, ces supply chains sont atypiques car elles sont souvent désintégrees, n'ont pratiquement pas de cohérence d'ensemble et, pour la plupart d'entre elles, encore immatures. Ce cours a pour objectif de souligner les leviers de pilotage d'une supply chain moderne et développer les compétences des apprenants à mettre en œuvre les processus de décision et les arbitrages nécessaires.

MOPP31231

Purchasing and Procurement Management

The course has the objective to prepare students to tackle the managerial challenges associated with purchasing and sourcing in a global world. The course content allows the students to realize the importance of purchasing decisions and to learn the key concepts that are used by successful purchasing managers. This course is designed for students who are interested in a career in

purchasing as well as for students interested in general management but who seek a deeper understanding of the purchasing function as a key component of operations management.

MOPP31232

Gestion de Projet

Analyser et représenter le déroulement d'un projet, planifier la réalisation d'un projet en fonction du nivelingement des ressources et du caractère incertain de la durée des opérations, arbitrer entre les délais et les coûts de réalisation, évaluer la rentabilité d'un projet, mener un contrôle des coûts et des délais en temps réel, identifier et gérer les enjeux associés à la réalisation d'un projet, organiser et manager l'équipe en charge d'un projet, instituer et développer la gestion par projets dans l'entreprise. Telles sont les principales préoccupations d'un chef de projet.

Ce cours vise à favoriser l'apprentissage des concepts et méthodes permettant de répondre à ces préoccupations.

Ce cours a un double objectif, à savoir :

- Maîtriser les outils quantitatifs de planification et de contrôle de suivi des projets,
- Mesurer l'importance du rôle du facteur humain dans la mise en œuvre des projets.

MOPP32111

Indirect Purchasing Strategy

Purchasing strategy and strategic sourcing is the collaborative and structured process of critically analyzing an organization's spending and using this information to make business decisions about acquiring commodities and services more effectively and efficiently. This course will provide you a framework for thinking about strategic sourcing and tools to effectively implement the strategic sourcing process

MGTM31356**Management de l’Innovation**

Pour le descriptif de cours, veuillez consulter le cours équivalent MGTM31357.

MGTM31357**Innovation Management**

- To provide participants with proven, best-practice tools and concepts for creating winning new products and services,
- Guide participants in the construction of winning business designs (in strategy, marketing, production, supply chain) around new product ideas,
- Prepare participants for the leadership, organizational structure, team working and communication challenges of modern innovation management.

Les Professeurs du Département / Faculty Department Members



Philippe-Pierre DORNIER

A l'ESSEC depuis 1986



Xavier PAVIE

A l'ESSEC depuis 2008



Fouad EL OUARDIGHI

A l'ESSEC depuis 1998



Patrice POURCHET

A l'ESSEC depuis 2016

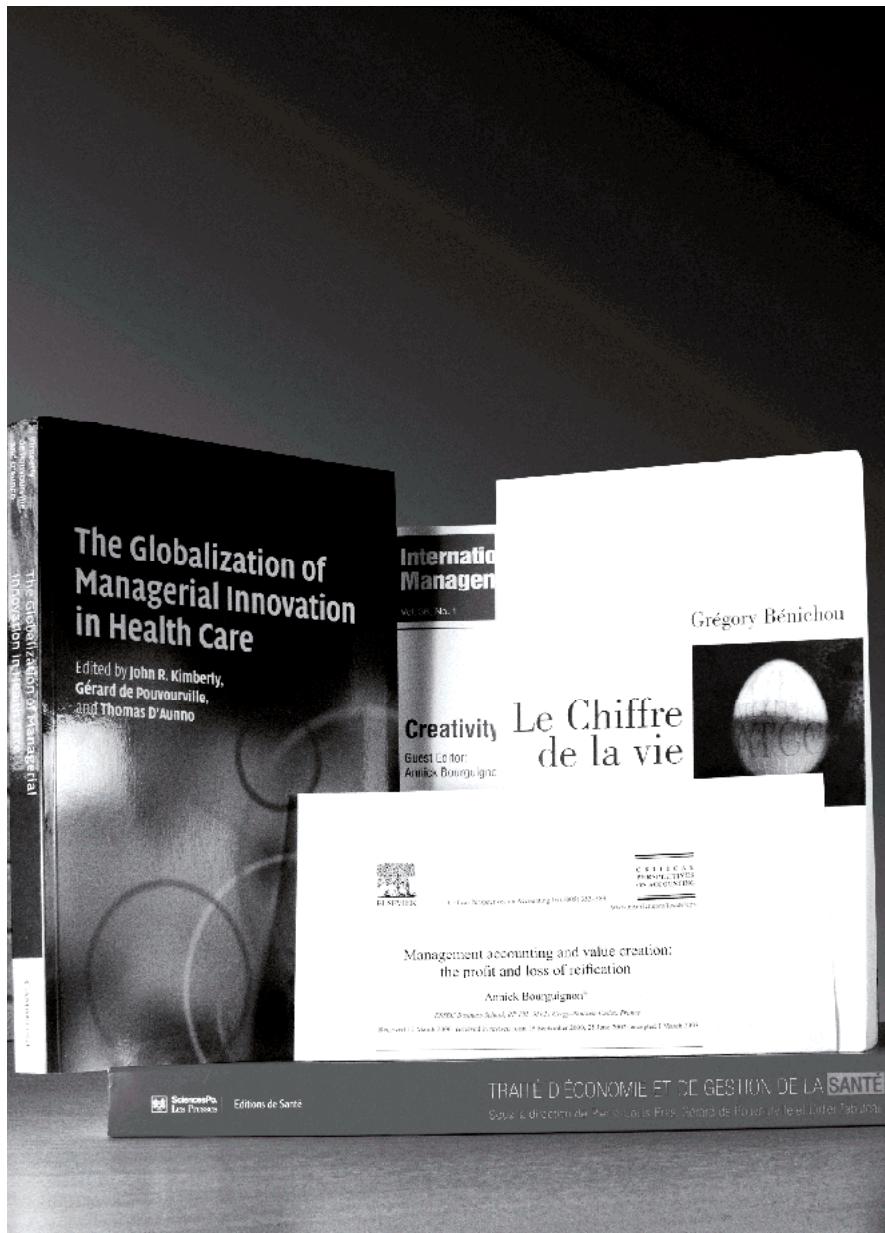


Félix PAPIER
A l'ESSEC depuis 2011



Sara REZAE VESSAL
A l'ESSEC depuis 2017

Hors département *Outside Academic Departments*



Hors département *Outside Academic Departments*

Sont réunis ci-après les cours qui ne dépendent d'aucun département pédagogique décrit dans les sections précédentes.

Ces cours abordent des thèmes d'ouverture générale, codifiée CPR, pour Culture, Politique, Responsabilité, ou de chaires dans des secteurs d'activités spécifiques : Chaire Média & Digital (COMD), Chaire Communication et Stratégies de Marque (COMM), Chaire Innovation et Santé (SANT).

The following courses are offered outside of the departments described in the preceding sections.

They include general development courses, code CPR, for Culture, Politics, and Responsibility, or courses associated with specific chairs: the Media & Digital Chair (COMD), the Communication and Brand Strategies Chair (COMM), the ESSEC Chair of Innovation in Health and the ESSEC Chair of Health Systems (SANT).

Hors département	Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)
Chaire Media & Digital/ Media & Digital Chair (COMD)	
COMD31438 Sémin. Chaire Mngt des médias	J. Andrès
COMD31440 Economie des médias	J. Andrès
Chaire Communication Stratégiques de Marque / Communication and Brand Strategies Chair (COMM)	
COMM31425 Séminaire Entreprises	J. M. Xuereb
COMM31426 Comm°& nouvelles tendances	J. M. Xuereb
COMM31427 Comm° et stratégies de marque	J. M. Xuereb
Culture, Politique, Responsabilité / Culture, Politics, Responsibility (CPR0)	
CPR031205 Geopolitics in Asia (Singapore)	C. Nestorovic
CPR031330 Managing in Complexity	L. Bibard, J. Malaurant
CPR031401 Responsible leadership	A. Zicari
Expérience en entreprise / Corporate Experience (EXPI)	
EXP31401 Asian Strategy Project (Singapore)	X. Pavie
Chaires du pôle santé / Health Chairs (SANT)	
SANT31421 Systèmes de santé	K. Lamiraud
SANT31422 Systèmes de santé	K. Lamiraud
SANT31423 Marketing des produits pharma	D. Delval, J.-M. Peny
SANT31427 Dimensions of health innovation	K. Lamiraud
SANT31425 Different types of innovation	K. Lamiraud
SANT31429 Actors in health innovation	K. Lamiraud

In italic, courses taught in English.

**Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.
Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.**

COMD31438

Séminaire de Chaire Management des médias

Permettre aux étudiants d'acquérir des compétences et connaissances solides parfaitement alignées avec les Learning Goals :

Managing Process :

- en développant de la maîtrise quant au management des enjeux stratégiques des industries de contenu, tant à partir d'expériences de terrain que de mises en concept.

Facing Complexity:

- en étant confrontés aux difficultés nouvelles et complexes, stratégiques, managériales et sociétales, ainsi qu'aux solutions apportées par les entreprises de ces marchés notamment dans l'enjeu de la transformation numérique.

Rising to Leadership:

- en étant mis en interactions avec les dirigeants des entreprises sur des questions mettant en jeu non seulement l'organisation des fonctions clés dans les évolutions actuelles mais aussi les singularités, nécessités et facteurs de réussite managériales dans l'économie de l'immatériel.

Integrating Societal Context of Business:

- en accompagnant la compréhension et la sensibilisation aux dimensions éthiques, responsables et sociétales des actions, particulièrement sensibles s'agissant d'entreprises de média.

COMD31440

Economie des médias

Intégré au cursus Master, ce cours a pour objectif de familiariser les étudiants avec le secteur des médias et des industries culturelles et ses mutations à l'ère digitale. Le cours s'intéresse aux points de vue macro-économique, stratégique, financier et marketing : quels sont les fondamentaux économiques du secteur ?

Quelle est la chaîne de valeur ?

Qu'est-ce qu'un actif média, comment le financer, le commercialiser, le valoriser ? Quelles sont les stratégies des groupes de médias et quel est l'impact des bouleversements technologiques que nous vivons ?

Le cours aborde les secteurs de la télévision, de la production, de la musique, de la presse, de l'édition, de la publicité, du cinéma et des jeux vidéo.

Il fournit aux étudiants les fondamentaux académiques leur permettant d'appréhender les mécanismes du secteur, ses problématiques propres, les mutations qu'il est en train de vivre.

Il leur offre également un éclairage différent sur des matières déjà abordées dans leur cursus d'enseignement, en mettant l'accent sur les spécificités du secteur.

COMM31425

Séminaire Entreprises

- Faire découvrir aux étudiants les enjeux de la communication et la variété des métiers qui y sont liés par le biais d'intervention de professionnels des grands groupes de communication, publicité, médias et autres.

- Les représentants des différentes entreprises partenaires auront l'occasion de présenter aux étudiants les thématiques de communication auxquelles ils ont à faire face.

- Faire comprendre le lien entre la stratégie marketing de l'entreprise et sa stratégie de distribution (choix des canaux, sélection des distributeurs, organisation de la force de vente, stratégie promotionnelle...).

- Identifier les évolutions à l'œuvre dans les stratégies de distribution (émergence des nouvelles technologies, sophistication des offres, internationalisation...).

La diversité et la complémentarité des entreprises partenaires qui interviennent dans le cours permettront aux étudiants d'acquérir une capacité de synthèse de la fonction vente et stratégies commerciales à travers divers secteurs et différentes problématiques.

Pédagogie :

Chaque séance est basée sur une présentation de la stratégie de distribution ou de consommation d'une entreprise partenaire des chaires.

COMM31426

Stratégie de communication et nouvelles tendances

Le séminaire COMM31426 donne aux étudiants une approche pratique des différents aspects de la communication d'entreprise qui sont les suivants :

- Communication institutionnelle.
- Communication interne.
- Communication de recrutement.
- Communication financière.
- Communication des dirigeants.
- Relations médias/entreprises.
- Communication événementielle.
- Communication de la marque : Identité visuelle/design/médias permanents de l'image.
- Lobbying/communication d'opinion.
- Mécénat/sponsoring.
- Communication de crise.

COMM31427

Communication et stratégies de marque

Dans un monde en pleine transformation technologique, sociologique et économique, la marque joue un rôle central dans toute stratégie marketing.

Le cours Communication et Stratégies de Marque livrera certaines clés pour

comprendre et relever les défis auxquels toute marque est dorénavant confrontée.

Ce cours couvrira donc les points suivants :

- Les définitions, dimensions, fonctions et types de marque
- Les éléments constitutifs d'une marque.
- La construction d'une plate-forme de marque.
- L'évaluation d'une marque.
- La gestion d'une marque et d'un portefeuille de marques
- Les stratégies propres au B2B

- La digitalisation de la marque

- Le lien réputation-marque

Chaque séance fera l'objet d'un cas pratique réalisé en cours.

CPR031205

Geopolitics in Asia

Given on the ESSEC Campus in Singapore.

Introduction:

Working within an international environment forces future managers to cope more and more with geopolitical issues. International managers have to deal with political bodies (on a national or supra-national level) because they have to answer public tenders, because they have to lobby actively with political parties for the sake of their companies, because they have to deal with partners which belong to the State, because public regulation is sometimes more important than competition pressure or consumer needs and wants... Very often international managers have to deal with decision makers who do not have management academic background but a political one, and misunderstandings between them are quite deep. Finally, because of their nationality, or the nationality of their companies, international managers also face problems such as national unrests, political boycotts, religious intolerance... Managers are not prepared for all these issues and a geopolitical approach is very helpful because it gives them a set of tools permitting them to apprehend complex political situations they will be exposed to. The situation in Asia is without any doubt the most challenging one for western managers, because the political importance of the continent does not match its economic strength. This in turn leads to frustrations and constant demands from Asian countries to upgrade their position on the international level.

Objectives:

The objective of this course is to give students a comprehensive whole of concepts helping them to understand political challenges in

Asia. These concepts are used to analyse how international conflicts and territorial claims are backed by historical, national and religious justifications. This course is intended to make you think out of the box, and abandon for a while a managerial approach in order to adopt a political one.

Topics:

- Geography and geopolitics in Asia;
- History and geopolitics;
- National disputes and politics in Asia;
- Religious disputes and politics;
- Strategic and military affairs in Asia.

CPR031330

Managing in Complexity

Context and complexity

The current worldwide global context of economy, politics, natural environment and society makes management quite complex. This increasing complexity cannot be avoided. It is indispensable that people transform complexity from a problem into an asset. Complexity may at a first glance be characterized by the necessity of interdisciplinary approaches of reality, by an increasing level of uncertainty in our lives and for any action, and by the necessity to communicate with others and to integrate otherness in every daily action and operation.

Objectives:

As a consequence, the course objectives are:

- To make the students used to an interdisciplinary approach of reality thanks to a wide scope of possible approaches of complexity,
- To train the students in working, acting, living under uncertainty, making profit of any emergent phenomenon or weak signal vs. suffering them,
- To develop personal, individual and collective relational skills in order to favour positive collective actions to tackle complexity and complex situations when making decisions.

The course organization

Taking into account the above objectives, the course will present, thanks to a wide range of professors coming from various disciplinary departments (at least 6 disciplines represented), a series of theoretical and practical issues related to complex situations (from the terrorism issue to medical care issues, through some financial stakes concerning the current globalized economy or through the exponential development of social networks and their consequences, etc.). This will be done thanks to theoretical insights as well as to case studies.

CPR031401

Responsible leadership

Online course

At the end of the course, the student will have:

- a basic understanding of the main responsibilities of a business organization leader
- according to each particular stakeholder group (i.e. clients, employees, government, community, investors)
- and an initial exposure to business ethics and to the role of a business organization in society.

EXPI31401

Asian Strategy Consulting Project

Credit hours: 1.00 or 2.00

Cf. "Specializations" chapter.

Given on the ESSEC Campus in Singapore

The Asian Strategy Project (ASCP) is a three-month consulting project provided in partnership with Capgemini Consulting (CC) services. Organised in teams of 4 or 5 members,

ESSEC students on the Asia-Pacific campus are given the opportunity to develop their understanding of innovative business models in Asian emerging countries by working on a consulting mission for a company.

The ASP emphasises "learning by doing" and is characterised by a unique blend of

professional and academic training and practical experience.

At the beginning of the ASP, students follow a one-week intensive training on consulting skills, under the supervision of a CC manager. In addition, students are also trained by an ESSEC professor on how to write case studies. This training is followed by a typical management consulting case work.

Each group of students works on a specific project to solve the key strategic issue faced by its client. To do so, students work along the management of their client, under the supervision of a faculty member and consultants from Capgemini Consulting. ASP business cases have included projects for multinationals, such as L'Oréal, Michelin, Lafarge, and also small-and-medium size companies.

Clients are typically based in India and China. In the past few years, some projects have also been based in Cambodia and Vietnam.

The ASP projects in 2013 included:

- *"Building better cities": What role can Lafarge play in India in achieving the aim of better connected cities?*
- *How can we increase the growth, efficiency and profitability of COSTFORD's consultancy services?*
- *Road mobility transformations to meet economic and human aspirations (focus on urban China)*
- *Can the Pour un Sourire d'Enfant Institute achieve more social impact by selling education?*
- *How to ensure Calcutta Walks' ongoing growth by diversifying its activity and redesigning its marketing strategy?*

In addition to strategic recommendations that students provide to companies, each group also co-writes with its ESSEC professor a case study on the innovative dimension of the business model it has studied. ASP case studies are later used as teaching material by the professors of ESSEC.

Prerequisite:

Global Manager in Asia program.

Objectives:

- Learn about innovative business models in emerging countries, particularly in China and India.
- Develop research and consulting skills applied to the Asian context
- Complement learnt concepts with on-field experiences
- Learn how to work as a team in order to foster professional competencies like autonomy, responsibility and creativity

Timeline of the Project:

- Preparation phase (3-4 weeks in Singapore): students receive training on research methodology and case writing, and start drafting the company/project profile, their working hypothesis as well as their interview schedule and team organisation.
- Field research phase (3-4 weeks in China or India): students are sent on site and are hosted by the company to gather research material, interview project stakeholders and refine their research hypothesis.
- Writing phase (3-4 weeks in Singapore): student finalise the project deliverables and participate in the final presentation.

Project Deliverables:

Two final deliverables are expected from the students:

- 1) An extensive business analysis and customised recommendations on the issue raised by the company.
- 2) A complete case study and its associated teaching note on the innovative dimension of the business model they have studied.

Assessment:

The two final deliverables will be submitted and presented to a jury comprising of ESSEC faculty, external consultants and executives from the company.

SANT31421

Systèmes de santé

Les séminaires sont réservés exclusivement aux étudiants de la chaire Innovation et Santé, option Systèmes de santé.

Ce séminaire présente et discute les différents systèmes de régulation des dépenses de santé

en Europe et aux Etats-Unis et analyse les politiques de maîtrise de dépenses de santé. Il aborde avec les responsables sectoriels (industrie pharmaceutique, radiologie, distribution du médicament, hospitalisation publique et privée, matériel médical) les différents modes de régulation, les stratégies de développement et l'évaluation des performances.

SANT31422

Systèmes de santé

Les séminaires sont réservés exclusivement aux étudiants de la chaire Innovation et Santé, option Systèmes de santé.

Voir descriptif du cours SANT31421.

SANT31423

Marketing des produits pharma

Les séminaires sont réservés exclusivement aux étudiants de la chaire Innovation et Santé, option Systèmes de santé.

Ce séminaire est dispensé notamment par des professionnels appartenant aux entreprises fondatrices de la chaire sous la responsabilité de son titulaire. A l'aide de cas, il aborde les spécificités du marketing et de la commercialisation du médicament éthique, des produits OTC et de la parapharmacie (stratégie produit, détermination des objectifs de vente, planification et organisation de la force de vente...).

SANT31425

Different types of innovation

Objectives:

This course helps participants grasp the challenges of innovation management in the health industries (pharmaceutical, medical device, hospital, insurance). On completion of the sessions, participants have the skills to sponsor a project in an entrepreneurial spirit, build a strategic action plan, negotiate and win the support of others.

Topics:

During the sessions (50 hours), a wide variety of case studies are analyzed from a range of different perspectives: intellectual property,

technology transfers, vaccine manufacturing, health technology assessment, connected medical devices, companion diagnostics, targeted therapies, hospital performance and more. Role playing and negotiation workshops are organized with experts and decision-makers actually involved in the cases discussed. By meeting with industry leaders, participants can establish close contacts with enterprises and expand their career opportunities.

Teaching methods:

The teaching approach is based on case studies, role plays and interactive lectures. Team projects are led in tandem with managers of partner companies. Through real-world problems and creative solutions, the Chair's vocation is to ignite fires, not fill vessels. Each year, the Chair organizes immersion visits to European biotech and medtech firms, offering students an inside glimpse of the industry and its challenges, from lab bench to production sites. The international scope of the course allows students to approach these complex challenges from a global perspective.

SANT31427

Different dimensions of health innovation

Objectives:

In this course, participants analyze the pervasive ethical tensions inherent in the health industry. During the sessions (25 hours), participants are confronted with critical situations. They also learn how to create pragmatic solutions that can transform scientific advances into social progress.

Topics:

The sessions explore a wide range of concrete cases: crisis management during a pandemic alert, direct-to-consumer advertising of a breast cancer genomic test, development of online patient communities, recalling of blockbuster drugs due to side effects, development of stem cell private banks, commercialization of expensive orphan drugs for rare conditions, launching of clinical trials

in developing countries, etc. All these topics stimulate debates on performance versus risk or pragmatism versus exemplarity. Role playing and negotiation workshops are organized in order to reveal each participant's set of values and allow them to develop their personal ethics and leadership.

Teaching methods:

At the crossroads of pharmaceuticals, medical devices and hospital organizations, the Chair develops a pragmatic, action-learning approach based on real-life case studies, role playing and negotiation workshops co-facilitated by the decision-makers actually involved in the case studies. Guest executives from public and private organizations share their experience with the participants. The seminar's international outlook creates an outstanding environment for Chair participants and fosters unique professional opportunities.

SANT31429

Industries/actors in health innovation

For the course description, please consult the course SANT31425.

Les professeurs permanents / Faculty Members at Large



**Annick
ANCELIN-BOURGUIGNON**
A l'ESSEC depuis 1992



Maud TIXIER
A l'ESSEC depuis 1973



Karine LAMIRAUD
A l'ESSEC depuis 2010

Les chargés de cours / Adjunct Lecturers

Cette liste est donnée sous réserve de changements.

Denis DELVAL – Pascal LABLANCHE – Jean-Michel PENY

Département Langues & Cultures / *Department of Languages & Cultures*

Département Langues & Cultures /
Department of Languages & Cultures

Codification des cours de Langues & Cultures /
Classification of Languages & Cultures course codes

Organisation et contenu des cours de Langues & Cultures /
Languages & Cultures courses and content

Liste des cours de Langues & Cultures /
Languages & Cultures courses

Les responsables pédagogiques /
Teacher-Managers

Enseignants chargés de cours de Langues & Cultures /
Languages & Cultures Teachers

Directeur / Director:

Michael KOUKLAKIS – kouklakis@essec.edu

Responsable administrative / Office manager

Emeline LECHAT – lechat@essec.edu

Assistante pédagogique / Academic Assistant:

Nathalie CRUZ – cruz@essec.edu

Responsables de langue / Teachers managers :

Allemand / German:

Beate KLINGE – klinge@essec.edu

Anglais / English :

Rosemary SANZ – sanz@essec.edu

Terri SCHIFFER GILLARD – schiffer@essec.edu

Espagnol & portugais / Spanish & Portuguese:

Selva SENOR – mariaselva.senor@essec.edu

Cécilia LEIMDORFER – leimdorfer@essec.edu

Français Langue Etrangère / French as a Foreign Language

Brigitte OEHLER- oehler@essec.edu

Les autres langues / Other Languages:

Michael KOUKLAKIS – kouklakis@essec.edu

Département Langues & Cultures / *Department of Languages & Cultures*

Sa mission

La mission du Département Langues & Cultures de l'ESSEC :

« *To make students international-ready* »

Le Département Langues & Cultures contribue à la réalisation des objectifs internationaux du Groupe ESSEC en favorisant l'amélioration des compétences linguistiques et communicatives de ses étudiants par la conception et la mise en œuvre en équipe des cours axés sur les langues, la communication, les cultures, l'actualité, et le monde professionnel.

Le Département forme des futurs managers, entrepreneurs et leaders.

Nous accompagnons les étudiants dans l'acquisition et le développement de compétences-clés ainsi que dans la compréhension d'autres cultures/sociétés.

L'équipe est constituée du Directeur, entouré d'enseignants, cadres pédagogiques à plein temps, une responsable administrative ainsi que de trois assistantes de programmes.

Its mission

The mission of ESSEC's Department of Languages & Cultures:

« *To make students international-ready* »

The Languages & Cultures Department participates actively in the internationalization of ESSEC Business School by improving the language and communication skills of students and by developing and offering courses centred on languages, communication skills, cultures, current events, business and humanities.

The Department plans, schedules & teaches courses and trains future managers, entrepreneurs and leaders. We help students acquire / develop key skills and qualities as well as deepen their knowledge and understanding of other cultures / societies.

The team includes the Director, six full-time language teacher managers - one office manager - and three program assistants.

Codification des cours de Langues & Cultures / Classification of Languages & Cultures Course Codes

Les cours sont codifiés par 4 lettres et 5 chiffres qui se décomposent ainsi :
Codes comprise four letters, followed by five digits, which refer to the following :

- **Les deux premières lettres** renvoient au département de Langues & Cultures: LG /
The first two letters correspond to the Languages & Cultures Department : LG
- **Les deux lettres** suivantes indiquent la langue : /
The two following letters correspond to the language taught :

AL : allemand/German	HE : hébreu/Hebrew
AN : anglais/English	IT : italien/Italian
AR : arabe/Arabic	JA : japonais/Japanese
CH : chinois/Chinese	PO : portugais du Brésil/Portuguese
ES : espagnol/Spanish	RU : russe/Russian
FR : français Langue Etrangère /French as a foreign language	
- **Les deux premiers chiffres** donnent, comme en gestion, le niveau et le nom du programme (31 pour ESSEC MSc) /
As is the case with the classification for management courses, the first two digits correspond to the level and the program (31 for ESSEC MSc).
- **Le premier des trois derniers chiffres** correspond au niveau du cours : /
The first of the last three digits corresponds to the level of the course :

Code du niveau/ <i>Level Code</i>	Niveau requis par l'étudiant/ <i>Level required for the student</i>
C0(<i>débutant</i>)	E
C1	D
C2	C
C3	B
C4	C/D
C5	B/C
C7	A/B
C8	Pre-master course

- **Le deuxième des trois derniers chiffres** indique le domaine du cours : /
The second of the last three digits corresponds to the course attribute :
 - 0** : préparation à des examens extérieurs / *Preparation for Language Tests*
 - 1, 2** : technique de la langue / *Language Skills*
 - 3, 4** : langage des affaires / *Business Language*
 - 5, 6, 7** : civilisation et culture / *Culture and Civilization*
 - 9** : divers / *Other*
- **Le dernier chiffre** est un numéro d'ordre sans signification /
The last digit is an order number without any specific meaning.

Organisation et contenu des cours de Langues & Cultures / Languages & Cultures courses and content

Les cours de Langues & Cultures sont organisés selon trois filières : /

Languages & Cultures courses are organized according to three fields :

A. Technique de la langue

Cette filière est conseillée aux étudiants qui ne possèdent encore ni les connaissances ni la pratique garantissant une aisance à l'oral et la précision adéquate dans la rédaction. Les cours ont pour objectif de renforcer et revoir des bases ainsi que de les mettre en application dans des situations de communication courantes.

Aux étudiants qui possèdent déjà un bon niveau, mais souhaitent l'approfondir dans le but de passer un palier dans la communication courante. Certains cours proposent cet objectif tout en étant structurés autour de la préparation à un examen ou test extérieur (sans qu'il y ait l'obligation de présenter l'examen ou le test).

Language Skills

This path is recommended to students who do not possess enough knowledge or practice so they are not at ease in either speaking or writing. The courses review the basics and apply them in daily life communication.

Students who already have a good level but who wish to improve their competences in daily communication. Some courses are structured based on the preparation for an examination or test (without any obligation to take the test or examination).

B. Langue des affaires

Cette filière permet d'approfondir des thèmes, des affaires et de la communication abordés en année Pre-Master et d'en découvrir d'autres. Elle permet aussi de perfectionner les compétences de communication dans les situations professionnelles, de gagner en assurance pour la poursuite de la scolarité et de favoriser l'implication dans la vie professionnelle.

Business Language

This path enables students to thoroughly study business topics and communication. It also enables students to improve their communication competences in business situations, to gain more confidence and assist them in their integration in professional life.

C. Civilisation et culture

Cette filière permet de découvrir et d'explorer des thèmes et des aspects de la culture et de la civilisation de la langue étudiée ou, pour les plus avancés, d'élargir ses connaissances dans ces domaines.

Civilization and Culture

This path enables students to discover and explore various topics and aspects based on the culture and civilization of the studied language or, for advanced-level students, to extend their knowledge in these fields.

NB : La langue de référence des cours débutants est le français, mais le cours se déroule dans la langue qui est enseignée / *The language of reference for beginner courses is French. However, these courses are taught mainly in the foreign language studied.*

Liste des cours de Langues & Cultures/ *Language & Cultures courses*

Par niveau, Code, Intitulé et Responsable(s) de cours
By Level, Code, Title and Course coordinator(s)

ALLEMAND / GERMAN

A. Technique de la langue / Language Skills

E	LGAL31011	Allemand débutants (1.1) - LV3	F. Dietrich -Buis
E	LGAL31012	Allemand débutants (1.2) A1 - LV3	F. Dietrich -Buis
D	LGAL31113	Allemand débutant suite (2.1) - LV3	F. Dietrich -Buis
D	LGAL31114	Allemand débutant suite (2.2) - A2 - LV3	F. Dietrich -Buis
D	LGAL31115	Allemand débutants suite (3.1) - LV3	F. Dietrich -Buis
D	LGAL31117	Allemand débutants suite (3.2.) - B1 - LV3	F. Dietrich -Buis
D	LGAL31410	Allemand Mise à niv./revision de base LV2	F. Dietrich -Buis
C/D	LGAL31413	Histoire allemande à travers l'Art	M. Bolzer
C/D	LGAL31411	Allemand intermédiaire (2) - LV2	K. Papp
C/D	LGAL31412	Allemand intermédiaire (3) -LV2	K. Papp
C/D	LGAL31451	Crime & Grammaire	K. Papp

B. Langue des affaires / Business Language

C/D	LGAL31433	Négociation commerciale	J. Mertens
B/C	LGAL31537	L'entreprise allemande	B. Klinge
B/C	LGAL31570	Management interculturel	D. Soleymani

C. Civilisation et culture / Civilization and Culture

C/D	LGAL31453	Culture allemande pour novices	J. Wetzel
C/D	LGAL31454	Le cinéma allemand	J. Wetzel
C/D	LGAL31455	L'Allemagne d'aujourd'hui (1) polit.soc.	J. Wetzel
C/D	LGAL31456	L'Allemagne d'aujourd'hui (2) économ.	J. Wetzel
C/D	LGAL31458	Berlin, ville miroir d'Allemagne	J. Wetzel
C/D	LGAL31459	Berlin et ses utopies	G. Robin
C/D	LGAL31460	Weimarer Republik : politique & culture	K. Papp
B/C	LGAL31564	Le cinéma allemand	J. Wetzel
B/C	LGAL31559	Histoire culturelle Allemagne (1)	J. Wetzel
B/C	LGAL31560	Histoire culturelle Allemagne (2)	J. Wetzel
B/C	LGAL31561	Histoire culturelle Allemagne (3)	J. Wetzel
B/C	LGAL31562	Histoire allemande à travers l'Art	M. Bolzer
B/C	LGAL31563	Discours des intellectuels allm.	K. Papp

B/C	LGAL31566	Voyage dans l'imaginaire allemand	J. Wetzel
B/C	LGAL31569	Formule magique : Théâtre & Opéra	K. Papp
B/C	LGAL31571	Littérature all. et psychanalyse freudienne	A.Cachera
B/C	LGAL31577	Introduction à la philosophie allemande	B. Immler
B/C	LGAL31578	Réflexions sur la société allemande	K. Papp
B/C	LGAL31579	Vienne 1900 : laboratoire de modernité	B. Immler
B/C	LGAL31580	Lectures & discussions de textes des Sciences Humaines	B. Immler

ANGLAIS / ENGLISH

A. Technique de la langue / Language Skills

C/D	LGAN31410	Spoken and written English	M. Bown
C/D	LGAN31412	Refresher Course	M. Bown

B. Langue des affaires / Business Language

B/C	LGAN31535	Negotiating in English (1)	NC
A/B	LGAN31713	Creative Writing Workshop for Business Students	A. Marsella
A/B	LGAN31734	Negotiating in English (2)	NC
A/B	LGAN31744	Conflict Prevention Language	NC
A/B	LGAN31799	Soft Skills	NC

C. Civilisation et culture / Civilization and Culture

A/B	LGAN31711	Creative Writing and Literature Workshop	R. Sanz
B/C	LGAN31537	The Sinful 60s & 70s	R. Sanz
A/B	LGAN31756	The Sinful 60s & 70s	R. Sanz
A/B	LGAN31760	Decoding the American Dream	J. Chapiraud
A/B	LGAN31767	American Literature	M. Kouklakis, C. Young
A/B	LGAN31778	Novels from the English-Speaking World	M. Kouklakis, C. Young
A/B	LGAN31791	Art and Money	J. Chapiraud

ARABE / ARABIC

A. Technique de la langue / Language Skills

E	LGAR31011	Arabe débutants (1)	H. Hubert
E	LGAR31012	Arabe débutants (2)	H. Hubert
D	LGAR31111	Langue et Cultures arabes (1)	H. Hubert
D	LGAR31112	Langue et Cultures arabes (2)	H. Hubert
D	LGAR31113	Langue et Cultures arabes (3)	H. Hubert
C/D	LGAR31110	Langue et Cultures arabes	H. Hubert

C	LGAR31201	Une approche du monde arabe (1)	H. Hubert
C	LGAR31202	Une approche du monde arabe (2)	H. Hubert
C	LGAR31203	Une approche du monde arabe (3)	H. Hubert

CHINOIS / CHINESE

A. Technique de la langue / Language Skills

E	LGCH31011	Chinois débutants (1)	J.-Y. Feng, X. Liu, J. Li
E	LGCH31012	Chinois débutants (2)	J.-Y. Feng, X. Liu, J. Li
D	LGCH31111	Chinois apprentissage (1)	J.-Y. Feng, X. Liu
D	LGCH31112	Chinois apprentissage (2)	J.-Y. Feng, X. Liu
D	LGCH31113	Chinois apprentissage (3)	J.-Y. Feng, X. Liu

B. Histoire et actualités de la Chine / History of China and Contemporary China

C	LGCH31201	Chinois langue et culture (1)	J.-Y. Feng
C	LGCH31202	Chinois langue et culture (2)	J.-Y. Feng
C	LGCH31203	Chinois langue et culture (3)	J.-Y. Feng

ESPAGNOL / SPANISH

A. Technique de la langue / Language Skills

E	LGES31011	Espagnol débutants (1)	A. Cabrera, G. Rivera, B. Herrmann
E	LGES31012	Espagnol débutants (2)	A. Cabrera, G. Rivera, B. Herrmann
D	LGES31113	Espagnol intermédiaire	P. Bilbao, M. Vizem, G. Rivera
D	LGES31114	Espagnol, Langue et Culture	P. Bilbao
D	LGES31115	Hablar para hablar	B. Herrmann
C/D	LGES31411	Communication orale	P. Bilbao
C/D	LGES31439	Rédiger en esp. écriture créative et prof.	M. Vizern
C	LGES31214	Espagnol, langue et culture	P. Bilbao, M. Blanco,
B/C	LGES31510	Communication orale avancée	M. Blanco
B/C	LGES31513	Lecture de la presse espagnole	G. Rivera Hidalgo

B. Langue des affaires / Business Language

C/D	LGES31438	Négocier en espagnol	E. Ordóñez Flores
B/C	LGES31503	L'Espagnol de l'entreprise	P. Bilbao

C. Civilisation et culture / Civilization and Culture

C/D	LGES31414	L'Espagne et ses particularités	M. Blanco
C/D	LGES31451	Identification culturelle de la publicité	Y. Dansac
B/C	LGES31559	Espagne actuelle	M. Blanco
B/C	LGES31569	Cinéma et société	M. Blanco
B/C	LGES31576	Développement et interculturalité	M. Vizern
B/C	LGES31551	Espagne 360°	A. Cabrera
B/C	LGES31557	Amérique Latine : l'art d'un continent	M. León

B/C	LGES31561	Enjeux sociaux et culturels de l'Amérique Latine	A. Montes
B/C	LGES31562	Arts et imaginaires cult. autour du monde hispanophone	I. Jimenez
B/C	LGES31572	Introduction à l'Amérique Latine	C. Gomez de la Torre
B/C	LGES31573	Littérature Latino-américaine	S. Senor
B/C	LGES31574	Géopolitique de l'Amérique Latine	A. Montes
B/C	LGES31558	Circulations transatlantiques entre l'Amérique latine et l'Europe	Y. Dansac
B/C	LGES31564	Femme et action politique en Am. Latine	M. Garcia Somoza
B/C	LGES31560	Cultures urbaines dans les pays hisp.	H. Suarez Ruiz
B/C	LGES31562	Imaginaires et entreprises dans le monde hispanophone	I. Jimenez

FRANÇAIS LANGUE ETRANGERE / FRENCH AS A FOREIGN LANGUAGE**A. Technique de la langue, langue des affaires et civilisation /
Language Skills, Business French and Civilization**

E	LGFR31001	Français débutants (été)	K. Lacroix, D. Montcerisier, A. Menard
D	LGFR31101	Français niveau 1 (été)	P. Guillier, J. Barros Mendes D. Montcerisier
C	LGFR31201	Français niveau 2 (été)	M. Verneuil, C. Daoudal, A. Menard, D. Montcerisier, Eva Ordonez Flores,-G. Gréame de Boisriou
B	LGFR31301	Français niveau 3 (été)	B. Oehler, P. Guillier
E	LGFR31011	Français débutants (1)	C. Daoudal
E	LGFR31012	Français débutants (2)	C. Daoudal
E	LGFR31013	Français débutants (3)	C. Daoudal
D	LGFR31111	Français débutants suite de la FTS (1)	B. Oehler, M. Verneuil, E. Ordonez Flores
D	LGFR31112	Français faux débutants (2)	B. Oehler
D	LGFR31113	Français faux débutants (3)	J. Barros Mendes
C	LGFR31214	Français intermédiaire (1)	B. Oehler, D. Montcerisier
C	LGFR31215	Français intermédiaire (2)	B. Oehler, D. Montcerisier
C	LGFR31216	Français intermédiaire (3)	B. Oehler
C	LGFR31211	Français des affaires (1)	B. Oehler, D. Montcerisier
C	LGFR31212	Français des affaires (2)	B. Oehler, D. Montcerisier
C	LGFR31213	Français des affaires (3)	B. Oehler, D. Montcerisier
B	LGFR31311	Communication et culture (1)	B. Oehler, P. Guillier, M. Verneuil
B	LGFR31312	Communication et culture (2)	B. Oehler
B	LGFR31313	Communication et culture (3)	B. Oehler
B/C	LGFR31511	Français perfectionnement	B. Oehler

HEBREU / HEBREW

A. Technique de la langue / Language Skills

E	LGHE31011	Hébreu débutants (1)	A. Zaouche
E	LGHE31012	Hébreu débutants (2)	A. Zaouche
D	LGHE31113	Hébreu apprentissage	A. Zaouche

ITALIEN / ITALIAN

A. Technique de la langue / Language Skills

E	LGIT31011	Italien débutants (1)	R. Salsi, G. Creti, S. Nasti
E	LGIT31012	Italien débutants (2)	R. Salsi, G. Creti, S. Nasti

B. Langage et civilisation / Language and Civilization

C/D	LGIT31411	Vivre et travailler en Italie (1)	R. Salsi, M. Longo
C/D	LGIT31412	Vivre et travailler en Italie (2)	R. Salsi, M. Longo
C/D	LGIT31413	Vivre et travailler en Italie (3)	R. Salsi, M. Longo
B/C	LGIT31554	Italie hier et aujourd'hui (1)	R. Salsi, M. Longo
B/C	LGIT31555	Italie hier et aujourd'hui (2)	R. Salsi, M. Longo
B/C	LGIT31556	Italie hier et aujourd'hui (3)	R. Salsi, M. Longo

JAPONAIS / JAPANESE

A. Technique de la langue / Language Skills

E	LGJA31011	Japonais débutants (1)	K. Kuwae, N. Bazille
E	LGJA31012	Japonais débutants (2)	K. Kuwae, N. Bazille
D	LGJA31110	Japonais suite débutants	K. Kuwae, N. Bazille
D	LGJA31111	Japonais apprentissage (1)	K. Kuwae, N. Bazille
D	LGJA31112	Japonais apprentissage (2)	K. Kuwae, N. Bazille
D	LGJA31113	Japonais apprentissage (3)	K. Kuwae, N. Bazille
C	LGJA31201	Japonais niveau avancé (1)	K. Kuwae, N. Bazille
C	LGJA31202	Japonais niveau avancé (2)	K. Kuwae, N. Bazille
C	LGJA31203	Japonais niveau avancé (3)	K. Kuwae, N. Bazille

PORTUGAIS / PORTUGUESE**A. Technique de la langue / Language Skills**

E	LGP031011	Portugais-débutants (1)	J. Barros Mendes, A. Dias Rodrigues
E	LGP031012	Portugais débutants (2)	J. Barros Mendes, A. Dias Rodrigues
C/D	LGP031114	Portugais intermédiaire	J. Barros Mendes, A. Dias Rodrigues
C/D	LGP031414	Langue et culture lusophones	J. Barros Mendes, A. Dias Rodrigues

RUSSE / RUSSIAN**A. Technique de la langue / Language Skills**

E	LGRU31011	Russe débutants (1)	K. Lacroix
E	LGRU31012	Russe débutants (2)	K. Lacroix
C/D	LGRU31411	Russe recyclage langue parlée	K. Lacroix
C/D	LGRU31412	Russe expression orale	K. Lacroix
C/D	LGRU31413	Russe par les dialogues (1)	K. Lacroix
C/D	LGRU31414	Russe par les dialogues (2)	K. Lacroix

B. Langage des affaires / Business Language

B/C	LGRU31532	Russe économique et social	K. Lacroix
-----	-----------	----------------------------	------------

C. Civilisation et culture / Civilization and Culture

C/D	LGRU31452	Russe littérature et histoire	K. Lacroix
C/D	LGRU31451	Le russe du quotidien	K. Lacroix
B/C	LGRU31551	Russe culture, politique et société	K. Lacroix
B/C	LGRU31552	Russie contemporaine, presse et mass-média	K. Lacroix
B/C	LGRU31553	La Russie dans le monde (1)	K. Lacroix
B/C	LGRU31554	La Russie dans le monde (2)	K. Lacroix
B/C	LGRU31555	La Russie dans le monde (3)	K. Lacroix
B/C	LGRU31556	Russie : histoire et société à travers le cinéma	K. Lacroix
B/C	LGRU31557	Art et propagande	K. Lacroix

Les responsables pédagogiques / Teacher-Managers



Beate KLINGE
A l'ESSEC depuis 2010



Cecilia LEIMDORFER
A l'ESSEC depuis 2018



Brigitte OEHLER
A l'ESSEC depuis 1988



Michael KOUKLAKIS
A l'ESSEC depuis 2007



Rosemary SANZ
A l'ESSEC depuis 1987



María Selva SENOR
A l'ESSEC depuis 2009



Terri SCHIFFER GILLARD
A l'ESSEC depuis 2007

Enseignants chargés de cours de Langues & Cultures / Language & Cultures Teachers

Langues enseignées / Languages

■ ALLEMAND / GERMAN

Melanie BROCKMANN – Aurélie CACHERA – Martina COLOMBIER – Frauke DIETRICH-BUIS – Jean-Louis GEORGET – Brigitte IMMLER – Hella ITHURBIDE – Beate KLINGE – Jan MERTENS – Kornelia PAPP – Guillaume ROBIN – Johannes WETZEL

■ ANGLAIS / ENGLISH

Kathie BERGER – Mark BOWN – Chris BROOK – Christine CADET – Pallab CHANDA – Padraig CARTY – Joel CHAPIRAUD – Sandra DURAND – Lara FENYAR – Joel KARNOVITZ – Michael KOUKLAKIS – Priscilla LARKIN-HARRIS – Penelope HILL – Anne MARSELLA – Edward MITCHELL – Sandra RAHEM – Rosemary SANZ – Terri SCHIFFER-GILLARD – Justin STULTS – Ruth SURRIDGE – Curtis YOUNG

■ ARABE / ARABIC

Sonia DJEGHAM – Haïfa HUBERT –

■ CHINOIS / CHINESE

Jean-Yves FENG – Xiaoyan LIU – Ji LI – Zhang Rui HAMELIN – Yi BRAS – Hailing MA

■ ESPAGNOL / SPANISH

Patricia BILBAO – María BLANCO – Aránzazu CABRERA – Farida CHIBANE – Mari-Sol GARCIA SOMOZA – Carmen GÓMEZ DE LA TORRE ALEDO – Begoña HERRMANN – Yvan JIMENEZ – Cecilia LEIMDORFER – Marietta LEÓN – Angélica MONTES MONTOYA – Gloria RIVERA HIDALGO – María Selva SENOR – Hero SUAREZ RUIZ – Manuel VILABOA – Martha VIZERN –

■ FRANÇAIS langue étrangère / FRENCH as a Foreign Language

Janaína BARROS MENDES – Christophe DAOUDAL – Gaëlle GREAUME DE BOISRIOU – Pascale GUILLIER – Karina LACROIX – Audrey MENARD – Delphine MONTHERISIER – Brigitte OEHLER – Camille TOULLELAN – Michel VERNEUIL –

■ HEBREU / HEBREW

Annie ZAOUCHE

■ ITALIEN / ITALIAN

Gabriella RETI – Rocco DE PAOLA – Marco LONGO – Sveva NASTI – Roberta SALSI

■ JAPONAIS / JAPANESE

Naomi BAZILLE – Kunio KUWAE

■ PORTUGAIS / PORTUGUESE

Janaína BARROS MENDES – Andréia DIAS RODRIGUES –

■ RUSSE / RUSSIAN

Karina LACROIX

Langues
Languages

Le programme Master offre une variété d'options de spécialisations, qui peuvent être classées en 11 catégories thématiques. Une spécialisation vous prépare à une carrière dans un certain secteur, fonction ou domaine. Il vous permet de comprendre le langage et les codes dans le domaine concerné, d'appliquer les concepts et les outils nécessaires et de vous préparer à devenir un acteur d'influence à l'avenir.

En tant qu'étudiant du programme Master, vous avez le choix de suivre (ou non) une spécialisation pour façonner votre profil. Vous pouvez même suivre jusqu'à deux ou trois spécialisations en fonction de votre parcours spécifique. Une spécialisation comprend généralement une liste de cours que vous pouvez suivre dans le cadre de vos électifs, mais les spécialisations vont au-delà des cours théoriques, offrant des activités extrascolaires telles que visites d'entreprises, conférenciers invités, séminaires industriels, recherches, stages et beaucoup d'autres activités. Certaines spécialisations sont proposées en tant que Chaires, ce qui signifie qu'elles sont co-organisées par un membre du corps enseignant de l'ESSEC et une ou plusieurs entreprises partenaires. La structure pédagogique est conçue conjointement par le titulaire de la Chaire et les entreprises partenaires, sachant que de nombreuses classes et activités sont organisées ensemble. D'autres spécialisations sont proposées en filières, ce qui signifie que les cours et les activités sont organisés par un groupe de professeurs de l'ESSEC qui sont des experts reconnus dans le domaine de la spécialisation.

Nous vous recommandons de prendre le temps de découvrir le portefeuille de spécialisations qu'offre l'ESSEC et de faire le choix qui convient le mieux à votre projet de développement personnel et professionnel.

The Master in Management program offers a variety of specialization options, which can be classified into 11 broad topic categories. A specialization prepares you for a career in a certain sector, function, or area. It enables you to understand the language spoken in the respective field, to apply the necessary concepts and tools, and to make you ready to become an actor in influencing the field in the future.

As a student of the Master in Management program, you have the choice to follow (or not) a specialization to shape your profile. You can even follow up to two or three specializations depending on your specific study path. A specialization typically comprises a collection of courses that you can take as part of your elective courses, but specializations also go beyond the academic course work, offering extra-curricular activities such as company visits, guest speakers, industry seminars, research studies, internships, and many other activities. Some specializations are offered as Chairs, which means that they are co-organized by an ESSEC faculty member and one or more partner companies. The pedagogical structure is designed jointly between the chair holder and the partner companies and many of the classes and activities are held together. Other specializations are offered as Tracks, which means that the courses and activities are organized by a group of ESSEC faculty members who are recognized experts in the field of specialization.

We recommend you to take some time to discover the portfolio of specializations that ESSEC offers, and to make a choice that best suits your personal career and development project.

Spécialisations / Specializations

Category & Title	Lang	Location	Type	Coordinator	Page
■ Financial Reporting, Audit & Strategic Management Control					219
Track 1 : CFO (Conseil, Finance et Organisation)	FR/ENG	Cergy	Track	I.LUPU	220
Track 2 : CIMA (Chartered Institute of Management Control)	ENG	Cergy	Track	I.LUPU	221
Track 3 : DSCG (Diplôme Supérieur de Comptabilité et de Gestion)	FR	Cergy	Track	I.LUPU	222
■ Digital Business					224
Accenture Strategic Business Analytics Chair	ENG	Cergy	Chair	J.ROMBOUTS	224
Chaire Grande Consommation	FR	Cergy	Chair	R. GERIN	225
Chaire Media & Digital	FR	Cergy	Chair	J. ANDRES	227
Digital Disruption Chair by BNP Paribas	ENG	Cergy	Chair	P. O'CONNOR	231
■ Entrepreneurship & Innovation					234
Chaire Armand Peugeot	ENG	Cergy	Chair	J. LEPOUTRE	234
Chaire Innovation et Entrepreneuriat Social	FR	Cergy	Chair	Th. SIBIEUDE	235
Chaire Innovation Managériale et Excellence Organisationnelle	FR	Cergy	Chair	J.-M. PERETTI	237
Entreprendre en Afrique (Track)	FR	Rabat	Track	H. LEVECQ	238
Entrepreneurship Track/Filière Entrepreneuriat	FR/ENG	Cergy	Track	J. LEPOUTRE	240
Innovation Entrepreneurship and Sustainability	ENG	Singapore	Track	X. PAVIE	242
The ESSEC Ventures Incubator	FR	Cergy		N.LANDRIN	243
■ Finance & Economics					245
Amundi Chair	ENG	Cergy	Chair	J. MARTEL	245
Corporate Finance in Asia Track (Singapore Summer)	ENG	Singapore	Track	F.DECLERCK	245
Economics Track	FR/ENG	Cergy	Track	G. CELIK, E.SANTACREU-VASUT	246
Filière Finance	FR/ENG	Cergy	Track	F.DECLERCK	249
Fintech in Asia Track	ENG	Singapore	Track	F.DECLERCK	253
Financial Market in Asia Track	ENG	Singapore	Track	F.DECLERCK	254
■ Health, Food & Sport					256
Food Business Challenges Chair	ENG	Cergy	Chair	F. OBLE	256
Chaire Innovation et Santé, Option systèmes de santé	FR	Cergy	Chair	K. LAMIRAUD	258
Innovation and Health Chair, Innovation in Health option	ENG	Cergy	Chair	K. LAMIRAUD	260
ESSEC Sports chair	ENG	Cergy	Chair	K. STRAUSS	263
■ IT, Data & Operations					265
Business Analytics Methods Track	ENG	Cergy	Track	L. ALFANDARI	265

Category & Title	Lang	Location	Type	Coordinator	Page
Filière Management des Opérations	FR/ENG	Cergy	Track	P.-P. DORNIER	266
Operations Management in Asia Track (Singapore – Fall Track)	ENG	Singapore	Track	X. PAVIE	268
Information Systems Track	ENG	Cergy	Track	N. PRAT	269
Risk & Actuarial Track	ENG	Cergy	Track	M. KRATZ	271
Information Strategy and Governance Chair	ENG	Cergy	Chair	I. COMYN WATTIAU	274
■ Luxury, Art & Culture					276
The LVMH Chair : Future of Luxury	ENG	Cergy	Chair	S. PROKOPEC	276
■ Management					279
Asian Strategy Consulting Project (Singapore – Fall Track)	ENG	Singapore	Track	A. CHATTERJEE	279
Business Management in Asia Track	ENG	Singapore	Track	X. PAVIE	280
Chaire ESSEC du changement	FR	Cergy	Chair	J.-M. PERETTI	281
Filière conseil en stratégie	FR	Cergy	Track	J. BARTHELEMY	282
Global Manager in Africa Track	ENG	Rabat	Track	Th. SIBIEUDE	284
Global Manager in Asia Track	ENG	Singapore	Track	X. PAVIE	285
■ Management & Society					286
Chaire Philanthropie	FR	Cergy	Chair	A.-C. PACHE	286
Leadership and Diversity Chair	ENG	Cergy	Chair	J. TAKAGI	287
Management and Society Track	ENG	Cergy	Track	A. ZICARI	290
Management and Philosophy Track	ENG	Cergy	Track	L. BIBARD	291
Filière Philosophie et stratégie pour l'innovation responsable	FR	Cergy	Track	X. PAVIE	293
■ Marketing					295
Leading a beauty brand Chair	ENG	Cergy	Chair	V. DRECCQ	295
■ Public & Private Policy					297
Chaire d'Economie Urbaine	FR	Cergy	Chair	F. VALLERUGO	297
Chaire Immobilier et Développement Durable	FR/ENG	Cergy	Chair	I. NAPPI	299
Chaire Workplace Management	FR	Cergy	Chair	I. NAPPI	303
Filière Immobilier RICS	FR	Cergy	Track	I. NAPPI	305
Real Estate – The RICS Track	ENG	Cergy	Track	I. NAPPI	306
Filière Droit	FR	Cergy	Track	G. HELLERINGER, V. de BEAUFORT	307
Filière affaires publiques - préparation aux concours de la fonction publique	FR	Cergy	Track	H. BOUTHINON-DUMAS	309
Filière Négociation et Gouvernance Internationale	FR	Cergy	Track	A. COLSON	310

Financial Reporting, Audit & Strategic Management Control

Accounting, Audit and Management Control are at the core of providing and communicating information about organizations' activity and performance. They impact a wide variety of economic agents in their decision-making process, such as managers, investors, clients, consumers, regulatory institutions, and society at large.

These disciplines occupy an even more central place today, with constantly renewed issues such as extra-financial information, sustainable development accounting, and the impact of new technologies on management control and risk management.

The different components of this track offer not only the acquisition of knowledge in financial reporting, audit and management control, but also an in-depth reflection on the role that these instruments have to play in the challenges posed by current social and ecological changes (climate change, destruction of biodiversity, Artificial Intelligence, well-being at work, issues of equality and inclusion in organizations).

The "Financial Reporting, Audit & Strategic Management Control" track is divided into three pathways starting with the lightest one and proposing two other specializations by adding additional courses:

- A "Consulting, Finance and Organization (CFO)" pathway which offers a global understanding of the major issues related to communication and financial analysis and the management of organizational performance. This pathway includes a list of six courses.
- An international degree "CIMA" pathway which brings a complement of specialization in management control by adding one or four courses to the previous course (Light or Full option). This course provides equivalencies for the certificate issued by the Chartered Institute of Management Accountants (CIMA).
- A French diploma "DSCG" pathway which offers specialization in accounting and management control and which includes 13 compulsory courses, and gives the right to equivalences for obtaining 5 UVs (out of 7) for Higher Diploma of Accounting and Management (DSCG). It is a complement to the CFO pathway (7 additional courses).

Being part of this track also means joining a vibrant Accounting and Control community at ESSEC. Accounting department professors, staff, Accounting and Control PhD students, alumni and track students have the opportunity to gather regularly for the Accounting and Control workshops.

These workshops are the occasion to meet international scholars, and find out about the latest accounting and control research.

Track 1 : CFO (Conseil, Finance et Organisation)

Responsable : Ioana LUPU, professeure ESSEC

Assistante : Sharmila DESSAINTS – dessaints@essec.edu – 01.34.43.32.74, département

Comptabilité – Contrôle de gestion

The Track can be completed entirely with courses taught in English

Informations clés sur la filière :

Nombre de cours obligatoires	4
Rapportant au total	4 UV
Nombre de cours électifs	2
Rapportant au total	2 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour valider la filière	6 UV

L'information est au cœur du processus de prise de décision. Les compétences en comptabilité financière, comptabilité de gestion et contrôle de gestion permettent d'acquérir une grille de lecture économique de l'activité de l'entreprise et une bonne compréhension des enjeux associés à cette information.

Le programme de la filière CFO est conçu pour vous permettre de comprendre l'information produite par les organisations (entreprises, groupes mais aussi par les associations), c'est-à-dire de présenter les conditions de *préparation, de contrôle, de communication, d'analyse et d'utilisation de cette information*. Cette compréhension de l'approche économique des organisations doit ensuite être mise en relation avec les pratiques managériales et opérationnelles.

Le cursus offre un socle solide de compétences (quatre cours obligatoires) et la possibilité d'adapter son parcours à ses centres d'intérêts avec le choix de deux cours optionnels à choisir parmi dix.

L'objectif est de vous préparer aux métiers de la communication financière au sein des sociétés cotées, de l'analyse financière, de l'audit et du commissariat aux comptes, du contrôle de gestion ou de la structuration des organisations (pilotage des projets, contrôle interne, conseil en organisation).

Les étudiants sont tenus de suivre :

• 4 cours obligatoires :

- | | |
|--------------|--|
| CPTC31246 | Analyse des états financiers |
| or CPTC31247 | <i>Financial Statement Analysis</i> |
| CPTG31212 | Gestion stratégique des coûts |
| or CPTG31213 | <i>Strategic Cost Management</i> |
| CPTG31222 | Piloter plans et projets |
| or CPTG31223 | <i>Managing Plans and Projects</i> |
| FINE31417 | <i>Firm valuation and Value Creation</i> |
| or FINE32217 | <i>Firm valuation and Value Creation</i> |

• 2 cours électifs parmi :

- | | |
|--------------|---|
| CPTC31254 | L'audit à l'ère du digital |
| CPTC31265 | <i>Group Financial Statements</i> |
| CPTC31484 | Séminaire de département en comptabilité financière |
| or CPTC31485 | <i>Department Seminar in Financial Accounting</i> |
| CPTO31333 | Instruments de gestion et comportements |

- CPT031403 Sustainability Performance*
CPT031485 Value Creation and Governance
FINE31126 Finance d'entreprise
 or *FINE31128 Corporate Financial Management*
FINE31130 Gestion financière à court terme
MGTM31227 Management of Organizations
MGTS31262 Stratégie concurrentielle
 or *MGTS31263 Competitive Strategy*

Les inscriptions se font en ligne avec CV et lettre de motivation.

Pour plus d'informations, contactez Sharmila DESSAINTS (dessaints@essec.edu)

Track 2 : CIMA (Chartered Institute of Management Accountants)

Coordinator: Ioana LUPU, ESSEC professor

Assistant: Sharmila DESSAINTS – dessaints@essec.edu – 01.34.43.32.74,

Accounting and Management Control department

Key information on the track:

■ FULL CIMA Track

Number of mandatory courses	8
Awarding	8 UV
Total number of credits (UV) required for the Track graduation	8 UV

■ LIGHT CIMA Track

Number of mandatory courses	5
Awarding	5 UV
Total number of credits (UV) required for the Track graduation	5 UV

This track is a partnership with the Chartered Institute of Management Accountants (CIMA) and gives exemptions for the CIMA Professional Qualification. This qualification is recognised worldwide as one of the most relevant global finance qualification for a career in business. You will understand how businesses operate, how they are managed, how people work together and how strategy is formulated. You will also be able to provide the analysis which managers need to understand the economics of a businesses' operations, to manage performance and to manage risk.

Students can choose from two tracks: a Light track and a Full Track. The completion of the *Light Track* exempts 11 CIMA exams and the completion of the *Full track* exempts 14 CIMA exams. Once the students are CIMA qualified, they become Chartered Global Management Accountant and member of a worldwide network of 600 000 members that propose opportunities of international career in the corporate finance area (accounting, management control, management, economy, corporate finance).

In addition to the fundamental courses, students will have to take:

- **At least 5 courses (*for the light track*)**

- | | |
|--------------|---------------------------------------|
| CPTC31246 | Analyse des états financiers |
| or CPTC31247 | <i>Financial Statement Analysis</i> |
| CPTC31265 | <i>Group Financial Statements</i> |
| CPTG31212 | Gestion stratégique des coûts |
| or CPTG31213 | <i>Strategic Cost Management</i> |
| CPTG31222 | Piloter plans et projets |
| or CPTG31223 | <i>Managing Plans and Projects</i> |
| FINE31126 | Finance d'entreprise |
| or FINE31128 | <i>Corporate Financial Management</i> |

- **3 extra courses (*for the full track*)**

- | | |
|--------------|--|
| CPTO31485 | <i>Value Creation and Governance</i> |
| FINE31417 | <i>Firm Valuation and Value Creation</i> |
| or FINE32217 | <i>Firm Valuation and Value Creation</i> |
| FINM32407 | <i>Risk management</i> |

You can find additional information on your MiM Program Center. It is recommended to register for the track at the beginning of your master. You can apply online with your CV and motivation letter.

For more information, contact the Accounting and Management Control department – Sharmila DESSAINTS (dessaints@essec.edu).

Track 3 : DSCG (Diplôme Supérieur de Comptabilité et de Gestion)

Responsable : Ioana LUPU, professeur ESSEC

Assistante : Sharmila DESSAINTS – dessaints@essec.edu – 01.34.43.32.74,

département Comptabilité – Contrôle de gestion

Informations clés sur le cursus :

Nombre de cours obligatoires (Comptabilité - Contrôle de gestion)	7
Rapportant au total	7 UV
Nombre de cours obligatoires (autres départements)	6
Rapportant au total	6 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour valider le cursus	13 UV

Ce cursus est proposé aux étudiants qui entrent en Cycle Master. Il vous permet de disposer de très solides connaissances en audit, comptabilité et finance. Le sérieux de cette formation est attesté par les équivalences avec les diplômes d'expertise comptable qu'elle permet d'obtenir.

La formation à l'expertise comptable comprend plusieurs Diplômes d'état correspondant à différents niveaux de qualification professionnelle :

- DCG (Diplôme de Comptabilité et de Gestion) : niveau Licence (Bac +3)
- DSCG (Diplôme Supérieur de Comptabilité et de Gestion) : niveau Master (Bac+5)
- DEC (Diplôme d'Expertise Comptable) : stage professionnel de 3 ans, épreuves et mémoire.

Depuis 2008, tous les diplômés de l'ESSEC sont dispensés du DCG et peuvent s'inscrire directement aux épreuves du DSCG. Si vous avez validé ce cursus, vous êtes dispensés de 5 épreuves sur 7 du DSCG. Il ne reste plus qu'à présenter les épreuves n°1 (Gestion juridique, fiscale et sociale) et n°4 (Comptabilité et Audit).

Le diplôme d'expertise comptable débouche sur de multiples métiers qui peuvent être exercés tant en cabinet qu'en entreprise. Les missions sont diversifiées :

- Audit, bien évidemment, mais aussi
- Conseil-assistance
- Direction administrative et financière ou encore
- Contrôle de gestion.

L'expert-comptable accompagne au quotidien les chefs d'entreprise dans de nombreux domaines. De la gestion à la recherche de financement, en passant par le social ou encore le système d'information. Il joue un rôle clé auprès de l'entreprise, en conseillant le dirigeant sur des sujets stratégiques tels que l'investissement, l'innovation, l'exportation, le recrutement.

Outre les cours fondamentaux, le cursus « Expertise Comptable » exige de valider 13 cours (6 en comptabilité – Contrôle de gestion et 7 cours dans des domaines connexes : finance, systèmes d'information, etc.) :

● **6 cours en Comptabilité – Contrôle de gestion**

CPTC31246	Analyse des états financiers
or CPTC31247	<i>Financial Statement Analysis</i>
CPTC31254	L'audit à l'ère du digital
CPTG31212	Gestion stratégique des coûts
or CPTG31213	<i>Strategic Cost Management</i>
CPTG31222	Piloter plans et projets
or CPTG31223	<i>Managing Plans and Projects</i>
CPTO31333	Instruments de gestion et comportements
CPTO31485	<i>Value Creation and Governance</i>

● **7 autres cours :**

ECOA31226	Analyse de conjoncture
FINE31126	Finance d'entreprise
or FINE31128	<i>Corporate Financial Management</i>
FINE31130	Gestion financière à court terme
FINE31417	<i>Firm Valuation and Value Creation</i>
or FINE32217	<i>Firm Valuation and Value Creation</i>
IDSI31129	<i>Database Management</i>
or IDSI31130	Base de données
IDSI31377	<i>Business Intelligence</i>
MOPP31232	Gestion de projet

Des informations sont disponibles sur MiM Program Center. Il est conseillé de s'inscrire et de commencer le cursus dès l'entrée en Master : en ligne avec CV et lettre de motivation.

| **Pour plus d'informations**, contactez Sharmila DESSAINTS (dessaints@essec.edu)

Digital Business

Accenture Strategic Business Analytics Chair

Chair Holder: Jeroen ROMBOUTS, ESSEC professor

Executive Director : Fabrice MARQUE

Coordinator: straba@essec.edu

Duration of the Chair curriculum	1 academic year
Number of mandatory course(s)	6
Awarding	6 UV
Total number of credits (UV) required for the Chair graduation	6 UV

■ Objectives

Innovations in digitization and automation are creating performance and productivity opportunities for business and the economy. Each day, a staggering number of data is created waiting to provide insights to decisions makers. Artificial Intelligence (AI) and machine learning enables to analyze a large variety and volume of complex data to deliver faster and accurate results to decision makers. Today, the priority is to leverage data for data driven decision making and to bridge the gap between units within an organization. To achieve this, companies are looking for analytics talent to drive value.

Accenture and ESSEC with the Strategic Business Analytics Chair (SBA) are committed to train the next generation of leaders to become data translators. Our dynamic teaching methods, designed for the Chair, ensure a rigorous, immersive and impactful learning experience. We shape future talents to the right mind-set, interpersonal and analytical skills to create business value. Finally, it's also our priority to cultivate creativity and to build capacity to change; it's going beyond the leading edge.

■ Chair curriculum

The Chair students must follow and validate:

- **1 compulsory course reserved to students admitted to this chair:**
IDSS31405 Case Studies in B-Analytics (with Accenture partnership)
- **5 compulsory courses :**
IDSD31113 Decision Analytics
IDSS31161 Introduction to Econometrics
IDSS31165 Business Data Science
MKGF31221 Marketing Analytics
IDSS31421 Department Seminar in IDS: Artificial Intelligence for Business

For those who have more than 14/20 on their Case study they get rewarded 2 months of internship

■ Selection process

Registration will start at the end of T1 2020. The schedule will be such as:

- The student has to fill in an application form online beginning of T1.
- Once the form is completed, the jury will receive and evaluate the application file.
- Depending on the evaluation, the student may or may not participate to a collective assessment at Accenture headquarters; the jury will observe the student's individual

contribution but also the way he/she integrates, collaborates and behaves within a group (beginning of October 2020).

Chaire Grande Consommation

Directeur exécutif : Rémy GERIN

Communication & développement : Loïc DANEL

RSE & Consommation Responsable : Marion CAILLARD

Coordinatrice Evénements RSE : Chantal NEVEU

Assistante de chaire : Sylvie GALLET – gallet@essec.edu – 01.34.43.32.48

www : <http://chaire-grandeconsommation.essec.edu/>

Facebook : www.facebook.com/chairepgcessec Twitter : @ESSEC_PGC

Informations clés sur la chaire :

Durée du cursus de la chaire	6 à 18 mois
Nombre de séminaire(s) de chaire obligatoire(s)	2
Rapportant au total	2 UV
Nombre de cours obligatoire(s), hors séminaire(s)	4
Rapportant au total	4 UV
Nombre de cours électif(s)	2
Rapportant au total	2 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour être diplômé de la chaire	8 UV + stage de 1 mois

■ Objectifs

« Construisons ensemble la consommation de demain »

Le secteur de la Grande Consommation est en pleine mutation : révolution digitale, ubérisation des modèles à travers les start-up, prise de pouvoir par le consommateur, nécessaire responsabilité à l'égard des hommes et de la planète.

La Chaire a pour but d'apporter aux étudiants un enseignement complet sur l'état des lieux du secteur : ses acteurs, ses perspectives et défis.

Elle forme chaque année une trentaine d'étudiants sélectionnés et passionnés par le secteur, à travers un programme ambitieux de cours et de séminaires, tous animés par des professionnels en activité, de travaux de recherche, de cas pratiques et de stages. Elle propose un accompagnement très proche des étudiants pour les aider à affiner leur projet professionnel.

La chaire se veut également un lieu d'échange et de débat entre les étudiants et tout l'écosystème. Les étudiants rencontrent les industriels et les commerçants (des startups aux multinationales) mais aussi les associations, instituts, agences, pouvoir politique et média lors de dîners, voyages ou débats. Avec un objectif autour de tous ces échanges : « *Construisons ensemble la consommation de demain* ». Une consommation engagée, performante, connectée, créative et agile.

■ Programme d'enseignement de la chaire

Les activités pédagogiques de la chaire peuvent être réalisées en 6 mois minimum et 18 mois maximum. Les étudiants de la chaire sont tenus de suivre :

- **2 séminaires obligatoires :**

Consommation & RSE - MKGS31452

Des entreprises, des distributeurs, des associations, des personnalités viennent partager et échanger avec les étudiants autour de leurs bonnes pratiques pour la construction d'une consommation plus responsable et plus engagée, plus collaborative ou plus moderne.

Afin de valider l'UV, les étudiants remettent un mémoire sur une question associant Retail / Consommation et RSE. Les meilleurs travaux sont publiés par la chaire.

Séminaire de chaire - MKGS31453 (semaine bloquée)

Le contenu du second séminaire varie chaque année en fonction des thèmes d'études retenus et des personnalités invitées. Il s'agit d'un lieu de découverte, de rencontres et de réflexion sur les métiers de la grande consommation. De nombreuses personnalités viennent y partager leurs expériences. C'est également l'occasion de visiter des sites d'entreprise, de découvrir la relation industrie commerce dans des pays étrangers (Chine en 2016, Italie en 2017, USA en 2018, Maroc en 2019, Brésil en 2020). Afin de valider l'UV, chaque étudiant doit en outre s'investir une centaine d'heures dans un projet de recherche (avec un partenaire de la chaire) ou dans un projet de chaire (projet d'intérêt général lié à la vie et au développement de la chaire).

- **4 cours obligatoires :**

MKGF31218 Stratégie et nouveaux défis de la distribution

MKGM31350 Politique de Marketing (Unilever)

MKGM31353 Mise en œuvre de la relation industrie-commerce :
Partenariat Carrefour-Danone

MKGM31355 Management des produits de grande consommation

- **2 cours électifs parmi :**

CPTC31246 Analyse des états financiers

ou CPTC31247 *Financial Statement Analysis*

FINE31254 Evaluation stratégique et financière des entreprises
(étude de cas obligatoirement sur entreprise de PGC)

IDSI31341 *e-Business Strategy and operations*

IDSS31165 *Business Data Science*

MGTS31411 *Smart Technologies for Food Business*

MKGC31125 Comportement du consommateur

ou MKGC31126 *Consumer Behavior*

MKGM31217 Chef de Produit

MKGS31203 *Digital marketing strategy*

ou MKGS31204 Stratégie de marketing digital

MKGS31215 *Understanding the food consumer in the 21st century*

MKGS32209 *FMCG Product Management in Asia (Singapore)*

MOP031212 Pilotage Supply chain: outils appliqués

ou MOP031213 *Supply Chain Analytics and Tools*

MOP031232 *Supply Chain Management in a Digital Age (Singapore)*

Expérience en distribution

La chaire demande une expérience obligatoire en distribution. Cette expérience pourra prendre la forme d'un stage, d'un VIE ou d'une période d'alternance et pourra s'effectuer auprès d'entreprises aussi variées que Carrefour, Auchan, Casino, Amazon, Louis Vuitton, La Redoute ou BioCoop, par exemple. Le stage en distribution devra durer au moins 1 mois.

■ Evénements de la chaire

La chaire organise chaque année de nombreux événements pour ses étudiants. Par exemple : des dîners et débats de chaire, pour rencontrer des personnalités emblématiques du secteur ; la soirée du « Grand Prix des Industries du Commerce Responsable » au ministère de l’Economie et des Finances ; la rencontre avec les DG de Carrefour, Danone, Unilever, des rencontres RSE autour d’un distributeur, un challenge Essity avec soirée conviviale ...

La participation à ces événements est obligatoire.

■ Procédure de recrutement

La chaire s’adresse à tous les étudiants de la Grande Ecole et aux Mastères Spécialisés MMD intéressés par le secteur de la Grande Consommation et par ses nouvelles problématiques. Une trentaine d’étudiants sont admis chaque année. Une première sélection des candidatures est effectuée sur dossier et vidéo, puis une seconde sur la base d’un entretien avec un membre de la chaire et un professionnel partenaire. Les dossiers de candidature sont à retirer en ligne.

| **Plus d’informations** sur chaire-grandeconsommation.essec.edu

Chaire Media Digital

Directrice exécutive : Judith ANDRÈS

Assistante : Laetitia ROLLAND – rolland@essec.edu – 01.34.43.36.16

Site : <http://essec-chaire-media-digital.com>

Compte Twitter : [ESSEC MEDIA](#)

Linkedin : <https://www.linkedin.com/company/chaire-media-digital-essec>

Incubateur de la chaire : themediahouse.fr

Informations clés sur la chaire :

Durée du cursus de la chaire	1 année (hors stages en entreprise)
Nombre de séminaire(s) de chaire obligatoire(s)	1 (T2 et T3)
Rapportant au total	1 UV
Nombre de cours obligatoires, hors séminaire(s)	3
Rapportant au total	3 UV
Nombre de recherche obligatoire(s)	1
Rapportant au total	1 UV
Nombre minimal imposé de cours électifs	2
Rapportant au total	2 UV
Nombre d’UV au total à obtenir pour être diplômé de la chaire	7 UV + 6 mois de stage

■ Objectif

Créer un lieu de réflexion, de recherche, de veille et de formation dans le secteur Media & Digital

La chaire Media & Digital réunit un collectif de professeurs et de professionnels des secteurs des industries créatives, de l’information et du divertissement (musique, cinéma, édition, Jeux vidéo, télévision, radio, presse...) qui unissent leurs compétences pour créer une véritable passerelle de l’univers de la recherche et de la formation au management vers ces industries. Lieu de confluence des approches politiques, économiques et organisationnelles de ces secteurs, la chaire a pour vocation de développer l’expertise opérationnelle des étudiants autant que la recherche dans ce

domaine, dans un esprit de laboratoire.

Programme d'enseignement de la chaire

Il comprend :

- Le séminaire de chaire
- Les cours obligatoires
- Les cours électifs
- Les travaux de recherche (*cf. Autres activités de la chaire*)
- Les stages (*cf. Expérience professionnelle*)

Les étudiants de la chaire doivent :

- **Suivre le séminaire de chaire :**

COMD31438 Séminaire de chaire management des médias

Le séminaire, exclusivement réservé aux étudiants de la chaire, permet aux étudiants d'acquérir des connaissances solides sur les évolutions des enjeux stratégiques des industries de contenu à l'ère de la transformation digitale, les équilibres organisationnels des entreprises de médias et nouveaux médias ainsi que les fonctions clés dans les évolutions actuelles et les singularités managériales dans l'économie de l'immatériel.

Le séminaire s'articule autour de séances collectives de tables rondes professionnelles et études de cas, pour un total de 25 heures.

La présence à ce séminaire est obligatoire et rapporte 1 UV.

- **Suivre 3 cours obligatoires :**

Prendre 1 cours au choix dans chacun des 3 blocs suivants :

Bloc 1

COMD31440 Économie des médias

Bloc 2

DEVD31228 Droit de la propriété intellectuelle

ou DEVD31229 *Intellectual Property Law and Digital Challenges*

DEVD31246 Droit des médias et des technologies de l'information

MGTM31234 Management culturel

Bloc 3

FINE31126 Finance d'entreprise

ou FINE31128 *Corporate Financial Management*

FINE31254 Évaluation stratégique et financière des entreprises

FINE31417 *Firm Valuation and Value Creation*

ou FINE32217 *Firm Valuation and Value Creation*

IDSI31208 Pilotage de projets digitaux

ou IDSI31209 *Digital Project Management*

IDSS31165 *Business Data Science*

ou IDSS32102 *Big Data Analytics*

IDSS31265 *Statistical Inference*

MKGC31131 *Strategic Marketing Analytics*

MKGC31430 Approche consommateur et Data Analytics

MKGF31221 *Marketing Analytics*

MKGS31203 *Digital Marketing Strategy (on Cergy or Singapore Campus)*

ou MKGS31204 Stratégie de Marketing digital

Tous les cours obligatoires non pris en tant que cours obligatoires sont éligibles en tant que cours électifs.

- **Suivre 2 cours électifs dans la liste suivante :**

DEV31216	Droit de la concurrence
ou	<i>DEV31217 Competition Law</i>
	DEV31300 Eloquence et rhétorique, savoir faire un bon discours
	DEVE31200 Droit et entrepreneuriat
ou	<i>DEVE31201 Law & Entrepreneurship</i>
ou	DEVN31300 Co-développement dans les pays émergents
	<i>DEVN31301 Companies and Sustainable Development: Ethics, Business and Corporate Responsibilities</i>
	IDSI31338 Création de sites web
ou	<i>IDSI31339 Website Creation</i>
	<i>IDSI31341 e-Business Strategy and Operations</i>
	<i>IDSI31343 Digital Transformation</i>
	<i>IDSI31377 Business Intelligence</i>
	MGTE31360 Entrepreneuriat
ou	<i>MGTE31361 Entrepreneurship</i>
	MGTE31404 Entrepreneuriat e-Business
ou	<i>MGTE31405 e-Business Entrepreneurship</i>
	<i>MGTM31235 Art and Culture Management</i>
	<i>MGTM31241 Managing Business Networks</i>
	<i>MGTM31356 Management d'innovation</i>
ou	<i>MGTM31357 Innovation Management in Asia (Singapore)</i>
	MGTP31204 Ethique et décision
or	<i>MGTP31205 Ethics and Decision-making</i>
	MGTP31324 Transhumanisme : enjeux économiques, sociaux et philosophiques
	MKGC31112 Etudes en marketing
ou	<i>MKGC31113 Marketing Research</i>
	MKGC31125 Comportement du consommateur
ou	<i>MKGC31126 Consumer Behavior</i>
	<i>MKGF31239 Social Media Marketing (Singapore)</i>
	MKGS31124 Stratégies Marketing Business-to-Business
ou	<i>MKGS31125 Business to Business Marketing Strategies</i>
	<i>MKGS31223 Business to Business Digital Marketing Management</i>

- **Travaux de recherche**

Les étudiants, regroupés en binômes ou en trinômes, doivent réaliser une étude sur un des sujets proposés par le comité de pilotage de la chaire dans lequel sont représentés les partenaires.

1 UV de recherche personnelle* (rapportant 1UV) :

COMD31600 Chaire Media – Recherche personnelle

*UV comptabilisée parmi les 2 UV de recherche personnelle autorisées durant toute la scolarité, également décomptée des 31 inscriptions.

La liste des thèmes abordés lors des années antérieures peut être communiquée par le secrétariat de la chaire sur simple demande.

■ Expérience professionnelle

Les étudiants doivent effectuer au minimum 6 mois de stage dans des entreprises du secteur.

■ Autres activités de la chaire

• Voyage d'études

3 déplacements agrémentés de rencontres professionnelles pendant le cursus (Festival d'Angoulême, Series Mania et Marché International du Film d'animation) dans des festivals et événements couvrant les secteurs des industries culturelles, pris en charge par la Chaire pour un déplacement de toute la promotion.

Possibilité d'accréditations par la Chaire pour des festivals complémentaires, en particulier le Festival de cannes

• Relations avec les partenaires

La Société Générale

La chaire Media & Digital travaille en étroite collaboration avec les experts de la Société Générale Corporate & Investment Banking.

La banque dispose en effet d'une équipe de spécialistes en financements structurés qui interviennent à toutes les étapes de la réalisation de projets Media & Digital.

Sa participation active à cette formation d'excellence est la preuve de sa contribution à former les cadres de demain, à apporter son expertise dans le domaine des médias et à s'engager en termes de qualité de services, de recherche et de formation.

Groupe Orange

La Division Contenus du Groupe Orange met en place et développe les partenariats avec les acteurs de contenus et vise à concrétiser la stratégie de convergence du groupe.

Elle acquiert les droits de diffusion dans les domaines de la télévision, du cinéma, de la musique, du sport, des jeux et de l'information. Elle pilote la conception de services, intervenant dans l'évolution des plates-formes techniques, players et terminaux permettant ainsi de proposer les contenus les plus adaptés aux attentes de ses clients.

Le partenariat avec la chaire Media permet d'apporter l'expertise d'Orange aux étudiants de la chaire mais également à Orange de bénéficier de tout le savoir-faire d'un partenaire académique de tout premier plan.

TF1

Le groupe TF1 a choisi de s'associer à l'ESSEC pour participer au développement de la chaire Média & Digital et ainsi se rapprocher du monde étudiant et académique.

Ce partenariat permettra ainsi aux étudiants de mieux apprêhender les évolutions et la richesse du secteur des médias ; c'est par ailleurs l'occasion de compléter les expertises des partenaires historiques de la chaire par celles d'un groupe Média.

Les Echos, partenaire presse écrite

Le rapprochement des Echos et de la chaire Media & Digital s'inscrit dans la stratégie affichée du journal de se rapprocher des Grandes Ecoles et des universités et de favoriser les passerelles entre le monde de l'entreprise et les étudiants.

Procédure de recrutement

La chaire recrute des élèves en MiM 1 et MiM 2 ainsi que les BBA en 4^{ème} année et les Mastères spécialisés au mois d'octobre de chaque année.

Chaque promotion comporte entre 25 et 30 étudiants.

Les candidatures se font désormais en ligne. Pour toute information, s'adresser à Laetitia ROLLAND (rolland@essec.edu).

Le recrutement comprend deux étapes, admissibilité sur dossier suivie d'un entretien en présence de la direction de la chaire et ses partenaires.

Digital Disruption Chair by BNP Paribas

Executive Director : Alexis de LA TOUR du PIN

Contact: digitaldisr@essec.edu

Assistant : Magali FLOREN – floren@essec.edu – 01.34.43.31.79

Chair's website: <http://digital-disruption-chair.essec.edu/>

Key information on the Chair:

Duration of the Chair curriculum	1 academic year
Number of mandatory Chair seminar(s)	1 (T2)
Awarding	1 UV
Number of mandatory course(s), except seminar(s)	3
Awarding	3 UV
Number of elective course(s)	2
Awarding	2 UV
Total number of credits (UV) required for the Chair graduation	6 UV

Introduction and objectives

Recent developments in technology are having a revolutionary effect on consumers, business and society. The ESSEC Chair on Digital Disruption aims to provide participants with an in-depth understanding of the effect of digital on business, preparing them to work in, and lead, increasingly digital organizations (tech companies, traditional companies, digital consultancies or startups). Strong teaching and research links with companies operating in the digital domain help the Chair to focus on disseminating multi-sector best practice and thought leadership to both participants and the broader ESSEC community of students, staff and alumni as a whole. Note this Chair is reserved for ESSEC Grande École students.

Chair curriculum

To complete this Chair, participants must follow:

- 1 compulsory Chair seminar:**

IDSI31433 Chair Seminar Digital Disruption

With the digital revolution having a profound effect on consumer behavior, business and society, this seminar explores how companies should react to, and can best exploit, these developments. Both incumbents (traditional companies struggling to adapt to the digital age) and challengers (newer, typically start-up, companies with organizational baggage) are studied with a view to understanding the role of, and effect of, digitalization across multiple sectors.

• **3 mandatory courses :**

- | | |
|--------------|------------------------------------|
| IDSI31341 | e-Business Strategy and Operations |
| IDSI31343 | Digital Transformation |
| MKGS31203 | Digital Marketing Strategy |
| or MKGS31204 | Stratégie de marketing digital |

• **2 elective courses to be taken among** (*note that you can validate these courses at any time during your studies – before, during and after you complete the other Chair requirements*):

- | | |
|--------------|--|
| IDSI31129 | Database Management |
| or IDSI31130 | Base de Données |
| IDSI31206 | Applied Cybersecurity Strategy for Managers |
| IDSI31208 | Pilotage de projets digitaux |
| or IDSI31209 | Digital Project management |
| IDSI31338 | Creation de sites Web |
| or IDSI31339 | Website Creation |
| IDSI31345 | Digital Humanism |
| IDSI31377 | Business Intelligence |
| MGTE31404 | Entrepreneuriat e-Business |
| or MGTE31405 | e-Business Entrepreneurship |
| MKGS31223 | Business to Business Digital Marketing Management |
| MOPI31207 | Operations and Technology Management |
| MOPP31100 | Management de la Supply Chain: stratégie et organisation |
| or MOPP31101 | Supply Chain Management: Strategy and Organization |

To complete the Chair, you need to:

During your Chair year:

- Complete the Chair Seminar;
- Participate in the annual study trip between T2 and T3 (during Intensive Week of April);
- Complete a group research project selected in agreement with the Chair sponsors, involving presence in Paris at least once every 2 weeks in T3;

During your ESSEC scholarship:

- Take the three required courses (preferably during the year you are taking the Chair);
- Take two electives courses from a choice in the ESSEC course catalogue;
- Complete an internship of between 3 and 6 months in an approved, digitally-oriented, position.

Chair Sponsors

The ESSEC Chair in Digital Disruption is generously sponsored by:



BNP PARIBAS

■ Selection process

Applications for the Chair take place from September up to the beginning of October each year. To apply, you must:

- fill in a short admin form
- provide you grades, including grades from their previous university
- participate in a 5-min video-recorded interview where you will:
 - explain your interest in the Chair in relation to your past experiences
 - detail your personal and professional project
 - get tested on your current digital savviness and insights

Shortlisted candidates may then be invited to a 30-minute interview.

The accepted candidates will be informed beginning of October.

Entrepreneurship & Innovation

Chaire Armand Peugeot

Titulaire : Jan LEPOUTRE, professeur ESSEC

Assistante : Zoubida BERKANE - berkane@essec.edu – 01 34 43 30 57

<https://sites.google.com/a/essec.edu/chaire-armand-peugeot>

■ Objectives

The Armand Peugeot Chair on the Economy of Electromobility and Hybrid Technologies is sponsored by PSA and operates as a joint project between ESSEC Business School and CentraleSupélec. This collaboration helps the Chair to gain expertise on the interface between organizational and technical aspects of electric, connected and autonomous forms of mobility.

The Armand Peugeot Chair is a research chair, which means that you cannot validate it as a pedagogical track. However, as a student, there are two ways you can interact with the Chair: either through research activities, or an elective course called Auto-and Mobility Industry Strategy:

MGTS31409 Auto & Mobility Industry Strategy

If you have an interest in Automotive and Mobility industries, and you would like to be instructed and gain a network in that industry, I invite you to take my course in the blocked week of T2.

If you want to go even further and if you are truly interested in doing academic research on this topic, don't hesitate to reach out to me, we can find a way to work together.

■ Other activities of the Chair

The Armand Peugeot Chair organizes an annual conference that aims to take actors in the electromobility space to the frontier of scientific and practical knowledge of electromobility. The conference is organized with the Chair's partners in December.

Chaire Innovation et Entrepreneuriat Social

Professeur titulaire : Thierry SIBIEUDE, professeur ESSEC

Directeur Exécutif : Jérôme Schatzman – jerome.schatzman@essec.edu

Responsable pédagogique : Stéphanie FRIESS – friess@essec.edu – 01 34 43 39 80

Directrice du centre ESSEC Egalité des chances : Chantal DARDELET

Assistante : Claire MORKEL – morkel@essec.edu – 01 34 43 32 05

Informations clés sur la chaire :

Durée du cursus de la chaire	1 année universitaire
Nombre de séminaire(s) de chaire obligatoire(s)	1 (T2 et T3)
Rapportant au total	1 UV
Nombre de séminaire(s) d'application obligatoire(s)	1 (T2 et T3)
Rapportant au total	2 UV
Nombre de cours obligatoires, hors séminaire(s)	4
Rapportant au total	4 UV
Nombre de cours recommandé	1
Rapportant au total	1 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour être diplômé de la chaire	7 UV + 1 UV <i>recommandée</i>

■ Objectifs

L'ESSEC, dès 2003, a créé la première chaire consacrée à l'innovation sociale et l'entrepreneuriat social en France, avec l'objectif d'adapter à l'Economie Sociale et solidaire (ESS) des principes d'organisations qui avaient fait leurs preuves dans le secteur lucratif et de former des entrepreneurs sociaux. Aujourd'hui, la chaire poursuit toujours l'objectif de susciter des vocations d'entrepreneuriat social, de professionnaliser le secteur de l'ESS en renforçant les équipes des entreprises sociales existantes, mais aussi en irriguant les entreprises dites « classiques » et les administrations, pour favoriser le développement de l'innovation sociale.

■ Programme d'enseignement de la chaire

Les étudiants membres de la chaire s'engagent à :

- Suivre le séminaire de la chaire Innovation et Entrepreneuriat Social
- Suivre le séminaire d'application en Innovation et Entrepreneuriat Social
- Suivre 4 cours obligatoires
- Effectuer au minimum un stage de 6 mois dans le domaine de l'entrepreneuriat social.

Seuls les étudiants ayant rempli l'ensemble de ces conditions pourront être diplômés de la chaire.

La scolarité à l'ESSEC étant par nature très flexible, il est important que les étudiants intègrent les contraintes de la chaire dès le début. Il est notamment impératif que tous les membres de la chaire s'engagent à suivre l'ensemble des cours obligatoires sur leur première année de chaire au T2 et T3 ainsi que le séminaire de chaire. Ils peuvent s'organiser de manière plus flexible pour le reste des contraintes, mais doivent s'engager, lorsqu'ils rejoignent la chaire, à intégrer l'ensemble des requis sur la totalité de leur scolarité.

● 2 séminaires obligatoires :

- DEV C31402 Séminaire de chaire Innovation et Entrepreneuriat social (T2 + T3 : 1 UV)
DEV C31404 Séminaire d'application en Innovation et Entrepreneuriat social (T2 + T3 : 2 UV)

- **4 cours obligatoires :**

- DEVC31112 Enjeux de l'économie sociale et solidaire
- DEVC31206 Gérer une entreprise sociale
- ou DEVC31207 *Managing a Social entreprise*
- DEVC31210 Entreprise et développement durable
- DEVE31268 Faire un business plan social

- **Cours recommandés**

- CPT031481 Création de valeur et gouvernance
- DEVC31110 Acteurs publics
- DEVC31302 Introduction à l'Impact Investing
- DEVE31102 Philanthropie et impact
- ou DEVE31103 *Philanthropy and Impact*
- DEVN31130 Négociation, démocratie locale
- DEVN31140 Atelier de négociation
- ou DEVN31141 *Negotiation Workshop*
- FINE31130 Gestion financière court terme
- MGTE31360 Entrepreneuriat
- ou MGTE31361 *Entrepreneurship*
- MGTE31362 Concevoir, valider et planifier un projet d'entreprise
- ou MGTE31363 *New Venture Design and Planning*
- MGTM31212 Gestion ressources humaines
- ou MGTM31213 *Human Resources Management*
- MGTP31204 Ethique et décision
- ou MGTP31205 *Ethics and Decision-making*

■ Séminaire de chaire - DEVC31402 « Innovation et Entrepreneuriat social »

Le séminaire de chaire donnera lieu à l'attribution d'un UV une fois que le programme d'enseignement de la chaire, à l'exception du stage, aura été validé.

Le séminaire de chaire est le lieu de rencontre privilégié entre les étudiants de la chaire et des entrepreneurs sociaux, des acteurs de l'économie sociale et de la responsabilité sociale de l'entreprise.

Il est conçu pour permettre aux étudiants de découvrir des vocations, des métiers, des organisations et de comprendre les enjeux et problématiques essentiels de ceux qui entreprennent avec une mission sociale.

Le séminaire de chaire comprend :

- **des temps d'inspiration** : voyage d'études d'une semaine à l'étranger, nombreuses rencontres d'entrepreneurs sociaux et de managers d'entreprises sociales en France, journées d'immersion thématiques permettant d'appréhender la réalité et les enjeux d'un secteur
- **des travaux en groupe** (exploration d'un besoin social, benchmark de réponses à un besoin social, élaboration de nouvelles solutions innovantes...), dont certains pourront être menés avec des partenaires de la Chaire
- **des productions collectives** " de fond" : par exemple veille sur un enjeu de société ou réflexion sur une thématique philosophique
- **des temps de prise de recul et de réflexion en groupe** (week-end d'intégration, journée de clôture).

■ Expérience professionnelle

Les étudiants de la chaire devront effectuer un stage d'au moins six mois sur une thématique en lien avec les activités de la chaire (association, fondations, entreprises d'insertion, responsabilité sociale des entreprises, etc.). Les étudiants devront faire valider l'objet de leur stage par le professeur titulaire de la chaire préalablement à sa réalisation.

Un apprentissage dans le domaine validera évidemment le stage de 6 mois requis par la chaire. La chaire centralise un certain nombre d'offres de stages et d'apprentissage proposés par les partenaires de la chaire.

■ Autres activités autour de la chaire

La chaire propose à ses étudiants membres un nombre important de monitorats, à mi-temps ou plein-temps (1 ou 2 jours par semaine), tout au long de leur scolarité. Les étudiants peuvent ainsi contribuer à divers projets de la chaire :

- L'accélérateur social Antropia ESSEC
- Les projets de recherche de la chaire Philanthropie
- Le laboratoire Evaluation et Mesure d'Impact Social
- Le programme de tutorat Étudiant « *Une grande école, pourquoi pas moi ?* »
- Les UV de recherche.

■ Procédure de recrutement

La chaire réunit une vingtaine de «membres», étudiants de la Grande Ecole, sélectionnés sur la base de leur motivation et de leurs résultats académiques, qui s'engagent à suivre un programme défini.

Ils sont recrutés en juin et octobre. Les candidatures se font désormais en ligne.

Pour toute information, s'adresser à Claire MORKEL (morkel@essec.edu).

A qui la chaire est-elle destinée ?

- Aux étudiants qui ont envie de devenir des entrepreneurs avec une forte finalité sociale.
- Aux étudiants qui ont envie de devenir des managers et dirigeants de l'économie sociale.
- Aux étudiants qui souhaitent, dans l'entreprise traditionnelle, contribuer à la prise en charge, par l'entreprise, de sa responsabilité sociale et environnementale.
- Aux étudiants qui souhaitent, à côté de leur activité professionnelle, s'engager bénévolement dans des missions d'intérêt général.
- Aux étudiants qui souhaitent tout simplement découvrir ces problématiques, sans forcément avoir une idée précise de la manière dont ils s'en serviront à l'avenir !

Chaire Innovation Managériale et Excellence Organisationnelle

Professeur titulaire : Jean-Marie PERETTI, professeur ESSEC

Directeur exécutif : David AUTISSIER

Chercheurs associés : Michel BARABEL, Faouzi BENSEBAA, Patrick DELARIVE, Yves LABAT, Jean-François NANTEL, Arnaud BERGER, Emily METAIS

Valérie LEHMANN, Olivier MEIER, Jean-François NANTEL, Olivier TRUONG

<http://chaire-essec-innovation-manageriale-excellence-operationnelle/>

L'ESSEC a lancé en septembre 2017 une chaire de recherche sur le thème de l'Innovation Managériale et Excellence Opérationnelle

Cette chaire multi-entreprises est un Think Tank expérimental et prospectif sur les nouvelles manières de manager. Le digital, la sociologie de la co-construction, les demandes des nouvelles générations, l'internationalisation, l'exigence de qualité et de réactivité sont autant de facteurs qui nous invitent à penser le management comme une technique en évolution.

L'objectif de cette chaire de recherche est d'expérimenter, prototyper et généraliser les nouvelles formes de management dans une logique d'innovation et d'excellence opérationnelle. Les nouvelles pratiques sont ainsi mises en œuvre pour combiner l'énergie de l'innovation managériale (IM) et l'excellence opérationnelle (EO) dans un souci de performance durable. Le binôme IM et EO sera traité dans une logique de recherche-action avec la volonté d'aboutir à des pratiques et outils mais aussi prospectives en interrogeant ce que seront le modèles d'entreprise dans le futur.

Partenaires : Covéa, Enedis, Eurogroup Consulting, Humanis, Orano, Renault-Nissan Consulting, CD&B, Thales, Yvelines Le Département et Hauts-de-Seine Le Département

Les partenaires veulent comprendre les transformations actuelles et futures pour accompagner et/ou déployer les nouvelles pratiques de management, synonymes d'avantage concurrentiel, on est au futur. Le passé au présent.

Entreprendre en Afrique

Informations clés sur la filière :	
Durée de la filière à Rabat	3 à 6 mois (janvier/mars-avril/juin)
Nombre total d'UV	1 à 9 UV
Nombre de mois passés à l'étranger	3 à 6 mois
Rapportant	3 à 6 UVEI
Nombre de mois d'expérience professionnelle	2 mois (au choix)

La filière Entreprendre en Afrique, enseignée en français, permet aux étudiants de passer 3 à 6 mois sur le campus ESSEC Afrique à Rabat pour suivre un cursus multi-disciplinaire construit en partenariat avec l'école d'ingénieur Centrale Casablanca. Cette filière porte sur les enjeux majeurs de développement, les perspectives et les nombreuses opportunités présentes sur le continent africain. Elle combine théorie et immersion dans un projet d'entreprise axé sur l'entrepreneuriat et l'innovation au Maroc et en Afrique sub-saharienne.

Programme d'enseignement

De janvier à mars, les étudiants suivent un trimestre de cours rapportant 7 UV dans le cursus de la Grande École. Ces cours, suivis avec des élèves ingénieurs de L'Ecole Centrale sont partagés entre le campus de l'ESSEC à Rabat et le campus de Centrale à Casablanca.

Liste des cours à suivre:

- CPR031110 Introduction au monde arabo-musulman (Campus Rabat) (0 UV)
- CPR031410 Projets énergétiques en Afrique (Campus Casablanca)
- DEV31320 Développement Durable et économie circulaire (Campus Casablanca)
- DEVE31210 Faire son business en Afrique (Campus Rabat)

- DEVN31250 African Geopolitics (Campus Rabat)
 ECOS31120 African Economies (Campus Rabat)
 LGAR31020 Arabe dialectal (Campus Rabat) (0 UV)
 MGTM31320 Gestion de l'innovation (Campus Casablanca)
 MGTTS31221 Management of International affairs in Africa (Campus Rabat)
 MOPP31220 Gestion des opérations et de la logistique en Afrique (Campus Casablanca)

■ Projet entrepreneurial

Durant le T3 (avril à juin), les étudiants travaillent en groupes (étudiants de l'ESSEC et étudiants ingénieurs de Centrale Casablanca) sur un **projet de création d'entreprise et d'entrepreneuriat** (création d'une activité nouvelle au sein d'une entreprise existante) basés au Maroc ou en Afrique subsaharienne.

Les projets se déroulent en trois temps :

- Un temps de préparation et de cadrage pour le lancement de la mission sur le campus de l'ESSEC Afrique.
- Un temps d'immersion sur le terrain qui constitue l'essentiel de la mission, au cours duquel les groupes sont suivis et accompagnés par un mentor (professeur en entrepreneuriat) dans le cadre de rendez-vous bimensuels.
- Un temps de soutenance : de retour à Rabat, les groupes vont devoir consolider les données récoltées et présenter les conclusions du projet lors d'une soutenance.

Pour conclure le T3, les étudiants partent les trois dernières semaines en *learning expedition* (inscription facultative) à Dakar, au Sénégal.

■ Validation de la filière

Les cours suivis de janvier à mars permettent la validation de 7 UV (6 UV d'électifs de gestion et 1 UV de fondamental) dans le cursus de l'étudiant.

3 UVEI*, correspondant à 3 mois d'expérience internationale, seront validées sous réserve que l'étudiant valide au minimum 6 UV de cours durant le trimestre (sauf si l'étudiant obtient une note de 0/20, auquel cas aucune UVEI ne lui sera validée) et sous réserve que les livrables requis aient été réalisés et que l'étudiant valide la soutenance ayant lieu en fin de trimestre.

Le projet entrepreneurial réalisé d'avril à juin permet la validation, au choix de l'étudiant, de :

- 2 UV et 3 UVEI* (2 UVEI* si la *learning expedition* n'est pas réalisée)
- ou*
- 1 UV + 2 mois d'expérience professionnelle et 3 UVEI* (2 UVEI* si la *learning expedition* n'est pas réalisée)

*Conformément aux règles de l'ESSEC, les étudiants de nationalité marocaine et les étudiants ayant obtenu un diplôme d'études supérieures au Maroc ne pourront pas se voir attribuer d'UVEI.

Contact : Chantal DEFAIX, Service de la Mobilité Étudiante & des Partenariats :defaix@essec.edu

Entrepreneurship track / Filière Entrepreneuriat

Coordination : Jan LEPOUTRE, ESSEC Professor

Assistant : Ana Gutierrez – gutierrez@essec.edu – 01.34.43.28.17 – Management Department

Key objectives:

Number of compulsory courses	3
Awarding	3 UV
Number of elective courses	2
Awarding	2 UV
Total number of credits to validate the track	5 UV

The Entrepreneurship track has several objectives:

To build the community of people with whom you can share an interest for entrepreneurship

To offer an environment in which you can develop your entrepreneurial skills and knowledge

To combine learning by doing, trial-and-error and practical exercises with theoretical and expert guidance to make sense of entrepreneurial experiences.

In order to meet these objectives, students taking the Entrepreneurship track will have to complete the following courses and experiences:

■ Program

- **Compulsory courses** to be taken by all entrepreneurship track students
 - 1 introductory course to Entrepreneurship among:
 - MGTE31360 Entrepreneuriat
 - or MGTE31361 Entrepreneurship
 - or MGTE31370 Entrepreneurship in Asia (Singapore)
 - or DEVE31210 Faire son business plan en Afrique
 - or DEVE31211 Entrepreneurship in Africa (Rabat)
 - or equivalent (to be validated by the track coordinator)
 - 1 application course among:
 - MGTE31362 Concevoir une entreprise
 - or MGTE31363 New Venture Design and Planning
 - MKGF31230 Crédit et financement 1
 - DEVE31268 Faire un business plan social
 - or equivalent (to be validated by the track coordinator)
 - A specialization course
 - MGTE31201 Advanced Steps in Entrepreneurship
- The **2 elective courses** from which can be chosen by entrepreneurship track students:
 - DEVE31200 Droit et entrepreneuriat
 - or DEVE31201 Law & Entrepreneurship
 - FINE31340 Capital investissement
 - or FINE31341 Entrepreneurial Finance and Private Equity
 - MGTE31282 De la start-up à la PME
 - MGTE31322 Retournement des Entreprises
 - MGTE31402 Intrapreneuriat

- or MGTE31403 *Intrapreneurship and Managerial Models*
 MGTE31404 *Entrepreneuriat e-Business*
 or MGTE31405 *e-Business Entrepreneurship*
 MGTE31409 *Cleantech Entrepreneurship and Innovation*
 or equivalent course (to be validated by the track coordinator)

Finally, in order to validate the Entrepreneurship track, we expect students to validate an entrepreneurial career **experience**. This career experience can consist of the following options and needs to be validated by the track coordinator:

- Being involved in one's own startup of at least 3 months. This can be, but is not required, within ESSEC's own student incubator.
- Validating an internship within a startup, intrapreneurship project or startup finance organization of between 3 and 6 months.

WHY ?

You want to develop your entrepreneurial skills and knowledges
 You want to become part of a community of ESSEC entrepreneurial people
 You want to have a selected and curated set of courses

<p>(1UV) Intro Entrepreneurship: "theory"</p> <p><u>Objective:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • What is entrepreneurship? • Entrepreneurial methods • Entrepreneurial dilemmas • Flavors of entrepreneurship • Fundraising <p><u>No prerequisites</u></p>	<p>(1UV) New Venture Design & Planning: "application"</p> <p><u>Objective:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Developing a real entrepreneurial project From idea to business case • Pitching and feedback • Learning by doing <p><u>No prerequisites</u></p>
---	---

(2UV) Electives:
 Cleantech / E-business / Agri-Food / ...
 Private equity & entrepreneurial finance / Law
 & Entrepreneurship Turnaround / Scale-up



<p>(1UV) Advanced Steps in Entrepreneurship: "specialization"</p> <p><u>Objective:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • More advanced knowledge beyond intro courses • Hands-on, connections with community <p><u>Prerequisites:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Having followed Entrepreneurship • New Venture Design & Planning 	<p>"Entrepreneurial Internship "</p> <ul style="list-style-type: none"> • Within startup / intrapreneurship / startup financing context
---	---

Innovation Entrepreneurship and Sustainability (Singapore)

Key Information on the track:

Duration of the track in Singapore	6 months (January-June)
Total number of credits (UV)	9 to 14 UV
Number of months spent abroad	6 months
Awarding	6 UVEI

"Global Innovation Index 2018 names Singapore the most innovative country outside of Europe. It ranked in the top 5 in all input pillars and gained top rank in Human capital and research. Known as the "Silicon Valley" of Asia, the city-state is the best place to understand innovation, entrepreneurship and sustainability and the track "Innovation Entrepreneurship & Sustainability" gives students the opportunity to attend innovative and cross-disciplinary curriculum that challenges business leaders to think beyond the current paradigms."

This track gives students the opportunity to attend both core courses (4 to 9 courses) and specialized courses (5 courses) to deepen their knowledge about the challenges and great opportunities of the region.

The track is offered from January to June at ESSEC Asia Pacific Campus in Singapore.

■ Program curriculum

The track is taught over 4 blocks of 5 weeks each.

● Core courses :

Students must attend at least 4 core courses over the 6-month period.

CPTC31125	Financial Accounting and Reporting
CPTG31149	Management Control
ECOI31143	Business Economics
FINE31123	Principles of Finance
IDSI31135	Managing IT in the Digital Age
MGTP31101	People and Organizations
MGTS31103	Strategy and Management
MKGM31129	Marketing Management
MOPI31203	Services Management and Marketing*
DEVE31201	Law and Entrepreneurship*

*These 2 courses are part of the 9th core course list. Students have to choose between one of them and cannot attend both.

● Specialized courses :

Students attend 5 specialized courses :

DEVE31270	Social Entrepreneurship
MGTE31370	Entrepreneurship in Asia
MGTM31201	Asian Culture and Society
MKGS31203	Digital Marketing Strategy
MOPI31201	Philosophy and Strategy of Responsible Innovation

- **Language courses:**

Mandarin courses, awarding up to 2 language UV, are available on an optional basis.

Beginner and Intermediate levels may be available subject to a minimum number of registrations per class

- **Study Trip (Pass/Fail):**

The Study Trip aims at giving a pedagogical dimension to the students' exposure to the region and to highlight experiential learning. Students will be asked to submit some work on their learnings (visits, meetings, experiences...) and will be evaluated. A pass grade is required to validate the track.

6 UVEI are awarded to students who validated the Study Trip and all the components of the track with no more than two failed classes (except if one course was failed with a 0/20 grade, in which case no UVEI is awarded).

Contact: Véronique FÉRÉ, Student Mobility Office, fere@essec.edu

More infos: MiM Program Center/Mobility in France and abroad

The ESSEC Ventures Incubator

Executive Director: Nicolas LANDRIN

Academic Director: Jan LEPOUTRE

Senior Incubator Officer: Delphine BEAU

Office Manager: Naima JEBBOURI

Contact: entrepreneurs@essec.edu – 01.34.43.30.71

Twitter: [@essecentures](https://twitter.com/essecentures)

Facebook: facebook.com/essecentures

Description

All students wishing to develop an entrepreneurial project can apply to the ESSEC Ventures Incubator at any time while being a student at ESSEC.

The student incubator is free of charge.

The project team must include at least one current ESSEC student (MiM, BBA, MBA and Specialized Master's Programs).

Demonstrate your motivation by answering the google form:

<https://goo.gl/forms/alQrxhTDN6HZftX2>

The incubator support depends on the development of your project. Our services offer may include:

- Office hours with the ESSEC Ventures team
- Coworking space dedicated to Entrepreneurs in CERGY
- Peer connection
- Premium perks (legastart, hubspot, aws...)
- « Student Entrepreneur » national label
- UVEPs validation or Internship in your startup
- Free hours of meeting with partners: Lawyers, accountants, IP counsels...
- Technical workshops

- Communication & Prototyping support
- Job & training offers promotion
- Entrepreneurs in Residence
- Business Angels in Residence
- Founders Factory Experts
- Seed fund eligibility

■ How to contact us

Two ways to contact the ESSEC Ventures team:

1) If your entrepreneurial project is already well thought, please use this form:

<https://goo.gl/forms/alQrxhTDN6HEZftX2> .

You will be invited for a video meeting shortly after that.

2) Should you have any questions or need any further information? Please feel free to send us a message: beau@essec.edu or jebbouri@essec.edu

Finance & Economics

Amundi Chair

Titulaire : Jocelyn MARTEL, professeur ESSEC

Assistante : Vanessa THOMAS – thomas@essec.edu – 01.34.43.37.74

La Chaire ESSEC – Amundi en Asset & Risk Management a pour objectifs :

- de favoriser la collaboration scientifique entre les chercheurs en finance de l'ESSEC et d'Amundi sur des thématiques liées à la gestion d'actifs et des risques (Asset & Risk Management) et plus spécifiquement à celles portant sur l'investissement responsable (ESG);
- de mettre en place d'un réseau académique sur le sujet de l'ESG ;
- d'offrir une série de séminaires de recherche à l'intention des collaborateurs et clients institutionnels d'Amundi ;
- d'organiser une conférence annuelle sur le thème de la Chaire ;
- d'offrir des bourses de doctorat à des étudiants en finance de l'ESSEC ;
- de mettre sur pied un cadre qui permette la supervision conjointe et le financement d'un étudiant de doctorat en finance de l'ESSEC qui souhaite compléter une thèse sur un sujet lié à la chaire.
- de diffuser des travaux de recherche académiques auprès de ces mêmes collaborateurs.

Corporate Finance in Asia Track (Singapore - Summer term)

Key Information on the track:

Duration of the curriculum in Singapore	1 term (July – Sept)
Total number of credits (UV)	5 UV
Number of months spent abroad	3 months
Awarding	3 UVEI

Important: the curriculum in Singapore validates only part of the Corporate Finance track. Additional courses and seminars must be validated on the campus in Cergy to complete the full track. For more details on these requirements, please refer to the Finance track section in this catalogue.

■ Program curriculum

The curriculum is taught over 2 blocks of 5 weeks each.

Students must validate the following courses:

- **Prerequisites before applying for the track in Singapore (2 mandatory core courses):**
FINE31123 Principles of Finance
or *FINE31124 Fondements de la finance*
or *CPTC31124 Informations comptables et financières*
or *CPTC31125 Financial Accounting and Reporting*

- **5 mandatory courses in Singapore :**

- CPTC31247 Financial Statement Analysis*
FINE31128 Corporate Financial Management
FINE31253 Mergers and Acquisitions
FINM31162 International Finance
FINM31165 Financial Markets

Students falling into one of these categories cannot apply to this track:

- Students who have already validated or are attending one of the courses offered in this track (the 5 courses must be taken in Singapore). Exception: students who have validated or are attending the course "Corporate Financial Management / Finance d'entreprise" OR "Financial Markets / Marchés financiers" are eligible but will not have priority in the selection process.
- Students who have already followed the Financial Markets track in Singapore. Only one of the two options (Corporate Finance or Financial Markets) can be followed in Singapore; the second option can be taken on the Cergy campus.

3 UVEI will be awarded to students who validate at least 5 of the 6 courses of the track (except if one course is failed with a grade of 0/20, in which case no UVEI will be awarded).

| **Contact:** Iulia INIGO, Student Mobility Office, inigo@essec.edu

Economics Track

Responsables : Gorkem CELIK et Estefania SANTACREU-VASUT, ESSEC professors

The goal of the economics track is to develop students' capacity for economic analysis at both microeconomic (consumer choice, firms' objectives, strategic interaction) and macroeconomic (public policy, growth, international finance) levels. The courses of the track combine a theoretical approach with empirical applications.

The track allows students:

- To comprehend the tools necessary for economic analysis.
- To signal this competence on the job market.
- To receive advice from the Economics faculty.

Two options are available for students applying for the track: **Applied Economics and Research**.

- Students following the **Applied Economics option** would have access to many fundamental economics courses such as labor economics, econometrics, international trade, money and banking, corporate governance, among others. These courses provide a solid training for a career as an economist either in the private sector (financial institutions, banks, insurance companies, consulting firms) or in the public sector (public administration, regulatory agencies, competition bureaus, market supervision authorities, ministries of economy and finance, central banks). This track can also be thought as a 'first step' for advanced studies in public administration (École Nationale d'Administration) and for academic research in economics.
- **The Research option** is advised for students wishing to specialize in economic research, either in the academic world, or in the research departments of large companies, financial

institutions, economic consulting firms, and international organizations such as the World Bank, IMF, OECD, ECB.

**The Economics Track proposes its students to join its group on LinkedIn
« ESSEC ECONOMICS GROUP ».**

1. Applied Economics option

Key information on the track:	
Required courses	1
Total	1 UV
Number of elective courses	5
Total	5 UV
Number of credits (UV) required to validate the track	6 UV

Students must validate :

- **1 Core course (compulsory) :**
 ECOI31142 Économie managériale
 or ECOI31143 Business Economics
- **5 courses to choose among the following:**

ECOA31123	Growth and Development
ECOA31129	Asian Economies (Singapore)
ECOA31157	Monnaie et Banque
ECOA31201	Labor Economics and Policy
ECOA31205	Environmental Economics
ECOA31226	Analyse de conjoncture
ECOA31303	Nobel Ideas in Economics
ECOI31253	International Economics
ECOI31260	Économie de la santé
ECOI31271	Game Theory
ECOI31302	L'Économie de marché au service de l'Homme ? Éclairage humaniste et religieux
ECOI31305	Business history
ECOI31307	Digital Economics
FINM31162	International Finance
IDSS31161	Introduction to Econometrics
IDSS31267	Financial Econometrics

It is possible to replace one of the elective courses with a research UV in economics under the supervision of a professor from the department, with the approval of the coordinators of the track.

The pre-requisite for acceptance to the Applied Economics option of the Economics Track is passing the following courses with a minimum grade of 10/20:

- **For AST students :**
 ECOI31080 Mise à niveau Microéconomie
 or ECOI31081 Refresher Course Microeconomics
 IDSS31081 Refresher Course Statistics

- **For ASC students**

ECOI21020	Microéconomie
or <i>ECOI21021</i>	<i>Microeconomics</i>
ECOA21030	Macroéconomie
or <i>ECOA21031</i>	<i>Macroeconomics</i>
<i>IDSS21021</i>	<i>Statistical Modeling</i>
or IDSS21030	Business Statistics and Analytics

Students interested in the Applied Economics option should prepare an application file consisting of a motivation letter, a CV and a transcript of grades.

This application file should be handed in at the secretariat of the economics department during the registration period and submitted online through ESSEC MiM Program Center.

Successful completion of the economics track requires passing the required courses of the track as well as five of the electives with a grade higher than or equal to 12/20.

2. Research Option

Key information on the track:

Required courses	12
Total	12 UV
Number of UVs to be obtained in order to validate the track	12 UV

The Research option allows students to follow all courses in the first year of the ESSEC PhD program in economics. The students following the research option can also obtain the degree Master Recherche Économie et Finance (M2) from University of Cergy-Pontoise (COMUE Université Paris-Seine) in addition to their Grande École degree. Depending on their performance, the students may continue their studies in the second year of the PhD in Economics at ESSEC or apply for international PhD programs.

The admission in the Research Option is subject to regulations of the ESSEC PhD program.

For more details, please see the program website.

The selection process takes place before the end of **April for the academic year that follows**.

Preparation of the application may require several weeks (GRE or GMAT scores, letters of recommendation, transcripts...).

After admission, an advisor from the economics department will advise the student in the design of his/her curriculum and provide help with the professional orientation. The requirements for the successful completion of the research option will closely follow the rules set for ESSEC research master programs. The validation of the curriculum will be done according to the rules set by the management for all MiM programs (research master).

For more information on the program: <http://www.essec.edu/en/program/phd-en/phd-program/phd-concentration/economics/>

Filière Finance

Responsable : Francis DECLERCK, professeur ESSEC

Contact : filierefinance@essec.edu – 01.34.43.37.08, département Finance

La filière Finance propose aux étudiants d'approfondir leurs connaissances dans le domaine en choisissant des cours selon la liste établie ci-après. La filière Finance offre 3 options (non exclusives).

Il est à noter que la validation de la filière est conditionnelle à la validation du séminaire éthique en finance (FING31402).

La filière est partenaire du CFA Institute (Chartered Financial Analyst).

Option 1: Finance d'Entreprise (8 UV) *

Option 2: Finance de Marché (8 UV) *

Option 3: Energy and Commodity Finance (8 UV)

**Cette option peut être partiellement complétée par une période à Singapour.*

Les étudiants doivent vérifier la liste des cours à valider qui y sont enseignés, selon l'option.

Liste des cours obligatoires et électifs sur le site :

https://sites.google.com/a/essec.edu/essec_finance-track/home

Option 1 - Finance d'Entreprise

		Informations clés :
Nombre UV de cours obligatoires		5 UV
Nombre UV de cours électifs		3 UV
Nombre d'UV au total		8 UV
Nombre de séminaire(s) obligatoires		1

Les étudiants doivent valider les conditions suivantes :

● **5 cours obligatoires (5 UV):**

- ou CPTC31246 Analyse des états financiers
- ou CPTC31247 *Financial Statement Analysis*
- ou FINE31123 *Principles of Finance*
- ou FINE31124 Fondements de la finance
- ou FINE31126 Finance d'entreprise
- ou FINE31128 *Corporate Financial Management*
- ou FINE31252 Fusions et acquisitions
- ou FINE31253 *Mergers and Acquisitions*
- ou FINE32218 *Mergers and Acquisitions*
- ou FINE31254 Evaluation stratégique et financière des entreprises
- ou FINE31417 *Firm Valuation and Value Creation*
- ou FINE32217 *Firm Valuation and Value Creation*

- **3 cours électifs (3 UV)** parmi la liste proposée suivante :

FINE31130	Gestion Financière court terme
FINE31235	<i>Equity and Debt Capital Markets</i>
FINE31340	Capital Investissement
ou FINE31341	<i>Entrepreneurial Finance and Private Equity</i>
FING31113	<i>Corporate Risk Management</i>
FING31115	<i>Energy and Commodity Markets and Products</i>
FING31421	<i>Finance Department Seminar</i>
FINM31162	<i>International Finance</i>
FINM31165	<i>Financial Markets</i>
ou FINM32100	<i>Financial Markets</i>
FINM31208	Finance immobilière
FINM31213	<i>Agri-food Commodity Markets</i>
FINM31260	Théorie du portefeuille et investissements
ou FINM31261	<i>Portfolio Theory and Investments Analysis</i>
ou FINM32225	<i>Portfolio and Investment</i>
FINM31270	Options
ou FINM31271	Options
FINM31273	<i>Fixed Income</i>
FINM32217	<i>Advanced Derivatives Markets</i>
FINM32407	<i>Financial Risk Management and Credit Risk Analytics</i>
FINS31351	<i>Financial Policy</i>
ou FINS31353	<i>Politique financière</i>
DEVD31132	Droit fiscal interne et international
DEVD31220	Droit bancaire et financiers
ou DEV31221	<i>Financial & Corporate Governance</i>
DEV31224	Droit des groupes et Gouvernance des entreprises
DEV31213	<i>International Business Law</i>
DEV31250	<i>Droit de l'ingénierie financière</i>
ou DEV31251	<i>Law and Corporate Finance</i>
DEVI31254	Investissements immobiliers
ou DEVI31255	<i>Real Estate Investments</i>
ECOA31123	<i>Growth and Development</i>
ECOA31226	<i>Analyse de conjoncture</i>
ECOA31157	<i>Monnaie et banque</i>
ECOI31271	<i>Game Theory</i>
IDSM31183	<i>Financial Mathematics</i>
IDSS31267	<i>Financial Econometrics</i>

- **Séminaire obligatoire :** FING31402 Séminaire éthique en finance.

Option 2 - Finance de Marché

Informations clés :

Nombre UV de cours obligatoires	5 UV
Nombre UV de cours électifs	3 UV
Nombre d'UV au total	8 UV
Nombre de séminaire(s) obligatoires	1

- **5 cours obligatoires (5 UV) :**

- FINE31123 *Principles of Finance*
 ou FINE31124 Fondements de la finance
 FINM31165 *Financial Markets*
 ou FINM32100 *Financial Markets*
 FINM31260 Théorie du portefeuille et investissements
 ou FINM31261 *Portfolio Theory and Investment Analysis*
 ou FINM32225 *Portfolio Theory and Investment Analysis*
 FINM31270 Options
 ou FINM31271 *Options*
 FINM31273 *Fixed Income*

- **3 cours électifs (3 UV)** parmi la liste proposée en page 250

- **Séminaire obligatoire :** FING31402 Séminaire éthique en finance.

Option 3 – Energy and Commodity Finance

Informations clés :

Nombre UV de cours obligatoires	5 UV
Nombre UV de cours électifs	3 UV
Nombre d'UV au total	8 UV
Nombre de séminaire(s)	1

- **5 cours obligatoires (5 UV) :**

- FINE31123 *Principles of Finance*
 ou FINE31124 Fondements de la finance
 FING31113 *Commodity Risk Management for Corporates*
 FING31115 *Energy and Commodity Markets and Products*
 FINM31213 *Agri-food Commodity Markets*
 FINM31165 *Financial Markets*
 ou FINM32100 *Financial Markets*

- **3 cours électifs (3 UV)** parmi la liste proposée en page 250

- **Séminaire obligatoire :** FING31402 Séminaire éthique en finance.

Structure et fonctionnement

▪ L'admission

Pour s'inscrire à la filière Finance, les étudiants doivent avoir validé le cours fondamental *FINE31123/FINE31124 (Principles of Finance/Fondements de la finance)* avec une note de 12/20 au minimum et ce pour toutes les options.

Un étudiant n'ayant pas validé le cours *FINE31123/FINE31124 (Principles of Finance / Fondements de la finance)* lors de sa première inscription n'est pas éligible à la filière finance et cela indépendamment de sa note lors d'inscriptions ultérieures.

Un étudiant peut s'inscrire, suivre et valider plusieurs options de la filière Finance.

Pour de plus amples renseignements sur la filière à Singapour et sur le processus de sélection, voir notre site https://sites.google.com/a/essec.edu/essec_finance-track/home

L'inscription à la filière Finance se fait en ligne directement via MiM Program Center.

▪ La validation

Une fois tous les cours requis validés dans l'une ou l'autre option, l'étudiant est certifié par le département Finance dans l'option choisie. La validation de la filière Finance est mentionnée dans le supplément au diplôme de l'étudiant.

Le partenariat avec le CFA Institute

La filière est partenaire du CFA Institute, ce qui signifie que 70 % du corpus des connaissances demandées pour préparer les examens du programme CFA Institute sont couverts.

Dans le cadre de ce partenariat, les meilleurs étudiants de la filière bénéficient également de bourses (15 en 2018, 17 en 2019, 17 en 2020) permettant la prise en charge de près de 80 % du coût

de la formation (offre des livres préparant aux examens, couverture partielle des coûts de présentation aux examens du CFA, possibilité de participation aux conférences et formations organisées par le CFA Institute).

Pour plus d'informations, filierefinance@essec.edu – 01 34 43 37 08

Le CFA Institute



Le CFA Institute est une association professionnelle globale créée il y a soixante ans.

Le CFA Institute administre la certification CFA (Chartered Financial Analyst), reconnue comme un standard d'excellence mondiale. Le CFA Institute développe un programme et organise un examen en 3 niveaux à l'échelle mondiale et qui délivre une certification professionnelle partagée aujourd'hui par 95 000 membres dans 135 pays.

Plus d'informations sont disponibles sur le site du CFA Institute : www.cfainstitute.org

Fintech in Asia Track

Key Information on the track:

Duration of the curriculum in Singapore	3 months (January-March)
Total number of credits (UV)	6 UV
Number of months spent abroad	3 months
Awarding	3 UVEI

Important: the curriculum in Singapore validates only part of the Fintech track. Additional courses and the ethic seminar in finance must be validated on the campus in Cergy to complete the full track. For more details on these requirements, please refer to the Finance track section in this catalogue.

■ Program curriculum

MiM students have the opportunity to validate part of the Fintech track in Singapore by joining courses of the Master in Finance.

Students must validate the following courses:

- **Prerequisite before applying for the track in Singapore (1 mandatory course):**
FINE31123 *Principles of Finance*
or FINE31124 *Fondements de la finance*

- **Prerequisites before studying in Singapore (2 mandatory courses):**
FINM31165 *Financial Markets*
or FINM32100 *Financial Markets*
IDSI31137 *Python Programming for Business*

- **3 mandatory courses in Singapore (3 UV):**

- **3 mandatory courses in Singapore (3 UV):**
- FINM32407 *Financial Risk Management and Credit Risk Analytics*
- FINM32417 *Digital Financial Platforms and Fintech*
- IDSS31165 *Business Data Science*

- **Elective courses in Singapore (3 UV to choose from the following list):**

- **Elective courses in Singapore (3 UV to choose from the following list):**
- IDSS32202 *Financial Econometrics (1UV)*
- FINM32219 *Commodity Markets and Energy Products (1UV)*
- FINM32505 *ESG Investing (0.5 UV)*
- FINM32411 *Alternative Assets (0.5 UV)*
- FINM32221 *Fixed Income (1UV)*
- FINM32225 *Portfolio Theory and Investment Analysis (1UV)*
- FINM32217 *Advanced Derivatives Market (1UV)*

Students falling into the following category cannot apply to this program:

- Students who have already followed the Corporate Finance track in Singapore. Only one of the two options (Corporate Finance or FinTech) can be followed in Singapore; the second option can be validated on the Cergy campus.
- Students who have already validated (or are in the process of validating) the 3 mandatory courses of the track. All 3 courses must be followed in Singapore.

3 UVEI will be awarded to students who validate at least 5 of the 6 courses of the track (except if one course is failed with a grade of 0/20, in which case no UVEI will be awarded).

Contact: Véronique FÉRÉ, Student Mobility Office, fere@essec.edu

More infos: MiM Program Center/Mobility in France and abroad

Financial Market in Asia Track

Key Information on the track:

Duration of the curriculum in Singapore	3 months (January-March)
Total number of credits (UV)	5 UV
Number of months spent abroad	3 months
Awarding	3 UVEI

Important: the curriculum in Singapore validates only part of the Financial Markets track. Additional courses and seminars must be validated on the campus in Cergy to complete the full track. For more details on these requirements, please refer to the Finance track section in this catalogue.

Program curriculum

MiM students have the opportunity to validate part of the Financial Markets track in Singapore by joining courses of the Master in Finance. The curriculum is taught over 2 blocks of 5 weeks each.

Students must validate the following courses:

- Prerequisite before applying for the track in Singapore (1 mandatory course):**

or *FINE31123 Principles of Finance*
 or *FINE31124 Fondements de la finance*

- Prerequisites before studying in Singapore (2 mandatory courses):**

or *FINM31165 Financial Markets*
 or *FINM32100 Financial Markets*
 or *FINM31270 Options*
 or *FINM31271 Options*

- 2 mandatory courses in Singapore (2 UV):**

FINM32221 Fixed Income
FINM32225 Portfolio Theory and Investment Analysis

- Elective courses in Singapore (3 UV to choose from the following list):**

FINM32217 Firm Valuation and Value Creation (1 UV)
FINM32217 Advanced Derivatives Markets (1 UV)
FINM32219 Commodity Markets and Energy Products) (1 UV)
FINM32407 Financial Risk Management and Credit Risk Analytics (1 UV)
FINM32411 Alternative Assets (0,5 UV)

The students falling into this category cannot apply to this program:

- Students who have already followed the Corporate Finance track in Singapore. Only one of the two options (Corporate Finance or Financial Markets) can be followed in Singapore; the second option can be validated on the Cergy Campus.
- Students who have already validated (or are in the process of validating) one of the 2 mandatory courses of the track (both should be followed in Singapore).

3 UVEI will be awarded to students who validate at least 5 of the 6 courses of the track (except if one course is failed with a grade of 0/20, in which case no UVEI will be awarded).

Contact: Véronique FÉRÉ, Student Mobility Office, fere@essec.edu

More infos: MiM Program Center / Mobility in France and abroad

Health & Food

Food Business Challenges Chair

Chair Holders: Frédéric OBLE, ESSEC Professor, Marketing Department – Olivier FOURCADET, ESSEC Professor, Management Department

Coordinator: Chantal NEVEU – neveu@essec.edu – 01 34 43 37 38

IMPORTANT: The chair can be followed entirely in English

Key information on the chair:

Duration of the chair curriculum	1 academic year
Number of mandatory courses	5
Awarding	5 UV
Number of elective courses	2
Awarding	2 UV
Total number of credits (UV) required for the Chair graduation	7 UV

■ Objectives

Transition for Food and Earth

The **Food Business Challenges Chair** provides managerial skills specific to the agri-food industry and services. In this industry managers must nowadays learn how to navigate many complex issues (sustainable development, nutrition and health, resources, marketing, etc.). They will face deep transformational challenges associated with globalization - locavore model, digital technology, genetics, societal challenges or the agility of the new FoodTech startups. Such challenges require a strong capacity to "embrace" the future, to innovate and to develop new business models.

The chair is designed to help participants develop their ability to:

- Plan for the future and to redesign the food ecosystem
- Understand the local ad international ecosystems
- Confront the varied and interconnected issues of transformation

If you want to join the agri-food and service companies, the chair helps you become the transformational manager companies are looking for. Positions are available in Marketing & Trade, Operations (Purchasing & Supply Chain), Finance & Control, Projects Management, Innovation Management, and also in various types of companies: AgriFood Industry (BtoC / BtoB, FMCG / Luxury /Health sectors), Retailers, Hospitality, FoodTech, Consulting, ...

■ Chair curriculum

The chair curriculum includes the mandatory courses, the elective courses, the chair seminars, the seminars series "Rethinking the Future of Food", a professional experience (internship...) and others activities.

The chair students must follow and validate:

- 3 mandatory courses:**

- MGTS31403 Design Thinking for Food Transition*
MGTS31411 Smart Technologies for Food Business
MKGS31215 Understanding the Food Consumer in the 21st century

- 2 Chair Seminars reserved to students admitted in the chair:**

- MKGS31431 Building Scenarii for the Future of Food*
MKGS31441 Insights on Food Challenge

- 2 elective courses among**

- FINM31213 Agri-Food Commodity Markets*
MGTE31402 Intrapreneuriat
MGTE31403 Intrapreneurship & Managerial Models
MGTS31401 Agri-Food Sustainable Development
MKGF31218 Stratégies et nouveaux défis de la distribution
MKGM31301 Workshop-Hackathon "A Journey to Better Nutrition"

| **Mandatory monthly seminars:**

T2 & T3 - Webinars Series “Rethinking the Future of Food”

With this Distinguished Speaker Series, The Food 2.0 LAB & ESSEC are pleased to welcome world's leading food scholars, chefs, scientists and artists representing academia, NGOs, regulators bodies and food organizations, to redefine the scope of food and the meaning of food innovation through a series of seminars.

| **Professional experience:**

Students must complete a 6-month internship within a company linked to the agri-food sector.

| **Other activities:**

Study Trip: students will participate in the annual study trip.

Events: The chair will be organizing events for the students with the Chair partner's such as visits, conferences, debates, etc. Participation in these events is mandatory.

Relationship with partners:

Axéréal is one of the leading French cereal cooperative groups specialized in the cultivation and processing of cereals for the brewing, baking and livestock markets. Axéréal brings together 12,700 farmers and 4,000 employees and has a turnover of around 3 billion euros. As the leading collector of sustainable cereal raw materials, Axereal contributes to a quality food offer and has the ambition to become The sustainable agricultural cooperative. Internationally established, Axereal operates in 21 countries.

Lesaffre, a world leader on the market of yeast and fermentation, designs, produces and provides innovative solutions for panification, taste & food enjoyment, well-being & health and biotechnology. A family group, born in the North of France in 1853, today multi-local and multicultural, Lesaffre is committed to undertaking with confidence to better nourish and protect the planet. Close to its customers and partners, Lesaffre employs 10,500 people in 80 subsidiaries in more than 50 countries. Lesaffre has a turnover of 2 billion euros.

The Bel Group is one of the world leaders in the branded cheese sector and a major player in the healthy snacking segment. Its products portfolio with some international brands such as the Laughing Cow enabled it to achieve a turnover of €3.3 billion in 2018. 12,600 employees in 32 subsidiaries worldwide contribute to the Group's mission: to promote healthier and more responsible eating for all. Its products are distributed in nearly 130 countries.

METRO is the leading supplier of independent catering in France. METRO France offers to all independent restaurateurs and retailers a global offer combining the supply of food products from ultra fresh to dry, and their complements in equipment and services. Its 9,000 employees put their expertise at the service of 400,000 professionals every day. The company's vision is to "Enable everyone to have access to authentic, healthy, tasty and responsible food and catering" in order to meet the greatest challenges of tomorrow's catering industry.

■ Application Process:

Targeted audience: 30 students selected among students from Grande Ecole program and Advanced Masters such as Marketing Management & Digital, Gestion des Achats Internationaux & Supply Chain, Entrepreneur.

Registration will start at the beginning of T1. The selection process will be such as:

- The student has to fill in an application form online beginning of T1.
- The jury (companies partners representatives and chair holders) will receive and evaluate the application file.
- Shortlisted candidates may then be invited to an interview with companies partners representatives.

■ Contact for more information: foodchair@essec.edu

Chaire Innovation et Santé Option Systèmes de Santé

Professeur titulaire : Karine LAMIRAUD, Professeur d'Economie, ESSEC Business School

Assistante : Suzanne GAUDET – gaudet@essec.edu – 01.34.43.36.66

<https://sites.google.com/a/essec.edu/chaire-innovation-sante/>

Informations clés sur la chaire :

Durée du cursus de la chaire	1 trimestre
Nombre de séminaire(s) de chaire obligatoire(s)	3 (T2)
Rapportant au total	3 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour être diplômé de la chaire	3 UV

■ Introduction et Objectif

La Chaire Innovation et Santé est une chaire d'enseignement et de recherche.

La chaire a pour objectif pédagogique de former des dirigeants d'entreprises capables de :

1. Comprendre la finalité des systèmes de santé, leurs complexités et leurs contraintes socio-économiques
2. Prévoir et utiliser les innovations en Santé

3. Développer la pensée systémique du manager pour l'analyse de l'environnement, l'anticipation des conséquences, et la sécurisation de l'action (compétence par la transversalité).

La chaire propose deux options de 75 heures de cours chacune : une option sur les systèmes de santé et le marketing de la santé (en français) et une option sur le thème de l'Innovation en Santé (en anglais).

La chaire développe également des programmes de recherche sur les facteurs explicatifs des coûts de la santé et de la diffusion de l'innovation en santé, les méthodes d'évaluation des stratégies de santé, la concurrence en assurance santé, l'utilisation des méthodes de big data pour l'analyse des données d'assurance santé, les choix effectués par les patients dans les systèmes de santé.

La Chaire est devenue un lieu académique d'excellence pour tous les acteurs de l'écosystème santé. Le secteur de la santé joue un rôle essentiel dans notre économie, que ce soit au niveau de l'industrie pharmaceutique et du matériel médical, au niveau des organisations prestataires de soins, ou encore des organismes de financement et de prise en charge des dépenses de santé.

Afin de mieux répondre aux besoins du marché et de mieux préparer la carrière des étudiants souhaitant s'orienter dans ce domaine, l'ESSEC a créé la chaire « ESSEC Santé », devenue Chaire Innovation et Santé, qui associe dans un même intérêt industriels, institutions du secteur de la santé et le potentiel de l'ESSEC.

La Chaire a 2 partenaires principaux : Sanofi Genzyme et la Fondation MGEN.

Elle est également soutenue par plusieurs entreprises et institutions du secteur de la santé.

■ Programme d'enseignement de l'option « systèmes de santé »

Deux UV sont consacrées à l'analyse de la régulation économique des systèmes de santé (analyse du fonctionnement des systèmes d'assurance, de l'accès au marché pour les médicaments et les dispositifs médicaux, des stratégies de pricing en France et dans d'autres marchés). Une 3^{me} UV apporte une formation spécialisée au marketing des produits pharmaceutiques et des dispositifs médicaux.

Cursus santé : Il est possible de suivre le cursus santé qui regroupe les enseignements des deux options de la Chaire (75 heures de cours chacune) : une option sur les systèmes de santé et le marketing de la santé (en français) et une option sur le thème de l'Innovation en Santé (en anglais), sous réserve d'être admis après entretien dans chacune des deux options. Il est nécessaire de candidater en ligne auprès de chaque option.

• 2 séminaires obligatoires

Les étudiants doivent suivre, au cours du T2, les 2 séminaires de chaire dont l'un est enseigné en 2 parties :

- SANT31421 Systèmes de santé (1/2)
- SANT31422 Systèmes de santé (2/2)
- SANT31423 Marketing des produits pharmaceutiques

Ces séminaires sont réservés exclusivement aux étudiants admis à l'option Systèmes de Santé de la chaire Innovation et Santé.

■ Expérience professionnelle

De nombreuses offres sont proposées aux étudiants qui ont la possibilité d'effectuer un stage ou un contrat d'apprentissage, notamment au sein des entreprises et institutions partenaires de la chaire mais également dans d'autres entreprises du secteur.

Régulièrement des entreprises viennent se présenter aux étudiants de la chaire afin d'exposer leurs activités, leurs spécificités et de rencontrer les candidats potentiels pour des stages ou des emplois. Un CV book, rassemblant les Curriculum Vitae des étudiants inscrits, est réalisé chaque année. Il est envoyé à diverses entreprises du secteur de la santé.

Autres activités de la chaire

Les étudiants participent aux différentes activités de la chaire : conférences-débats organisés avec les sponsors; conférences des Amphis de la Santé organisées en partenariat avec l'ACIP (Association des Cadres de l'Industrie Pharmaceutique) et le Quotidien du Médecin ; études et travaux de recherche initiés par le professeur titulaire de la chaire ou lancés à l'initiative des entreprises.

Procédure de recrutement

Les étudiants sélectionnés pour participer à cette chaire ont un intérêt marqué pour ce secteur. Ils développent des liens privilégiés avec les entreprises et organisations qui parrainent la chaire. Une trentaine d'étudiants peuvent être admis à suivre les cours de la chaire.

Une présentation est effectuée par le professeur titulaire fin septembre.

Les étudiants intéressés doivent compléter un dossier de candidature en ligne avant fin septembre; Puis, ils passeront un entretien de sélection courant octobre.

Innovation and Health Chair Innovation in Health Option

Chair holder: Karine LAMIRAUD, Professor of Economics, ESSEC Business School

Assistant: Suzanne GAUDET – gaudet@essec.edu – 01.34.43.36.66

<https://sites.google.com/a/essec.edu/chair-health-innovation/>

Key information on the chair:

Duration of the Chair curriculum	1 trimester
Number of mandatory Chair seminar(s)	3 in T2
Credits	3 UV
Total number of credits (UV) required for the Chair graduation	3 UV

Introduction and objectives

The Innovation and Health Chair is a teaching and research chair. The Chair's educational objective is to train business leaders capable of:

1. Understanding the purpose of health systems, their complexities and their socio-economic constraints
2. Forecasting and using innovations in Health
3. Developing the manager's systemic thinking for the analysis of the environment, anticipation of the consequences, and securing the action (competence through transversality).

The Chair offers two options (75 hours track each): one option dedicated to health care systems and marketing of health care industries and one option dedicated to the innovation in the health care sector.

The Chair also develops research programs on the explanatory factors of health costs and the diffusion of health innovation, the methods of evaluating health strategies, the competition in

health insurance, the use of big data methods for the analysis of health insurance data, the choices made by patients in health systems.

The Chair has become an academic place of excellence for all actors in the health ecosystem.

The Chair is sponsored by 2 partners: Sanofi Genzyme and the MGEN Foundation. It is also supported by several companies and institutions of the Health sector.

Chair curriculum of the Innovation Option

Chair students must validate three-courses:

- SANT31425 Different types of innovation*
- SANT31427 Different dimensions of health innovation*
- SANT31429 Industries /actors in health innovation*

At the crossroads of pharmaceuticals, medical devices and hospital organizations, the Chair develops a pragmatic, action-learning approach based on real-life case studies, role playing and negotiation workshops. On completion of the sessions, participants have the skills to sponsor a project in an entrepreneurial spirit, build a strategic action plan, value innovation, negotiate and win the support of others.

Each year, the Chair organizes visits to biotech and medtech firms, offering students an inside glimpse of the industry and its challenges, from lab bench to production sites. Team projects are led in tandem with managers of partner companies. Through real-world problems and creative solutions, the Chair's vocation is to ignite fires, not fill vessels. The Chair seminars are taught in English. They are scheduled in T2, from January to the beginning of April (75 hours).

Health track: It is possible to attend the Health track which offers the teachings of the two options of the Chair (75 hours of lessons each): one option on health systems and health marketing (in French) and one option on Innovation in Health (in English).

The complementarity of both options creates unparalleled synergies for participants, offering them a 360° view of the challenges in the health industry.

In that case, students should apply online to both options during their curriculum at ESSEC, subject they are admitted after an interview.

Fully integrated in the ESSEC curricula, the Innovation in Health option selects high-potential students each year who wish to work in healthcare organizations, representing close to a dozen different nationalities.

Selection is based on academic excellence and the maturity of the student's career plan.

A scientific background is not a prerequisite.

Professional experience

Apprenticeship, internships, VIE, fixed-term or openended work contracts are offered to students throughout the year. To graduate from the Chair, students must complete a 6-month professional experience in the health sector at large.

Certain previous professional experiences may be validated.

Today, more than 1 100 graduates work in some 15 countries across the world. Two years after graduating, they work, mainly in biotech, medtech and pharmaceutical companies. They hold positions in public affairs, market access, international marketing, project management, business development, finance, internal audit and sustainable development.

Others work for hospital groups, consulting firms, investment funds, NGOs, create their own

company or join international organizations such as the World Bank, the United Nations or ministries of health.

■ **Talent diversity**

Passionate, hard-working and creative, our students wake up each morning with the hope of playing a part in building a better world.

Each year? this option selects some 25 participants.

In addition to PhDs in life sciences, medical students and pharmacists, we welcome engineers, law school students, economists and other humanities graduates.

They come from various ESSEC programs including master in management, doctoral programs, specialized master programs, as well as university exchange programs.

■ **Research activities**

The Chair focuses its research on the diffusion of innovation (identification of determinants of innovation such as the organization of the health care system, medical research, user innovation...), the impact of innovation on the society (e.g. impact on health care costs), the pricing and value of innovation.

Its publications are at the crossroads of such disciplines as industrial economics, hospital management, medico-economics and health policy.

■ **Selection process**

Over the years, the Chair has developed a selective recruitment procedure involving its industrial partners. The admission process is based on an application on line and an interview.

Interviews take place in October. The jury is composed of two members including the Chaired professor and a senior executive from the industry. For each candidate, two evaluation reports are taken into account in the final decision. Results are available before the end of October. Jury decisions are not commented or debriefed.

The admission is effective for the current year: it cannot be postponed. A Chair presentation is organized at the end of September.

FAQ are posted online:

<https://sites.google.com/a/essec.edu/chair-health-innovation/seminars/faq>

■ **Organization and attendance**

Sessions are organized from January to the beginning of April. Full attendance is required for every Chair activity, from classes to conferences, visits, graduation ceremony, etc. Unjustified absences or late arrivals are penalized.

ESSEC Sports Chair

Chair Holder: Karoline STRAUSS, ESSEC Professor, Management Department
Executive Director : Germain TERREAUX
Coordinator: Julien BEKONO, bekono@essec.edu
Contact: chairsport@essec.edu

IMPORTANT: The chair is entirely in English

Key information on the chair:

Duration of the chair curriculum	1 academic year
Number of Chair Seminar	1
Awarding	1 UV
Number of mandatory courses	2
Awarding	2 UV
Number of elective courses	2
Awarding	2 UV
Group research Project	1
Awarding	1 UV
Total number of credits (UV) required for the Chair graduation	6 UV

Spécialisations
Specializations

■ Objectives

The ESSEC Sports Chair trains future leaders in sports business and provides them with an understanding of sport as a complex global industry with multiple stakeholders, and of current trends such as new funding models, digital, and e-sports. The Chair also develops future leaders across different industries through “lessons learned” from sport, ranging from the development of individual strengths and values to the effective leadership of groups and teams. Its aim is to become a think tank on the subject of sports management, to create a research community, and produce high-level academic and applied research. ESSEC Sports Chair’s partners: Allianz, EDF, Paris Saint-Germain FC and the Federation Française de Basketball (FFBB)

■ Chair curriculum

The chair curriculum includes a Chair seminar, the mandatory courses, the elective courses, a group research project, and other activities.

To complete this Chair, participants must follow:

- **1 Chair seminar**

MKGS31495 Key Dynamics in the Global Sports Ecosystem

- **2 mandatory courses :**

MGTP31217 Leadership

MKGS31485 Economy, Governance and Organization of International Sport

- **2 elective courses to be taken among**

CPTG31222	Piloter plans et projets
or CPTG31223	<i>Managing Plans and Projects</i>
DEV31112	Les enjeux de l'économie sociale et solidaire
DEVN31140	Atelier de négociation
or DEVN31141	<i>Negotiation Workshop</i>
FINE31417	<i>Firm Valuation and Value Creation</i>
or FINE32217	<i>Firm Valuation and Value Creation</i>
MKGC31112	Etudes en marketing
or MKGC31113	<i>Marketing Research</i>
MKGC31125	Comportement du consommateur
or MKGC31126	<i>Consumer Behavior</i>
MKGS31124	Stratégies Marketing BtoB
or MKGS31125	<i>B2B Marketing Strategies</i>
MGKS31203	<i>Digital Marketing Strategy</i>
or MKGS31204	Stratégie de marketing digital
MKGS31481	<i>Sport Marketing: the Organizer's Point of View</i>
MKGS31487	<i>Marketing Through Sports: Analysis of Company Perspective</i>
MGTM31212	Gestion des ressources humaines
or MGTM31213	<i>Human Resource Management</i>
MGTP31204	Ethique et décision
or MGTP31205	<i>Ethics and Decision-making</i>
MGTS31261	<i>International Strategy & Management</i>
MOPI31203	<i>Services Management & Marketing</i>
or MOPI31204	Management et marketing des services

Research activities

Starting in T2 students will be allocated to groups in which they work with the chair partners on a specific issue/challenge that the company or its stakeholders are facing. Students will apply their theoretical knowledge and experience to practice. Students will have to present their findings and recommendations to the company and write a report.

Please consult the Chair's website for further information on the program.

Other activities:

Events: The chair will organize events for students with the Chair partner's such as visits, conferences, etc. Participation in these events is mandatory.

■ Application Process:

Targeted audience: 30 students.

To apply, students will have to fill in an AOL (Application OnLine) as a first step. Further details on the recruitment procedure are available on the Chair's website.

■ Contact for more information: chairsport@essec.edu

Business Analytics Methods Track

Referent: Laurent ALFANDARI, ESSEC Professor

Assistant: Melissa BAGRI – bagri@essec.edu – 01.34.43. 37.97, IDS department

Key information on the track:

Number of mandatory courses	4
Awarding	4 UV
Number of elective courses	2
Awarding	2 UV
Total number of credits (UV) required for the Track graduation	6 UV

■ Objectives

The Business Analytics Methods (B.A.M) track is **methodology-oriented**. It provides models and methods for descriptive, predictive and prescriptive analytics, hence covering all stages of decision-making. It is designed for ESSEC students who have a strong mathematical background and who wish to apply their analytic skills to business decisions during their professional career. As the economic environment is more and more complex with increasing number of dimensions, parameters, products, customer segments, business units or rules involved in decision-making, companies search for high-potential business school graduates who combine managerial skills and rigorous quantitative techniques to face complexity, properly analyze data and optimize decision-making (planning, sizing, pricing...). Moreover, statistical models and risk-management techniques give the manager a valuable asset to face increasing uncertainty of markets and environment. The B.A.M track will be **useful to general managers and consultants**, as well as to ESSEC students who wish to start their career by a position of **business analyst or data scientist**. The Business Analytics Methods track **focuses on quantitative models and methods**, contrary to the Accenture Strategic Chair Business Analytics which is more application-oriented.

■ Courses

▪ 4 mandatory courses:

- IDSD31113 Decision Analytics*
- IDSS31161 Introduction to Econometrics*
- IDSS31165 Business Data Science*
- IDSD31375 Quantitative Risk Management - Application in Finance*

▪ 2 elective courses among:

- CPTG31212 Gestion stratégique des coûts
or CPTG31213 Strategic Cost Management
- FINM31260 Théorie du portefeuille et investissements
or FINM31261 Portfolio Theory and Investment Analysis
- or FINM32225 Portfolio Theory and Investment Analysis
- IDSI3137 Python programming for Business
- IDSI31210 Programmation VBA
- or IDSI31211 VBA Programming
- IDSI31224 Langage C
- IDSI31400 Analyse prédictive avec SAS
- or IDSI31401 SAS Tools with Predictive Analytics

- IDSM31183 Financial Mathematics: Probability in Finance*
IDSS31201 Forecasting & Predictive Analytics
IDSS31267 Financial Econometrics
MKGF31221 Marketing Analytics
MOP031212 Pilotage Supply chain: outils appliqués
 or *MOP031213 Supply Chain Analytics and Tools*

Filière Management des Opérations

Co-responsables : Philippe-Pierre DORNIER (Cergy) et Professeur Xavier PAVIE (Singapour), professeurs ESSEC

Assistante : Jennifer RODRIGUES DA SILVA - rodriguesdasilva@essec.edu – 01.34.43.32.08

Informations clés sur la filière :

Nombre de cours obligatoire(s)	4
Rapportant au total	4 UV
Nombre de cours électif(s)	2
Rapportant au total	2 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour valider la filière	6 UV
Stage obligatoire dans un des domaines de la filière	3 mois min.
Rapportant au minimum	1 UVEP

Tant dans le domaine des services que dans celui de la distribution ou de l'industrie, que ce soit dans les domaines BtoC ou BtoB, les entreprises donnent une place privilégiée aujourd'hui à la gestion des opérations (conception, innovation, achat, production, distribution, soutien, relation et service client ...). Elle devient de plus en plus un moyen indispensable pour créer des avantages compétitifs.

La filière Management des Opérations est ouverte aux étudiants qui souhaitent acquérir une compétence approfondie dans les domaines du management des opérations. Elle doit notamment leur permettre de participer, tant sur le plan stratégique qu'opérationnel, à l'essor d'activités de conception de produits ou de processus, de production, de distribution physique, de gestion de la qualité, de gestion des risques, d'achat et d'approvisionnement, gestion des services, de gestion des processus d'innovation, de gestion des supply chains et des opérations durables, etc.

La filière Management des Opérations contribue ainsi au développement de compétences transversales pour un management intégré et efficient des ressources physiques et intangibles de l'entreprise.

La filière s'adresse aux étudiants qui souhaitent :

- Suivre une carrière de management dans une fonction opérationnelle dans une grande entreprise, comme par exemple le supply chain management, la gestion de qualité, les achats, la gestion de technologie, la logistique, la relation et le service client...
- Acquérir des compétences profondes dans la gestion des opérations afin de créer leurs propres entreprises dans ce domaine.

Les étudiants ont la possibilité de suivre les cours de la filière MOP à Cergy ou de les suivre en partie à Singapour lors d'un trimestre (T1).

■ Programme d'enseignement

Les étudiants sont tenus de suivre :

- **4 cours obligatoires, à choisir parmi les cours suivants :**

	<i>MOP131201 Philosophy and Strategy of Responsible Innovation</i>
ou	<i>MOP131202 Philosophie et stratégie pour l'innovation responsable</i>
	<i>MOP131203 Services Management & Marketing</i>
	<i>MOP131207 Operations and Technology Management</i>
	<i>MOP031212 Pilotage de la Supply Chain : outils appliqués</i>
ou	<i>MOP031213 Supply Chain Analytics and Tools</i>
	<i>MOPP31100 Management Supply Chain : stratégie et organisation</i>
ou	<i>MOPP31101 Supply Chain Management: Strategy and Organization</i>
	<i>MOPP31105 Operations Management</i>
	<i>MOPP31231 Purchasing and Procurement Management</i>
	<i>MOPP31232 Gestion de projet</i>
	<i>MGTM31356 Management d'innovation</i>
ou	<i>MGTM31357 Innovation Management</i>

- **2 cours électifs parmi :**

Les autres cours du département Management des Opérations mentionnés ci-dessus ou les cours ci-dessous :

	<i>CPTG31222 Piloter plans et projets</i>
ou	<i>CPTG31223 Managing Plans and Projects</i>
	<i>IDSD31375 Quantitative Risk Management</i>
	<i>MKGS31124 Marketing Business to Business</i>
ou	<i>MKGS31125 Business to Business Marketing strategies</i>

■ Le stage en entreprise

Les étudiants souhaitant suivre la filière à Cergy devront effectuer un stage en entreprise de 3 mois minimum. Ce stage permet aux étudiants d'appliquer leurs connaissances acquises et de découvrir le monde professionnel du management des opérations. Le stage doit être effectué dans l'un des domaines du management des opérations (ex : management de la supply chain ou logistique, gestion de la qualité, gestion de projet, gestion de la production, développement de nouveaux produits, revenue management...).

Avant d'entreprendre ce stage, veillez impérativement à contacter

Jennifer RODRIGUES DA SILVA, assistante du département Management des Opérations par email: rodriguesdasilva@essec.edu, afin de confirmer son adéquation avec la filière.

■ Inscription et validation de la filière Management des Opérations

Les étudiants souhaitant suivre la filière MOP devront obligatoirement s'inscrire en ligne. Les étudiants souhaitant valider la filière Management des Operations à Singapour devront postuler auprès du service de la Mobilité étudiante (*cf. Operations Management in Asia track*).

Une fois les cours et le stage validés, l'étudiant reçoit un certificat des responsables de la filière. Ce certificat est délivré en anglais.

| Vous trouverez **plus d'informations** sur le site web du département Management des Opérations.
Pour toutes informations complémentaires, veuillez contacter Jennifer RODRIGUES DA SILVA.

Operations Management in Asia Track

Co-responsables : Philippe-Pierre DORNIER (Cergy) and Xavier PAVIE (Singapore), ESSEC Professors

Key Information on the track:

Duration of the track in Singapore	3 months (Oct–Dec)
Total number of credits (UV) required to validate the track	6 UV
Number of months spent abroad	3 months
Awarding	3 UVEI

The Operations Management in Asia Track is dedicated to understanding all components of operation management in Asia, from service to innovation, purchasing and supply chain. The program gives you also the opportunity to understand Asian culture and society through the lenses of Singapore. Students gain concepts of process management, work on real-client projects and discover how business processes can be designed, analysed and improved to lift the performance of any organization.

Program curriculum

The curriculum is taught over 2 blocks of 5 weeks each and by the end of the track, students will receive an Operations Management Track Certificate.

Compulsory courses (6 UV) :

<i>MGTM31201</i>	<i>Asian Culture and Society (Pass/Fail)</i>
<i>MOP131201</i>	<i>Philosophy and Strategy of Responsible Innovation (1 UV)</i>
<i>MOP131203</i>	<i>Service Management and Marketing (1 UV)</i>
<i>MOP031232</i>	<i>Supply Chain Management in a Digital Age* (1 UV)</i>
<i>MOP032209</i>	<i>Operations and Logistics Management* (1 UV)</i>
<i>MOPP32111</i>	<i>Indirect Purchasing Strategy /Industrial Strategy & Purchasing (1 UV)</i>
<i>EXPI31403</i>	<i>Operations Management Project (1 UV)</i>

Students work in teams to solve companies' challenges, provide business solutions and deliver their projects in the final jury day. The topics may cover, purchasing, marketing, supply chain management and business development. Example of some topics:

- *Sales Strategy and mapping to develop the company's brand*
- *Market informed business case on sustainable product*
- *Development of a product portfolio and innovative strategy*
- *Disrupting personal care industry globally*
(and many more...)

*These two courses validate the core course requirement of the Operations Management Department.

In order to be awarded 3 UVEI, students must fulfill the two following conditions:

- validate at least 4 of the 5 management courses of the track (except if one course was failed with a grade of 0/20, in which case no UVEI will be awarded)
- validate the Operations Management Project and Asian Culture and Society course

Contact : Véronique FÉRÉ, Student Mobility Office, fere@essec.edu

More infos: MiM Program Center/Mobility in France and abroad

* Courses are in common with the Advanced Master in International Purchasing and Supply Chain.

Information Systems Track

Coordinator: Nicolas PRAT, ESSEC Professor

Assistant: Patricia FERNANDEZ – fernandez@essec.edu – 01.34.43.32.45, IDS department

Key information on the track:

Number of compulsory courses	4
Awarding	4 UV
Number of electives courses	2
Awarding	2 UV
Total number of credits (UV) required to validate the track	6 UV

■ Objectives

Information Systems (IS) and Information Technology (IT) are of strategic importance in organizations today. IT is impacting every aspect of business, and the world is digitalizing at an exponential rate.

The information systems track is open to students wishing to specialise in IS and IT during the Master period, and capitalize on this expertise during their internship, apprenticeship, and/or their profession. The track can be followed entirely in English. It is of special interest to students wishing to work in the IT sector, consulting or in any job related to IS and IT after graduating from ESSEC.

The track complements and builds upon the core course (IDSI31134 Management de l'IT à l'ère numérique or IDSI31135 Managing IT in the Digital Age). This course is not a prerequisite to apply, but is required to validate the track.

■ Prerequisites

To qualify for the track, students should have validated (or been exempted from), the following two courses:

- IDS21020 Introduction à l'informatique
 or IDSI31088 Mise à niveau Informatique
 or IDSI31089 Refresher Course Computing Skills

■ Track curriculum

The track is composed of **6 courses**. These courses (with the IS/IT core course) are the minimum required from students to validate the track.

- A concentration («major»), with 4 compulsory courses:

- IDSI31129 Database Management*
 or *IDSI31130 Base de données*
 or *IDSI31132 Excel avancé pour managers*
 or *IDSI31133 Advanced Excel for Managers*
IDSI31341 e-Business Strategy and Operations
IDSI31377 Business Intelligence

On exceptional occasions, as a substitute for one of these four courses, students may conduct a research credit (supervised by an Information Systems Professor from the Department), on a topic directly related to the course).

- 1 elective course about Internet/e-business, chosen among the following:

- IDSI31235 e-Business in Asia (Singapore)*
IDSI31338 Création de sites Web
 or *IDSI31339 Website Creation*
MGTE31404 Entrepreneuriat e-Business
 or *MGTE31405 e-Business Entrepreneurship*

- 1 elective course about Programming, chosen among the following:

- IDSI31137 Python Programming for Business*
IDSI31210 Programmation VBA
 or *IDSI31211 VBA Programming*
IDSI31224 Langage C

■ Jobs and positions

The track is of special interest to students planning to work in the IT sector, in consulting, or in an IS or IT-related function. Typical jobs are presented below (the list is not exhaustive):

In the IT sector:

- Any function within a hardware or software company (including marketing, sales, human resources, finance...)
- Any function within a digital company (e.g. IT entrepreneurs starting a new venture).

In consulting:

- IT consultant
- E-Business transformation consultant
- Digital transformation consultant.

In an IS/IT (or related) division:

- IS/IT Project manager
- Chief Digital Officer
- Chief Data Officer
- Data scientist
- Data analyst
- Digital brand manager.

Risk & Actuarial track

Director: Marie KRATZ, Professor (Office N311; kratz@essec.edu)

Actuaire Agrégée de l'Institut des Actuaires / Fellow of the French Institute of Actuaries

Assistant : Melissa BAGRI - Office N323 – 01.34.43.37.97

Research Lab: CREAR (<http://crear.essec.edu/>)

ESSEC Association of Actuaries and Analysts on Risk: E3AR

(<http://crear.essec.edu/actuary-track/association-actuaires-essec>)

Key Information on the track:

Number of mandatory courses	9 (T1, T2 or T3)
Corresponding to	9 UV
Total number of credits (UV) required to validate the track	9 UV

What is an Actuary ? Quoting the definition by the 'Institut des Actuaires' (IA) : "*l'actuaire est un professionnel de l'évaluation, la modélisation et de la gestion des risques dans leurs dimensions comptable, économique, assurantielle, financière et sociale.*" and by the British Institute and Faculty of Actuaries (IFoA) : "*Actuaries are respected professionals whose innovative approach to making business successful is matched by a responsibility to the public interest. Actuaries identify solutions to financial problems. They manage assets and liabilities by analyzing past events, assessing the present risk involved and modeling what could happen in the future.*"

An actuary is an **expert in risk management and quantitative finance**. With a strong scientific (mathematics) background, the actuary has to master not only methods and tools from data science and economical and financial theories to develop mathematical models for measuring the uncertain evolution of the environment, in view of risk management, but also be comfortable with the legal, accounting and business aspects, part of the domain in which she/he has to operate. An actuary, due to her/his multiple skills, can occupy **many functions** (analyst, researcher, consultant, data scientist, product manager, risk manager, ...) in **various fields of activity** such as administration, (re)insurance, audit, consulting, bank and finance, teaching and research, industry and services, ...

Students from the QRM (Quantitative Risk Management) & Actuarial Track get a **double skill: technical and managerial**. The technical training helps the actuary to understand the stochastic nature of the problems they have to solve, as well as the strategic issues behind the financial products. This training covers the following fields: probability & statistics, data science, economics & econometrics, corporate & market finance, accounting & audit, risk analysis & management. The training in management is part of the normal business school curriculum. This business school environment makes the actuarial track particularly suited to cope with the changes the actuarial profession is currently undergoing, with the advent of risk based solvency and the emphasis made on risk management within financial institutions. Combining quantitative courses in Finance and Risk Management with their management training, the ESSEC actuary is well rounded to address the strategic issues of a bank, insurance or financial institution, tasks that are more and more in demand within the industry. The **international dimension** developed at ESSEC is also quite an asset in a globalized world. That is why ESSEC actuaries are sought after and have fast and interesting career opportunities, worldwide.

Among actuarial studies in France, only 10 are accredited by the French Institute of Actuaries ('Institut des Actuaires' - IA) and the actuarial track at ESSEC is the only one hosted by a business school in France, since 1991, through an agreement between ESSEC and l'ISUP(Institut de Statistique de Paris Sorbonne Université, Faculté des Sciences). Candidates completing this track need to perform a 6 months of internship in a company and to write an actuarial thesis, that will

be defended in front of a IA-committee. If successful, they obtain the title of Actuary (member of IA), in addition to their ESSEC degree. Note that the actuarial track has been open to non-French speaking students from the academic year 2017-18.

How can you become 'ESSEC actuary'?

- You are part of the 'Grande École' program
- You like mathematics and sciences
- You are curious and open minded
- You are ready to do one extra year, after having validated ESSEC courses (in part, the courses required for the actuarial track), to complete your training at ISUP in actuarial sciences and to perform 6 months of internship in a company (in France or abroad; this internship can be considered as part of the professional experiment required at ESSEC), writing an actuarial thesis of the topics developed during this internship.

Is the actuarial track compatible with other tracks (L3 or Master in Mathematics (probability, Statistics) at UPMC, double diploma ESSEC-ENSAE or Centrale, Master Data Science & Business Analytics, Financial track - option Financial, core track in Singapore, ...)?

Yes, if all courses required for the actuarial track are validated and if you are ready to do an extra year after your schooling to complete your training at ISUP and to do the required 6 months actuarial internship.

■ Application process

This track is restricted to students from Grande École, namely students selected to the Pre-Master from the entrance exam-scientific option, and AST(I) students coming from scientific training. For Pre-Master students interested in this track, we strongly recommend them to take the 'Parcours Scientifique' or 'Double-Diplôme' (Centrale or ENSAE) during the pre-master.

At most **10 ESSEC candidates** are selected for the actuarial track (this number will increase in the coming years), the last step selection being done from the average of the grades obtained in the 4 courses: **Business Data Science, Financial Mathematics, Statistical Inference, Quantitative Risk Management** (note that for each course, a grade above 12/20 is required).

The application is done [online](#) on the website of the track. The student is also required to submit (to the Head of the risk and actuarial track):

- A detailed CV (providing also the grades obtained in any quantitative course)
- A motivation letter

A document on the actuarial track is also available at the assistant's office of the IDS department (N323) and on the website: crear.essec.edu/actuary-track.

Further information can be asked to members of the ESSEC Association of Actuaries and Analysts on Risk (E3AR).

■ Program

At ESSEC, students have to validate 9 mandatory courses:

• 6 courses of the IDS department:

- | | |
|------------------|--|
| <i>IDSD31375</i> | <i>Quantitative Risk Management</i> |
| <i>IDSM31183</i> | <i>Financial Mathematics: Probability in finance</i> |
| <i>IDSS31161</i> | <i>Introduction to Econometrics</i> |
| <i>IDSS31165</i> | <i>Business Data Science</i> |
| <i>IDSS31265</i> | <i>Statistical Inference</i> |
| <i>IDSS31267</i> | <i>Financial Econometrics</i> |

or equivalent (to be validated by the track coordinator)

- **3 courses of the Finance department:**

- FINM31165 Financial Markets
 or FINM32100 Financial Markets
 FINM31270 Options
 or FINM31271 Options
 FINM31260 Théorie du portefeuille et investissements
 or FINM31261 Portfolio Theory and Investment Analysis
 or FINM32225 Portfolio Theory and Investment Analysis

The list of mandatory and advised **courses (e.g. Python programming course)** can be looked at on the website dedicated of the track:

<http://essec.edu/crear-essec/actuary-track/description>
[or http://ids-department.essec.edu/teaching/actuary-track](http://ids-department.essec.edu/teaching/actuary-track)

Some courses are common to the financial track (option: financial markets); these 2 tracks can then be chosen jointly, the actuarial track requiring to master financial markets, among other skills.

After the validation of ESSEC courses, the training goes on at ISUP-UPMC, with **8 mandatory courses*** during 2 semesters**:

- | | |
|--|---------------------------|
| - Non-Life Insurance | - Big data in Insurance |
| - Life Insurance | - Reinsurance |
| - Duration Models in Actuarial Science | - Accounting in Insurance |
| - Insurance Regulation | - Professionalism |
| - Droit du contrat d'assurance *** | - Prévoyance Sociale *** |

* Courses and number of courses may be modified; please check the update on the website

** There are only a few courses taking place during the 2nd semester, hence it has been authorized by ISUP to take and validate those courses during the last ESSEC year

*** For French speaking students. Foreign students are required to take French classes instead

NB: In the framework of the international accreditation of IA for the Actuary certification, the syllabi of ESSEC and ISUP courses might be modified, as well as the program of ISUP courses. It is advised to check the updated program on the website.

After having validated the courses with an average grade higher than 12, you must do a **6 months of internship** in actuarial science / analysis and risk management (in France or abroad), under the ESSEC academic responsibility.

This internship will lead to the writing of an actuarial thesis, which must be validated by the academic tutor, then defended in front of an IA committee.

■ Working Group on Risk (WG Risk) -

Center of Research in Econo-finance and Actuarial science on Risk (CREAR)

It is strongly recommended to the students of the risk & actuarial track to participate in the WG Risk. Regular meetings including fortnightly seminar by an expert of the field, take place at simultaneously on both campuses ESSEC La Défense and ESSEC Asia Pacific (Singapore).

It is organized by M. KRATZ, with the support of the IDS department, Labex MME-DII, the group BFA (Banque Finance Assurance) of the SFdS (Société Française de Statistique), and Institute of Actuaries (IA).

Since March 2012, IA considers it as part of its program PPC (Programme de Perfectionnement Professionnel Continu).

For more information, visit: <http://crear.essec.edu/working-group-on-risk>

■ For any updated information

- On the actuarial track: <http://essec.edu/crear-essec/actuary-track/description> or <http://ids-department.essec.edu/teaching/actuary-track>
- On the Working Group on Risk: <http://crear.essec.edu/working-group-on-risk/>
- On the Center of Research in Econo-finance and Actuarial science on Risk (CREAR) : <http://crear.essec.edu>
- On 'Institut des Actuaires' : <http://www.institutdesactuaires.fr>

NB: the yearly document of IA is available at the IDS

Information Strategy & Governance Chair

Coordinator: Isabelle COMYN WATTIAU, ESSEC Professor

Assistant: Amélie KANGNI –kangni@essec.edu– 01.34.43.39.82,

Information Systems, Decision Sciences & Statistics (IDS) Department

Key information on the track:

Duration of the Chair curriculum	1 academic year
Number of mandatory course(s), except seminar(s)	3
Awarding	3 UV
Number of elective course(s)	2
Awarding	2 UV
Total number of credits (UV) required for the Chair graduation	5 UV

■ Introduction and objectives

Organizations face crucial challenges related to the governance of their information. Against this backdrop, the Information Strategy and Governance Chair offers an academic framework to meet these challenges. The Chair contributes to the advancement of knowledge related to the information governance. It provides a framework for anticipating market expectations, following a pragmatic and concrete approach. It benefits the entire ecosystem of private and public enterprises. Teaching and Research Chair, it constitutes a forum for privileged exchange between students, researchers, and practitioners. Using an appropriate pedagogy, students are thus trained in the concepts, methods, and tools of information governance. The researchers, attentive to the practitioners' needs, ground their approaches in reality. Practitioners are thus at the forefront of thinking and developing information governance strategies.

■ Chair curriculum

To complete this Chair, participants must follow:

- **3 mandatory courses :**

<i>IDSI31129</i>	<i>Database Management</i>
<i>or</i>	<i>IDSI31130 Bases de données</i>
<i>IDSI31343</i>	<i>Digital Transformation</i>
<i>IDSI31451</i>	<i>Information Strategy and Governance</i>

2 elective courses to be taken among (*note that you can validate these courses at any time during your studies – before, during or after you complete the other Chair requirements*):

- DEVD31246 Droit des médias et des Technologies de l'Information
IDSI31206 Applied Cybersecurity Strategy for Managers
IDSI31377 Business Intelligence
IDSS31165 Business Data Science
MGTp31204 Ethique et décision
or *MGTp31205 Ethics and Decision-making*
MKGS31203 Digital Marketing Strategy
or MKGS31204 Stratégie de Marketing digital

Moreover, the students will have to complete a group research project selected in agreement with the Chair sponsors or to complete an internship of between 3 and 6 months in an approved position, in charge of data and information management.

Finally, the students will have to be part of the student challenge organized by the chair and its sponsors.

Chair Sponsors

The ESSEC Chair in Information Strategy and Governance is generously sponsored by:



devoteam

•pramana



■ Selection process

Applications for the Chair take place from June up to the beginning of October each year. To apply, students must send a detailed application file explaining their interest in the Chair in relation to their past experiences and their personal and professional project.

Shortlisted candidates may then be invited to a 30-minute interview.

The accepted candidates will be informed by mid-November.

The LVMH Chair: Future of Luxury

Chair Professor: Sonja PROKOPEC, ESSEC professor

Assistant: Julie PORTET – portet@essec.edu – 01 34 43 30 51

<http://lvmh-chair.essec.edu>

Important: The LVMH Chair Program is taught entirely in English

Key Information on the chair:

Duration of the Chair curriculum	1 academic year
Number of mandatory Chair seminar(s)	1 (T2)
Awarding	1 UV
Number of mandatory course(s), except seminar(s)	5 (during the curriculum)
Awarding	5 UV
Corporate Project (part of the mandatory courses)	1
Awarding	0 UV
Total number of credits (UV) required for the Chair graduation	6 UV

■ Introduction

Jointly created by ESSEC and the LVMH Group in 1991, the LVMH Chair is the longest-standing program worldwide specially dedicated to training young talents for careers in the luxury industry.

■ Objectives

The LVMH chair gives students a global overview of the strategies as well as the challenges involved with managing luxury brands. The chair exposes students to all 5 sectors of the luxury industry including: Fashion and Leather goods, Watches and Jewellery, Wine and Spirits, Perfumes and Cosmetics, and Selective Distribution, which provides students with a global perspective of the luxury industry.

In addition, through exclusive video testimonials from LVMH Managers as well as guest lectures by senior executives and managers from the LVMH group, this program offers an immersion into LVMH Group's 5 fields of expertise: Design and Creation, Brand Management, Supply Chain and Manufacturing, Digital transformation & Entrepreneurship and Client Excellence.

The LVMH Chair combines:

- Practical knowledge related to various dimensions and current challenges of the luxury industry through exclusive video content available on our new platform as well as guest lectures given by senior executives and managers from the LVMH group;
- Theoretical knowledge on all aspects of the business of managing luxury brands through lectures given by ESSEC professors;
- Hands-on experience through a project with one of the LVMH brands and exclusive visits to LVMH Houses and invitations to curated luxury events.

■ Chair curriculum

The Chair students must follow and validate:

- **1 compulsory Chair seminar reserved to students admitted to the LVMH Chair:**

MKGS31471 LVMH Chair Seminar: Fundamentals of Luxury

- **1 compulsory Chair course reserved to students admitted to the LVMH Chair:**
MKGS31200 Contemporary Issues in Luxury Marketing (Field Project)
- **Any 4 courses from the list below (priority is given to the courses taught in English):**
 - or *MGTE31360 Entrepreneuriat*
 - or *MGTE31361 Entrepreneurship*
 - or *MGTE31402 Intrapreneuriat*
 - or *MGTE31403 Intrapreneurship and Managerial Models*
 - or *MKGF31208 Développement des marques de luxe (mandatory in French for international students)*
 - or *MKGF31209 Luxury Brand Development*
 - or *MKGF31411 International Luxury Distribution*
 - or *MKGM31412 Anthropologie des marques de luxe*
 - or *MKGM31413 Anthropology of Luxury Brands*
 - or *MKGS31203 Digital Marketing Strategy (on Cergy or Singapore Campus)*
 - or *MKGS31204 Stratégie de Marketing digital*
 - or *MKGS31469 Luxury Retail Management*
 - or *MKGM31217 Chef de produit*
 - or *MOPI31201 Philosophy and Strategy of Responsible Innovation (on Singapore Campus)*

- **One internship in a luxury sector company:**

After two terms of practical and theoretical learning, students are expected to embark on a 6 months internship in a luxury firm. It is a compulsory and necessary complement to the knowledge acquired in the Chair and should provide students with opportunities to develop their own professional skills within the luxury industry.

Only students who meet all the requirements of the Chair will graduate from the Chair.

Other Chair's activities

- **Company visits:**

Students will have opportunities to visit some of the LVMH production sites and/or prestigious places in various sectors of the luxury industry.

Previous visits include Ateliers et Musée Louis Vuitton in Asnières, Christian Dior Couture, Guerlain Flagship store, Moët & Chandon and Veuve Clicquot in Champagne, Ruinart among others.

- **Team-building and LVMH Induction Day:**

Supported by the LVMH group, the Chair organizes a session of "Team Building" with the aim of helping students build stronger ties with one another.

LVMH Group organises the **LVMH Induction day** at the LVMH HQ with the aim of introducing the Group and all of its sectors to the students entering the chair. This event also provides the students entering the chair an opportunity to get to know and network with the HR managers of different Houses of the LVMH Group.

Selection process

All ESSEC students in Master in Management and Advanced Master in Marketing and Digital programs are welcome to apply. The Chair is also open to international, double-degree students.

Admission steps are as follows:

1st step: Submit your video application (check our website for the link), CV and academic transcripts.

2nd step: Evaluation of your application by our jury.

3rd step: If you're selected, you will participate to a collective assessment; our jury will observe your individual contribution but also the way you integrate, collaborate and behave within a group.

■ **Student profile**

- Students wishing to apply to the LVMH Chair should have a global mindset and proficiency in English.
- They should also possess a strong analytical as well as a creative skill set, allowing them to understand the "big picture" of the luxury industry while maintaining a keen focus on the details.
- Finally, students can have an interest in working in any sector of the luxury industry, ranging from creation, marketing and communication and retail to supply chain, manufacturing, and finance.
- Number of students admitted: max. 50 per year

Management

Asian Strategy Consulting Project

Key information on the track:

Duration of the track in Singapore	3 months (end of September-mid December)
Total number of credits (UV)	1 or 2 UV
Number of months spent abroad	3 months
Awarding	3 UVEI
Number of months of professional experience	2 months (optional)

During the Fall term (end of September to mid-December), 40 students selected jointly by ESSEC and Capgemini Invent participate in the Asian Strategy and Consulting Project.

The project, conducted in teams of 5 students, is a consulting mission for companies based in the South-East Asia and Pacific region. Project teams are supervised by an ESSEC faculty member and by consultants from Capgemini Invent. Students will have the opportunity to develop research and consulting skills applied to the Asian context and prepare a unique case study.

The Asian Strategy Consulting Project is structured into three main phases:

- *Preparation phase:* in Singapore students receive training on research methodology and case writing, and start drafting the company profile, their working hypothesis as well as their interview schedule and team organisation.
- *Field research phase:* students work at distance and/or on site hosted by the company, gathering research material and refining their research hypothesis.
- *Writing phase:* students finalise two main deliverables:
 - 1) an analysis and recommendations on the initial issue raised by the company and
 - 2) a complete case study with its associated teaching note on the innovative dimension of the business model they have studied.

Upon successful completion of the consulting mission, students will be awarded for the Asian Strategy Consulting Project:

2UV+ 2 months of professional experience and 3 UVEI (3 months of international experience)

Contact: Véronique FÉRÉ, Student Mobility Office, fere@essec.edu

More infos: MiM Program Center/Mobility in France and abroad

Business Management in Asia Track

Duration of the track in Singapore	6 months (January-June)
Total number of credits (UV)	9 to 15 UV
Number of months spent abroad	6 months
Awarding	6 UVEI

"From India to Japan, China to Korea the future of the world economy is definitely in Asia. Without forgetting the impressive GDP growth of countries like Thailand, Malaysia, Indonesia among other. In the middle of South East Asia Singapore is the best place to learn business management in Asia. This track gives students the opportunity to undergo a real-world transformative learning experience, opportunities to learn from Industry experts and benefit from extensive networking opportunities. Students will attend both core courses and specialized courses with the objective to gain a better understanding of the Asian region."

This track gives students the opportunity to attend both core courses (4 to 9 courses) and specialized courses (6 courses), with the objective to gain a better understanding of the Asian region.

The track is offered **from January to June**. Applications for this track are open to students who have not validated more than 5 core courses before departure.

■ Program curriculum

The track is taught over 4 blocks of 5 weeks each.

● Core courses:

Students must attend at least 4 core courses over the 6-month period.

CPTC31125	<i>Financial Accounting and Reporting</i>
CPTG31149	<i>Management Control</i>
ECOI31143	<i>Business Economics</i>
FINE31123	<i>Principles of Finance</i>
IDSI31135	<i>Managing IT in the Digital Age</i>
MGTP31101	<i>People and Organizations</i>
MGTS31103	<i>Strategy and Management</i>
MKGM31129	<i>Marketing Management</i>
MOPJ31203	<i>Service Management and Marketing *</i>
DEVE31201	<i>Law and Entrepreneurship *</i>

**These 2 courses are part of the 9th core course list. Students have to choose between one of them and cannot attend both.*

● Specialized courses:

Students attend 6 specialized courses:

CPR031205	<i>Geopolitics in Asia</i>
DEVN31401	<i>Negotiate Business Deals in Asia</i>
ECOA31129	<i>Asian Economies</i>
MGTS31271	<i>Managing International Business in Asia</i>
MGTM31201	<i>Asian Culture and Society</i>
MOPJ31205	<i>Innovation Management in Asia</i>

- **Language courses:**

Mandarin courses, awarding up to 2 language UV, are available on an optional basis.

Beginner and Intermediate levels may be available subject to a minimum number of registrations per class

- **Study Trip (Pass/Fail):**

The Study Trip aims at giving a pedagogical dimension to the students' exposure to the region and to highlight experiential learning. Students will be asked to submit some work on their learnings (visits, meetings, experiences...) and will be evaluated. A pass grade is required to validate the track.

6 UVEI are awarded to students who validated the Study Trip and all the components of the track with no more than two failed classes (except if one course was failed with a 0/20 grade, in which case no UVEI is awarded).

| **Contact:**-Véronique FÉRÉ, Student Mobility Office, fere@essec.edu

More infos: MiM Program Center/Mobility in France and abroad

Chaire ESSEC du Changement

Professeur titulaire : Jean-Marie PERETTI, professeur ESSEC

Directeur exécutif : David AUTISSIER

Chercheurs associés : Bechir BEN LAHOUEL, Patrick DELARIVE, Christophe DERUMEZ, Elena DE PRÉVILLE, Mariam FAROOQ, Soufyane FRIMOUSSE, Laurent GIRAUD, Kevin JOHNSON, Yves LE BIHAN, Valérie LEHMANN, André LESTIENNE, Emily METAIS-WIERSCH, Nathalie MONTARGOT et Olivier TRUONG.

<http://chaire-changement.essec.edu/>

L'ESSEC a lancé en septembre 2011 une chaire de recherche sur le thème du changement.

En effet, l'importance croissante que prend la question du management du changement dans les entreprises, les administrations et la société crée le besoin d'un lieu d'échanges et réflexions pour comprendre et agir sur la notion de changement qui est au cœur du fonctionnement de toutes les organisations contemporaines.

Cette chaire, multi-entreprises, ambitionne de développer des projets de recherche et des innovations en matière de gestion du changement dans les entreprises, les administrations et la société. Elle réunit COVEA, La Française des Jeux, GROUPAMA, la SNCF, la Société Générale, EDF, Groupe Caisse des Dépôts et mobilise un réseau international de chercheurs et de praticiens.

Les thèmes de recherche sont par exemple :

- La gestion du changement dans les projets complexes
- La notation des entreprises en matière de capacité de changement
- Le calcul du ROI de la gestion du changement
- La culture du changement
- Le changement et le bien-être au travail
- Le changement digital.

La chaire décerne chaque année les trophées ESSEC du changement qui récompensent les entreprises qui ont innové en matière de gestion du changement. Les prochaines Rencontres Internationales de la transformation auront lieu les 22, 23 et 24 septembre 2020 à Paris.

Filière Conseil en Stratégie

Responsable : Jérôme BARTHELEMY, professeur ESSEC

Assistante Ursula CELANIE – celanie@essec.edu – 01.34.43.33.09, département Management

Informations clés sur la filière :

Nombre de cours obligatoires	4
Rapportant au total	4 UV
Nombre de cours électifs	2
Rapportant au total	2 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour valider la filière	6 UV

■ Objectifs

L'intérêt d'une filière sur le conseil en stratégie n'est plus à démontrer. D'un côté, de nombreux cabinets de conseil souhaitent recruter des étudiants de l'ESSEC. D'un autre côté, un pourcentage élevé des étudiants de l'ESSEC souhaite travailler dans un cabinet de conseil. L'objectif de la filière est d'améliorer la préparation des étudiants de l'ESSEC aux métiers du conseil en stratégie. Cela implique à la fois de mieux structurer l'offre de cours et de renforcer leur préparation aux études de cas et aux entretiens de recrutement.

■ Inscription / Procédure de recrutement

Pour être inscrits à la filière et bénéficier, entre autres, de la préparation aux études de cas et aux entretiens de recrutement, **vous devrez avoir validé au moins trois des huit cours**

fondamentaux suivants avec une note moyenne de 14/20 au minimum sur l'ensemble de ces trois cours (*exemple : 17 + 11 + 15 / 3 = 14,33 = prérequis de la filière validé*) :

- PTC31124 Informations comptables et financières
- ou PTC31125 *Financial Accounting and Reporting*
- CPTG31148 Contrôle de gestion
- ou CPTG31149 *Management Control*
- ECOI31142 Economie managériale
- ou ECOI31143 *Business Economics*
- FINE31124 Fondements de la finance
- ou FINE31123 *Principles of Finance*
- IDSI31134 Management de l'IT à l'ère numérique
- ou IDSI31135 *Managing IT in the Digital Age*
- MGTP31100 Individus et organisations
- ou MGTP31101 *People and Organizations*
- MGTS31102 Stratégie et management
- ou MGTS31103 *Strategy and Management*
- MKGM31128 Marketing management
- ou MKGM31129 *Marketing Management*

● Pour postuler en ligne :

<https://sites.google.com/a/essec.edu/msc-cursus-center/page-fille-2/filiere-conseil-en-strategie>

Vous pouvez vous inscrire tout au long de votre cursus. Les inscriptions sont validées via la plateforme Banner auprès de l'assistante de la filière. Cela ne nécessite pas de passer un entretien préalable.

Les 4 cours obligatoires et les 2 cours optionnels peuvent être suivis tout au long de votre cursus ESSEC (et non sur une seule année).

Les cours n'étant pas réservés aux étudiants de la filière, c'est à vous d'organiser votre emploi du temps et de miser les points en conséquence (*cf. Offre de cours et descriptifs des cours concernés*).

■ **Programme d'enseignement**

Pour valider la filière, les étudiants seront tenus de suivre :

● **4 cours obligatoires :**

- CPTG31212 Gestion stratégique des coûts
- ou CPTG31213 *Strategic Cost Management*
- MGTM31227 *Management of Organizations*
- MGTS31265 *Corporate Strategy*
- MGTS31404 Pratique du management stratégique

● **2 cours électifs parmi les suivants :**

- DEVVC31204 Marketing urbain
- DEVVD31212 Droit et pratique des affaires internationales
- ou DEVVD31213 *International Business Law*
- ECOA31157 Monnaie et banque
- FINE31126 Finance d'entreprise
- ou FINE31128 *Corporate Financial Management*
- FINE31254 Evaluation Stratégique et Financière
- FINE31417 *Firm Valuation and Value Creation*
- ou FINE32217 *Firm Valuation and Value Creation*
- IDSI31206 *Applied Cybersecurity Strategy for Managers*
- MGTE31362 Concevoir une entreprise
- ou MGTE31363 *New Venture Design and Planning*
- MGTS31261 *International Strategy and Management*
- MGTS31262 Stratégie concurrentielle
- ou MGTS31263 *Competitive Strategy*
- MOPP31100 Management Supply Chain : stratégie et organisation
- ou MOPP31101 *Supply Chain Management: Strategy and Organization*
- MOP031232 *Supply Chain Management in a Digital Age (Singapore)*

Global Manager in Africa Track

Key Information on the track:

Duration of the program in Rabat	3 months (July-Sept)
Total number of credits (UV)	6 UV
Number of months spent abroad	3 months
Awarding	3 UVEI

This track is open to students who wish to understand the main challenges and specifics of doing business in Africa. Participants will follow courses on diverse aspects of management practices in Africa as well as two core courses, respectively in Strategy and in Operations Management. They will also visit companies and associations that will help them grasp the diverse aspects of African management practices.

■ Program curriculum

- DEVE31211 Entrepreneurship in Africa
DEVN31251 Geopolitics Focus Africa
ECOS31121 African Economics
MGTE31311 Doing Business in Africa
MGT31103 Strategy and Management (core course)
MOPP31105 Operations management (9th core course)
CPR03110 Introduction to Arab Muslim culture and society - (no credit)
LGAR31020 Moroccan Arabic (Introduction course) - (no credit)*

Students also participate in an integration trek in the Moroccan landscape (Atlas, Atlantic coast, Desert, ...) and a short study trip to a Moroccan city to learn about the country and its economy. Finally, the students spend around 7 days in Sub-Saharan Africa where they will meet local entrepreneurs and business owners (*optional learning expedition*).

3 UVEI (3 months of international experience) are awarded to students who validate at least 5 of the 6 UV of the Global Manager in Africa track (except if one course was failed with a 0/20 grade, in which case no UVEI is awarded) and who take part in the learning expedition. Students who do not take part in the learning expedition will validate 2 UVEI.

Contact: Cécile BRUNEAU, Student Mobility & Partnerships Office - email : bruneauc@essec.edu

More infos: MiM Program Center/Mobility in France and abroad

Global Manager in Asia Track

Key Information on the track:

Duration of the track in Singapore	3 months (July-Sept)
Total number of credits (UV)	6 UV
Number of months spent abroad	3 months
Awarding	3 UVEI

"The track Global Manager in Asia: gives students the opportunity to develop in three months a strong experience of understanding management in Asia through courses, conference, professional talks, and strong interaction with companies through a learning by doing project. Through 5 major pillars (economy, geopolitics, management, innovation and Asian Culture and Society), students have a unique opportunity to feel the vibrant atmosphere of this part of the world."

This track is open to students who want to acquire a global vision of management practices in Asia through courses, conference, professional talks, and strong interaction with companies through a learning by doing project

Program curriculum:

The track is a unique program tailored for students seeking an intense yet comprehensive initiation to doing business in Asia. It is taught over 2 blocks of 5 weeks with 5 UV of courses including distance learning and 1UV of company project Through the 3 months,-students have the opportunity to attend professional Inspirations and meet with industry experts.

• Compulsory courses (6 UV):

- CPR031205 *Geopolitics in Asia*
- ECOA31129 *Asian Economics*
- MGTM31357 *Innovation Management in Asia*
- MGTM31201 *Asian Culture and Society*
- MGTS31271 *Managing International Business in Asia*
- EXPI31404 *Company Project*

- *Learning through projects under the supervision of your professors*
- *Bridge theory and practice:*
- *Interact with Corporate Partners in the Asia Pacific and understand and contribute to solve issues they face*

- On an optional basis, 2 UV Beginners' Mandarin Language course is offered to students who are continuing with the Asian Strategy Consulting Project (till December).

1 UV Intermediate Mandarin Language course is offered to students in the Global Manager in Asia Track (from July – September).

Availability of the language courses is subjected to a minimum number of registrations per class.

- 3 UVEI (3 months of international experience) are awarded to students who validate the Company Project and at least 4 of the 5 courses of the track (except if one course was failed with a 0/20 grade, in which case no UVEI is awarded).

| **Contact:** Véronique FÉRÉ, Student Mobility Office, fere@essec.edu

More infos: MiM Program Center/Mobility in France and abroad

Chaire Philanthropie

Professeur titulaire : Anne-Claire PACHE, professeur ESSEC

Directeur exécutif : Arthur GAUTIER, professeur ESSEC

Chef de projet : Gaëtane LEFEVRE

Assistante : Sarah CASSIN – cassin@essec.edu – 01.34.43.37.73

<http://chaire-philanthropie.essec.edu>

■ Introduction et objectifs

La chaire Philanthropie de l'ESSEC est une chaire de recherche dont l'objectif est de contribuer au renforcement de l'impact social des acteurs philanthropiques (philanthropes individuels, entreprises mécènes, fondations, fonds d'investissement à vocation sociale) par la production et la diffusion de connaissances sur la philanthropie en France et en Europe.

La chaire a notamment pour ambition de contribuer à :

- Développer les connaissances sur les spécificités de la (ou des) philanthropie(s) européenne(s) ;
- Améliorer la prise en compte, par les intervenants philanthropiques, des enjeux de management de leurs initiatives (stratégie, gouvernance, gestion patrimoniale, etc.) ;
- Renforcer la capacité des intervenants philanthropiques à mesurer l'efficacité et l'impact de leurs actions dans les différents domaines de l'intérêt général ;
- Proposer aux professeurs et enseignants un corpus de cas pédagogiques sur la philanthropie européenne, afin d'en faciliter l'enseignement.

Depuis janvier 2012, le cours **Philanthropie : stratégies et impact** (DEVE31102) est proposé aux étudiants de l'ESSEC. Depuis 2019, sa version anglophone est proposée sous le titre **Philanthropy & Impact** (DEVE31103)

Ce cours a pour ambition de faire comprendre aux étudiants le champ de la philanthropie, son rôle dans la société, ses enjeux sectoriels et managériaux ainsi que ses évolutions récentes. Il leur permettra d'acquérir les outils d'analyse et les compétences nécessaires pour créer et gérer des initiatives philanthropiques.

■ Autres activités de la chaire

Conçus comme un cycle de rencontres, les **séminaires Lunch & Learn** de la chaire Philanthropie ont pour objectif principal de permettre aux professionnels travaillant dans les différents métiers du secteur de la philanthropie (fondations, mécénat d'entreprise, fundraising, conseil en philanthropie...) de prendre du recul sur leurs pratiques et d'échanger leurs réflexions sur certains sujets stratégiques, éclairés par les résultats de la recherche. En particulier, la dimension européenne et internationale est privilégiée.

Tous les séminaires sont enregistrés et ré-écouterables en podcast sur la chaîne Soundcloud de la chaire : <https://soundcloud.com/chairephilanthropie>.

La chaire Philanthropie a lancé en mars 2017 le **MOOC « La Philanthropie : Comprendre et Agir »** sur la plateforme Coursera, en collaboration avec la Fondation de France.

D'une durée de 4 semaines, ce MOOC (Massive Open Online Course) en français est un cours en ligne, gratuit et accessible à tous. Alliant le meilleur de la recherche et l'expérience de praticiens et d'experts reconnus, il permet de se former en ligne grâce à des vidéos, des quiz et des discussions entre participants sur un forum dédié.

Le Certificat Français du Fundraising est la première formation certifiante en France dans ce domaine. Fruit d'un partenariat avec l'Association Française des Fundraisers depuis 2005, le certificat accueille chaque année à l'ESSEC Executive Education (Paris-La Défense) 20 à 30 professionnels pour une formation intensive de 120 heures, réparties sur 15 journées entre septembre et mars.

Grâce aux interventions d'experts reconnus et de professeurs de l'ESSEC, cette formation offre une pédagogie variée alternant apports conceptuels, outils méthodiques, cas pédagogiques, retours d'expérience terrain et travaux de groupes.

Leadership and Diversity Chair

Chair-holder: Junko TAKAGI, ESSEC professor

Assistant: Elisabeth GOZDIK – gozdik@essec.edu – 01.34.43.36.06

<http://www.essec-leadership-and-diversity.com>

IMPORTANT:

Some of the activities and courses of the chair are taught in English

Key information on the chair:

Duration of the Chair curriculum	1 academic year
Number of mandatory Chair seminar(s)	1 (T2)
Awarding	1 UV
Number of mandatory course(s), except seminar(s)	1
Awarding	1 UV
Number of elective course(s)	2
Awarding	2 UV
Total number of credits (UV) required for the Chair graduation	4 UV

Experience and understand diversity issues as a means to developing responsible leadership competencies.

■ Introduction

In the Leadership and Diversity Chair: We are committed to identifying and understanding the complexities of the dynamics of diversity at the individual, group and organizational levels and from the perspectives of different stakeholders.

Understanding diversity issues is a key factor in identifying socially responsible leadership competencies and learning to deal with complexity and change in order to further innovation and development.

What type of leader are you?

The leadership and diversity chair provides opportunities to develop your capacity to acquire new **cognitive, emotional and behavioral** intelligence and competencies which can contribute to **successfully managing** a complex social and economic environment.

■ Objectives

The Leadership and Diversity Chair offers students the opportunity to develop fundamental knowledge and skills which are the building blocks for responsible leadership, and to learn to do good whilst doing well by:

- Understanding the different aspects and challenges of the diversity issue for firms:

- i.e managing company economic performance, human resources management, corporate branding, and corporate social responsibility.
- Acquiring a solid grounding in existing diversity practices and best practices.
- Developing an understanding of self and your relationship to diversity.
- Learning to manage the diversity between different stakeholders:
 - Because leadership is an interaction process, learn to communicate effectively with collaborators, external partners and diverse clientele segments.
 - Managing diversity as a source of creativity and innovation.

■ Chair curriculum

In order to meet these objectives, the Leadership and Diversity Chair program proposes:

Courses which introduce you to the different challenges a leader faces in managing diversity, with concrete examples and case studies illustrating best practices.

- **Chair Seminar: (*linked to projects*)**

MGTM31407 Leadership and Diversity Chair Seminar

Discussions with Diversity Champions who have a social impact through their diversity actions in:

- Role of firm in social environment
- Developing human capital
- Developing new markets
- Developing awareness through communication
- Working with suppliers and external partners
- Implementing corporate social responsibility, etc.

- **Chair projects:**

The students will work in groups on projects around the theme of Leadership and Diversity.

- **Weekend sessions on group projects:**

- Personal development and group dynamics
- Group projects

- **One compulsory course among :**

MGTP31201 Personality Theory

MGTP31203 Intercultural Management

- **Two courses to be taken based on student's personal interest, for example:**

CPR031330 Managing in Complexity

DEVC31206 Gérer une entreprise sociale

or ***DEVC31207 Managing a Social Enterprise***

DEVN31140 Atelier de négociation

or ***DEVN31141 Negotiation workshop***

DEVN31230 Géopolitique & enjeux de la mondialisation

MGTE31402 Intrapreneuriat

or ***MGTE31403 Intrapreneurship and Managerial Models***

MGTM31212 Gestion des ressources humaines

or ***MGTM31213 Human Resources Management***

MGTM31227 Management of Organizations

MGTP31201 Personality Theory

MGTP31203 Intercultural Management

MGTP31204 Ethique et décision

or	<i>MGTP31205 Ethics and Decision-making</i>
	MGTP31206 Profils personnels et carrières
or	<i>MGTP31207 Personality, Styles and Careers</i>
	MGTP31208 Travail, individu et société
	MGTP31210 Mise en scène du comportement
or	<i>MGTP31211 Behaving in Public: a Training</i>
	MGTP31300 Genre, économie et politique
or	<i>MGTP31301 Gender, Economy and Politics</i>
	MGTS31262 Stratégie concurrentielle
or	<i>MGTS31263 Competitive strategy</i>
	MKGC31442 Sémiotique et communication
or	<i>MKGC31443 Semiotics and Communication</i>
	MKGF31208 Développement des marques de luxe
or	<i>MKGF31209 Luxury Brand Development</i>
	<i>MKGF31411 International Luxury Distribution</i>
	MKGM31412 Anthropologie des marques de luxe
or	<i>MKGM31413 Anthropology of Luxury Brands</i>
	<i>MKGS31311 International Marketing</i>
or	MKGS31312 Marketing international
	<i>MKGS31469 Luxury Retail Management</i>

- **Participation in the Annual Chair Conference with partner firms and in a Global Leadership Event**
 - **Annual Chair Conference** attracts professionals each year who come to hear speakers from partner firms, the projects of the Chair, and Chair student presentations.
 - **One Young World** (The Davos for young leaders): The Leadership and Diversity Chair has participated in this event since its conception. Chair students present and participate annually at this worldwide event and may have the opportunity to present their projects.
- **Opportunity to learn more about diversity research:**
 - 2010: "Diverse Perspective on Diversity from a European Perspective"
 - 2011: "Gender quotas" with researchers from 4 continents
 - 2012: "Leadership and Social Responsibility"
 - 2014: "Globe trotting generation: what lessons for leadership?"
 - 2016, 2017: MOOC creation "Leadership and Diversity - an introduction"

■ Selection process

The Chair recruits around 20 students per year. The precise number will depend on the quality of applications.

Applications for the Chair take place from June up to the beginning of October each year. To apply, students must send a detailed CV and a motivation letter explaining your interest in the Chair in relation to your past experiences and your personal and professional project.

Candidates must submit the application files from June and at the latest on October 7, 2020. Selected candidates will then be invited to a 30-minute interview. The accepted candidates will be informed by mid-November.

Management & Society Track

Coordinator: Adrian ZICARI, ESSEC professor, zicari@essec.edu

Assistant : Nathalie BOZZIO – bozzio@essec.edu – 01.34.43.97.21

Key information on the track:

Number of mandatory courses	2
Awarding	2 UV
Number of elective courses	3
Awarding	3 UV
Total number of credits(UV) required to validate the track	5 UV

■ Introduction

CSR/Sustainability has become a major issue for companies today. This trend seems not to fade away: UN Global Compact now boasts more than 1200 signing companies only in France, while most large companies worldwide today present some kind of environmental / social communication to their stakeholders. Today, the global deployment of ISO 26000, the rise of Sustainability reporting and the increased popularity of Socially Responsible Investing make CSR an attractive field of professional specialization. This track provides students with a pedagogical pathway that prepares them to enter to this new and growing area.

■ Objectives

To prepare students for the new job profiles that are appearing in the realm of CSR/Sustainability, for instance:

- Manager / Director of CSR / “Development Durable”
- Consultant in CSR
- ESG analyst (for investment funds, for rating agencies)
- Responsible for partnerships NGOs/firm
- Manager Director Responsible Supply Chain

■ Track Curriculum

● 2 Mandatory courses:

- CPT031403 Sustainability Performance*
CPT031485 Value Creation and Governance

● 3 elective courses to be chosen among the list:

- | | |
|------------------|---|
| DEVC3112 | Enjeux de l'économie sociale |
| DEVC31210 | RSE et Développement Durable |
| DEVC31304 | Enjeux de la Transition Energétique |
| DEVN31300 | Dialogue entre parties prenantes et co-développement dans les pays émergents |
| or | <i>DEVN31301 Companies and Sustainable Development: Ethics, Business and Corporate Responsibilities</i> |
| <i>ECOA31205</i> | <i>Environmental Economics</i> |
| <i>ECOI31302</i> | Economie au service de l'homme ? Éclairage humaniste et religieux |
| <i>MGTE31409</i> | <i>Cleantech Entrepreneurship and Innovation</i> |
| <i>MGTM31233</i> | <i>Diversity and Inclusion</i> |
| <i>MGTP31204</i> | Ethique et Décision |
| or | <i>MGTP31205 Ethics and Decision-making</i> |
| | Genre, économie et politique |

- or MGTP31301 *Gender, Economy and Politics*
 MGTS31401 *Agri-food Sustainable Development*

■ Validation

Validation of the two mandatory courses plus three courses among the elective ones
 It is strongly recommended that students do the course CPR031401 *Responsible Leadership* before registering to this Track. However, it is not mandatory to validate this course before registration to this Track

Management & Philosophy Track

Referent: Laurent BIBARD, ESSEC Professor

Contact: philo-track@essec.edu

IMPORTANT: The track can be entirely followed in English.

Key information on the track:	
Number of mandatory courses	3
Awarding	3 UV
Number of elective courses	3
Awarding	3 UV
Total number of credits (UV) required for the Track graduation	6 UV

■ Objectives

The managerial sciences are rooted on Philosophy, more particularly on political philosophy. Philosophy helps in: - Asking the right questions, - Raising the right problems - It helps making clear the relations between efficiency – short-term – and sense – long term; - It helps in looking for long-term orientations, visions, projects, strategies in an uncertain world. The demand is increasing in companies for structuring together both short-term and long-term perspectives and for acquiring competences when it comes to make sense of business in a human world.

The Management and Philosophy track gives the students the opportunity to make clear the roots of modern sciences, and particularly the managerial ones.

On the other hand, taking into account that the more demanding theories involve an understanding of their relations to practice, and that such an understanding cannot not be at once theoretical and practical, the practical consequences of the theoretical approach of the roots of managerial sciences on the basis of the understanding of the main issues of political philosophy are crucial. Such practical consequences concern the students' posture or attitudes (in French, the "savoir être"). The track aims at providing students with some key concepts and takeaways concerning their posture or behavioral skills. These skills concern particularly the short term / long term tension, daily decision making, genders, the increasing complexity of our world. This track is complementary to the Management & Society track – see the presentation of this track.

■ Courses

- **3 mandatory courses (French or English)**

- | | |
|----|---|
| or | MGTM31214 Philosophie et commerce |
| | <i>MGTM31215 Philosophy and Trade</i> |
| or | MGTP31204 Ethique et décision |
| | <i>MGTP31205 Ethics and Decision-making</i> |
| or | MGTP31210 Mise en scène du comportement |
| | <i>MGTP31211 Behaving in public: a Training</i> |

- **3 elective courses among the following courses:**

The students would ideally take one course in each below set of courses, but this should not be compulsory.

On negotiation, posture, dialogue :

- | | |
|----|---|
| or | DEVD31300 Eloquence et rhétorique, savoir faire un bon discours |
| | <i>DEVN31130 Négociation et démocratie locale</i> |
| or | DEVN31140 Atelier de négociation |
| | <i>DEVN31141 Negotiation Workshop</i> |
| or | MKGC31442 Sémiotique et communication |
| | <i>MKGC31443 Semiotics and Communication</i> |

On the « city », or whole picture: business as embedded in society:

- | | |
|----|---|
| or | CPR031205 <i>Geopolitics in Asia (Singapore)</i> |
| | <i>CPR031330 Managing in Complexity</i> |
| or | DEVC31134 Etat et gouvernance |
| | <i>DEVD31227 Law and Globalisation</i> |
| or | DEVN31230 Géopolitique et grands enjeux de la mondialisation |
| | <i>DEVN31300 Dialogue entre parties-prenantes et co-développement dans les pays émergents</i> |
| or | DEVN31301 <i>Companies and Sustainable Development: Ethics, Business and Corporate Responsibilities</i> |
| | <i>ECOI31302 Economie de marché au service de l'homme ? Eclairage humaniste et religieux</i> |
| | <i>ECOI31305 Business History</i> |

On “humans” and related stakes:

- | | |
|----|--|
| or | MGPT31201 <i>Personality theory</i> |
| | MGTP31300 Genre, économie et politique |
| or | MGTP31301 <i>Gender, Economy and Politics</i> |
| | MGTP31324 Transhumanisme : enjeux économiques, sociaux et philosophiques |

■ Application Process

In the context of the MiM, the students should apply beginning of each academic year, in order to be able to take the courses during the whole year – either T1, T2 or T3.

Application online (MyEssec).

Filière Philosophie et stratégie pour l'innovation responsable

Responsable : Xavier PAVIE, professeur ESSEC

Assistante : Jennifer RODRIGUES DA SILVA - rodriguesdasilva@essec.edu – 01.34.43.32.08

Informations clés sur la filière :

Nombre de cours obligatoire(s)	7
Rapportant au total	7 UV

Nombre d'UV au total à obtenir pour valider la filière	7 UV
---	-------------

La filière « Philosophie et Stratégique pour l'innovation responsable » a pour objectif de former les étudiants à comprendre ce qu'est l'innovation pour aider les organisations à survivre et se développer, tout en tenant compte des enjeux environnementaux, sociaux, sociétaux et philosophiques que cela peut poser. Cette filière associe donc des cours d'innovation avec des enseignements tournés vers l'éthique et la responsabilité.

Cette filière aidera les étudiants à comprendre pourquoi il faut innover, dans quels contextes et comment il faut innover (de l'émergence d'idées à la gestion et au marketing de l'innovation). Dans le même temps il s'agira de s'interroger sur les limites de l'innovation : doit-on innover à tout prix ? Quelles conséquences directes (et indirectes) de l'innovation sur les clients et usagers, l'environnement, l'ensemble des écosystèmes ?

Cette filière singulière mêle ainsi autant les questions managériales autour de la croissance, le développement économique et la performance, que les questions philosophiques que l'innovation soulève en termes d'éthique et de responsabilité.

La filière s'adresse aux étudiants qui souhaitent :

- Suivre une carrière dans l'innovation, l'entrepreneuriat, le développement de produit ou service dans des secteurs privés comme publics, dans des organisations non gouvernementales ou des associations avec une composante éthique (concernant l'environnement, les enjeux politiques et humains) forte.
- Acquérir des compétences profondes dans la gestion des organisations à travers l'angle de leurs développements (offres, produits, services, organisation, commercialisation), tout en sachant articuler les enjeux philosophiques qu'ils peuvent recouvrir.
- Développer ou approfondir leurs connaissances philosophiques en partenariat avec une institution majeure dans ce domaine et s'interroger sur l'orchestration avec les enjeux managériaux

■ Programme d'enseignement

Les étudiants sont tenus de suivre :

Programme d'enseignement ESSEC (3 UV) :

3 cours électifs parmi :

- | | |
|--------------|--|
| MGTM31356 | Management de l'innovation |
| ou MGTM31357 | <i>Innovation management</i> |
| MGTP31324 | Transhumanisme enjeux philosophiques, économiques et sociétaux |
| MOPI31201 | <i>Philosophy and strategy of responsible innovation</i> |

- ou MOPI31202 Philosophie et stratégie pour l'innovation responsable
MOPR31600 UV de recherche personnelle
ou MOPR31601 Personal Research UV

Programme d'enseignement à l'ICP (+ TD) : semestre 2 (4 UV)

- Philosophie politique : cours « L'utopie »
- Philosophie des Sciences : cours « La naissance de la science moderne »
- Science et éthique : cours « pensée une éthique clinique »
- Philosophie de la religion : cours « Métaphysique de l'argent »

A noter :

- Équivalence : l'échange d'un semestre à l'ICP est intégré à la filière et est valorisé à hauteur de 4 UV. La filière se décompose donc en 3 UV à l'Essec et 4 UV pour l'échange à l'ICP
- Il n'est pas possible de réaliser l'échange sans être inscrit à la filière
- L'échange à l'ICP suppose de suivre et valider tous les cours et TD sur un même semestre
- Les cours ESSEC peuvent être suivis à Cergy ou à Singapour. La filière peut être combinée avec le track *Innovation, Entrepreneurship & Sustainability* au sein du campus de Singapour
- Les enseignements à l'ESSEC sont dispensés en français ou en anglais.

Inscription et validation de la filière Philosophie et stratégie pour l'innovation responsable

Les étudiants souhaitant suivre la filière devront obligatoirement s'inscrire auprès de Jennifer RODRIGUES DA SILVA (rodriguesdasilva@essec.edu).

Un certificat est délivré à l'issue de la validation de la filière.

Marketing

Leading a Beauty Brand Chair

Executive Director: Véronique DRECQ, ESSEC adjunct professor:

Assistant: Amélie KANGNI – kangni@essec.edu

IMPORTANT: All mandatory courses are taught in English

Key Information on the track:

Number of mandatory course(s)	2
Awarding	2 UV
Number of chair seminar(s)	2
awarding	2 UV
Number of elective course(s)	2
Awarding	2 UV
Total number of credits (UV) required for the Chair graduation	6 UV

■ Preliminary note:

The chair is offered **from January to June**

Any Master student from Grande Ecole or advanced MMD Mastère may register (Applications files must be submitted by October 1st – CV – Grades statement – motivation letter).

■ Context

The world of global beauty is a rapidly changing industry with significant and exciting growth potential. New shopping dynamics and changing consumer preferences – including omnichannel and interconnected shopping, tailored/personalized beauty, and rising expectations of sustainability beauty innovation – have created new opportunities for aspiring students in marketing, beauty, retail and / or branding to impact the future of global beauty.

■ Objectives

The Chair intends to gather expertise from its ESSEC community to inspire the future of beauty. The program will open the doors of the beauty to its students and provide them with a full view of beauty sector end-to-end and the tools to build careers across areas such as marketing, communications, retail and brand leadership.

The main objective of this Chair is to help students understand the breadth and scope of the beauty of industry, the significant trends that impact its ongoing evolution, the skillsets it takes to lead a beauty brand today and in the future, while helping students realize the potential of a career in the industry.

■ Courses

▪ 2 mandatory courses:

MKGC31201 Building a Beauty Brand

*MKGC31205 Activating a Beauty Brand**

*Taking the course Building a Beauty Brand before Activating a Beauty Brand is a prerequisite

■ 2 Chair seminars:

- MKGS31403 New Beauty Insights*
MKGS31405 New Challenges within the Beauty World

■ 2 elective courses among:

- IDSI31341 E-Business Strategy and Operations*
ISDI31401 SAS Tools for Predictive Analysis
MKGC31125 Comportement du consommateur
or *MKGC31126 Consumer Behavior*
MKGF31208 Développement des marques de luxe
or *MKGF31209 Luxury Brand Development*
MKGF31241 Branding Socio-cultural Perspective
MKGF31304 Introduction de Design de produits et services
MKGM31412 Anthropologie des marques de luxe
or *MKGM31413 Anthropology of Luxury Brands*
MKGS31469 Luxury Retail Management

A 6 months internship in the beauty sector company (anytime during the ESSEC curriculum)

■ Conferences and Network

Students are invited to attend conferences organized by the ESSEC Leading a Beauty Brand chair's team where key notes speakers exposed their views and new positions related to the beauty sector's moves.

■ Contact: Véronique DRECOQ (veronique.drecq@essec.edu)



This project is supported
by CY Initiative

Chaire d'Économie Urbaine

Professeur titulaire : Franck VALLERUGO, professeur ESSEC

Assistante : Dominique BERBIS – berbis@essec.edu – 01.34.43.30.20

Informations clés sur la chaire :

Durée du cursus de la chaire	1 année académique
Nombre de séminaire de chaire obligatoire	1 (T2 et T3)
Rapportant au total	1 UV
Nombre de séminaire d'application obligatoire	1 (T2 et T3)
Rapportant au total	1 UV
Nombre de cours obligatoires, hors séminaires	5
Rapportant au total	5 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour être diplômé de la chaire	7 UV

■ Introduction et objectifs

C'est parce que les villes apparaissent aujourd'hui comme le lieu privilégié où l'activité économique naît et se développe que l'ESSEC a créé la chaire d'Économie Urbaine de l'ESSEC.

Lieu d'enseignement, de recherche et de rencontre, la chaire est soutenue et animée par :

- Le Groupe Veolia Environnement
- Le Cabinet de conseil Algoé
- CEETRUS (foncière d'Auchan)
- Le Conseil Départemental des Yvelines
- Le Conseil Départemental du Val d'Oise
- La Communauté d'agglomération de Cergy-Pontoise
- AREP
- Cabinet CALIA Conseil
- CITALLIOS
- FRANCE URBAINE
- EDF
- ENEDIS
- ESPELIA
- EUROPACITY
- Ville de Cergy

La chaire d'Économie Urbaine se caractérise par une forte complémentarité entre un enseignement théorique sur les fondamentaux de la gestion urbaine et l'acquisition d'expérience professionnelle publique et privée au service des villes et des territoires par des stages et des apprentissages, la rencontre de professionnels et d'élus.

Ces échanges donnent aux étudiants l'occasion de mieux connaître les services publics locaux et nationaux (collectivités locales, agences d'urbanisme et de développement économique, entreprises publiques, etc.) et les entreprises dont le métier est lié à la ville (grands groupes de services urbains, cabinets de conseil et banques spécialisées, aménageurs et promoteurs, etc.). Dans ses enseignements et ses travaux de recherche, la chaire d'Économie Urbaine s'attache à comprendre et améliorer les partenariats entre acteurs publics et privés, à renforcer l'expertise et

les modes de management de ces deux types d'acteurs, publics et privés, qui œuvrent ensemble et souvent contractuellement au service des villes et des territoires.

L'étude des localisations des entreprises, des contrats de délégation de service public, des moyens de mise en œuvre de politiques publiques durables dans les territoires, du rôle du commerce dans les villes mais aussi l'évaluation des politiques publiques ou la pertinence des modèles économiques des entreprises de service sont autant de sujets qui entrent dans le champ des préoccupations de la chaire.

Ainsi, par la formation et l'expérience qu'ils acquièrent dans ces domaines, les étudiants de la chaire sont préparés à maîtriser la complexité et l'interdépendance des décisions d'investissement et de gestion des entreprises et des villes. Ils sont ainsi plus à même de répondre aux attentes des collectivités locales et des entreprises qui exigent cette double culture. Ils peuvent ainsi participer à leur manière et de façon plus efficace au grand débat mondial du XXI^e siècle, celui de l'avenir des villes.

■ Autres activités de la chaire

Depuis 2018, la chaire d'économie urbaine a créé en son sein et en étroite collaboration avec CEETRUS (foncière d'Auchan) une **nouvelle chaire ESSEC-CEETRUS spécialisée en urbanisme et immobilier commercial**.

Dans la continuité des centres d'intérêt de la chaire d'économie urbaine, cette chaire d'enseignement et de recherche réfléchit aux évolutions constatées et futures de la place et de la forme du commerce dans la ville et à son influence sur le développement des territoires, tout particulièrement à l'heure de la transition numérique

■ Programme d'enseignement de la chaire

L'enseignement dispensé par la chaire s'inscrit dans le cursus normal de l'ESSEC. Il porte sur les bases de l'économie régionale et urbaine, la gestion des villes et des territoires, les mutations économiques et technologiques, le marketing urbain, la concertation public-privé et la production architecturale et urbanistique des villes, le commerce et la ville. Des stages et voyages d'immersion dans des centres de décision locaux complètent la formation.

Les étudiants suivront 5 cours obligatoires, un séminaire spécifique aux étudiants de la chaire, ainsi qu'un séminaire d'application et s'engagent sur une période d'un an.

- **1 séminaire de chaire obligatoire :**

DEVC31408 Séminaire de chaire d'économie urbaine

Le séminaire de chaire est dispensé de janvier à juin, le mercredi de 17h à 20h (*présence obligatoire*) à raison de deux conférences par mois en moyenne.

Ce séminaire leur permet de rencontrer des personnalités de premier plan dans les domaines d'application de la chaire. L'inscription s'effectue au T2 et T3 de l'année N.

Dans le cadre de ce séminaire, chaque année, **un voyage d'immersion** de quelques jours est organisé dans une ville française ou étrangère. Il offre aux étudiants l'occasion de rencontrer sur place les responsables de la vie économique et publique d'une grande cité ou d'une collectivité. Pour ne citer que les derniers voyages, ceux-ci ont eu lieu à Amsterdam en 2014 Tanger en 2015, Barcelone 2016, Rabat 2017, Helsinki/ST Pétersbourg 2018 et à New Delhi 2019.

- **1 séminaire d'application obligatoire (réservé aux étudiants admis à cette chaire) :**

DEVC31406 Séminaire d'application d'économie urbaine

- **5 cours obligatoires :**

DEVC31110 Acteurs publics*

DEVC31202 Les modes de gestion des collectivités et des services urbains*

* *ces deux cours devront être suivis dans cet ordre*

- DEVC31114 Economie urbaine et régionale**
 DEVC31204 Marketing urbain**
****ces deux cours devront être suivis dans cet ordre**
 DEVN31130 Négociation et démocratie locale

- **3 cours très fortement conseillés :**

- DEVC31208 Urbanisme et aménagement
 DEVC31212 Politiques publiques locales
 DEVD31402 Séminaire de département DEV en 2020-2021 :
 « *Le commerce et la ville de demain* » ?

- **Expérience professionnelle**

Par ailleurs, tout étudiant de la chaire doit réaliser au moins **un stage** ou **un apprentissage** entrant dans le champ de compétence de la chaire au cours de sa scolarité.

- **Procédure de recrutement**

Une vingtaine d'étudiants peuvent être admis à suivre la chaire. Un appel à candidatures accompagné d'une note d'explication est diffusé à la fin de l'année académique.

Chaire Immobilier et Développement Durable

Professeur titulaire : Ingrid NAPPI, professeur ESSEC
 Coordinatrice : chaire-immo@essec.edu - 01.34.43.30.86
www.essec-immobilier.com

Informations clés sur la chaire :

Durée du cursus de la chaire	1 année universitaire
Nombre de séminaire(s) de chaire obligatoire(s)	1 (T2 et T3 année N)
Rapportant au total	1 UV
Nombre de séminaire(s) d'application obligatoire(s)	1 (T2 et T3 année N)
Rapportant au total	2 UV
Nombre de cours obligatoires, hors séminaire(s)	2
Nombre de cours électif	1
Rapportant au total	3 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour être diplômé de la chaire	6 UV

- **Objectifs**

Créée en 2003, la chaire Immobilier et Développement Durable, aujourd'hui en partenariat avec ALLIANZ Real Estate, FREY, GECINA, PERIAL, VINCI Energies et VINCI Immobilier, a pour objectif de favoriser à la fois l'enseignement et la recherche en économie, finance et management de l'immobilier en accord avec les contraintes actuelles de développement durable. Elle répond à un contexte immobilier en profonde mutation depuis quelques années avec l'arrivée de nouveaux acteurs et la globalisation des marchés de l'immobilier (immobilier de bureaux, de centres commerciaux, logistique, d'hôtellerie et centres d'affaires). L'ESSEC est aujourd'hui la seule grande école de gestion en France et parmi les premières en Europe, à créer ce pôle de compétence dans la gestion, l'économie et la finance de l'immobilier pour des étudiants en formation initiale.

L'immobilier est en profonde mutation depuis quelques années :

- Les marchés immobiliers sont aujourd'hui porteurs et en croissance (immobilier de tourisme, résidentiel et d'entreprise) : de nouveaux acteurs interviennent sur les marchés immobiliers

(facility manager, asset manager, property consultant) et des nouveaux métiers se créent à partir d'une culture immobilière économique et financière.

- Le poids de l'industrie immobilière dans l'économie, à la fois par son effet de relance dans le PIB et par ses effets d'entraînement sur les autres secteurs de l'économie ou encore en termes financiers par la masse des capitaux mis en jeu, en fait un secteur très particulier avec une logique de fonctionnement qui lui est propre et qui nécessite le développement de l'économie et de la finance immobilière en tant que discipline à part entière. Les produits et les acteurs se sont largement diversifiés depuis la globalisation et la financiarisation du secteur. Or les projets immobiliers concourent largement à produire la ville. Découvrir les logiques sous-jacentes au secteur, apprendre à étudier la situation d'un marché et introduire la durabilité dans les nouveaux projets.
- La fonction immobilière de l'entreprise évolue et a besoin aujourd'hui de prendre en compte des problématiques globales et financières dans leur mode de gestion de leur immobilier (cession, externalisation). Quel que soit leur secteur, les entreprises ont besoin d'immobilier pour exercer leur activité, celui-ci représentant en général de 25 à 40 % des actifs des sociétés et le second poste de dépenses après les salaires.
- La finance de l'immobilier est en pleine évolution : les banques utilisent aujourd'hui, dans un contexte de financiarisation de l'immobilier, les actifs immobiliers comme un nouveau relais de croissance et investissent massivement le secteur immobilier (comme gestionnaires d'actifs, comme banque d'investissement, conseil immobilier ou maîtrise d'ouvrage).
- Dans un contexte de globalisation des économies et de développement des régions capitales, les collectivités locales s'intéressent également de plus en plus à la gestion de leur patrimoine public ou privé et au développement économique de leur territoire.
La connaissance des logiques économiques et financières par les acteurs sur les marchés immobiliers constitue un atout majeur pour le succès des opérations d'aménagement urbain.
- Le secteur immobilier est stratégiquement associé aux problématiques de développement durable et aux défis environnementaux suite à la mise en place du Grenelle de l'Environnement. Au-delà des objectifs financiers, les projets immobiliers sont l'opportunité d'aborder des problématiques transversales telles que l'organisation interne, l'usage des nouvelles technologies, les nouveaux modes de travail, la fidélisation des collaborateurs, le management de la marque, les enjeux sociétaux.

Programme d'enseignement de la chaire

Les activités pédagogiques de la chaire s'étalent sur une année (soit deux trimestres de janvier à juin), et reposent sur une formation théorique et appliquée, individuelle et collective.

Les étudiants sélectionnés suivent les cours spécifiques de la chaire, ainsi que deux séminaires d'applications et d'enseignements dispensés aux deuxième et troisième trimestres.

- Deux séminaires obligatoires réservés aux étudiants admis à cette chaire :**

DEVI31430 Séminaire d'application d'analyse immobilière
DEVI31433 *Real Estate Chair Seminar*

- Deux cours obligatoires :**

DEVI31130 Analyse des marchés immobiliers
DEVI31256 Management de l'immobilier de l'entreprise

- Un cours au choix parmi :**

DEVI31233 *International Property Market Analysis*
DEVI31250 Montage d'opérations immobilières
DEVI31254 Investissements immobiliers

Expérience professionnelle

Les étudiants doivent effectuer un stage de 6 mois ou apprentissage, vivement recommandé chez l'un des partenaires de la chaire dans le secteur du management, du conseil, de la finance ou du montage d'opérations immobilières en France après le cursus de la chaire.

Autres activités de la chaire

La chaire se veut un foyer de recherches, d'enseignements et de réflexions. Il est attendu des étudiants qu'ils participent à la vie associative de la chaire. Les étudiants sont invités à participer à plusieurs salons professionnels de renommée internationale tels que le GRI Summit et le MIPIM (salon international de l'immobilier à Cannes).

Sont également organisés des événements rencontres avec les anciens de la chaire, les conférences du Club ESSEC Pierre, ainsi qu'un voyage d'étude de chaire à l'étranger (Londres 2013, Berlin 2014, Milan 2015, Amsterdam 2016, Londres 2017, Milan 2018, Berlin 2019).

Pour plus d'informations, consulter le site web : www.essec-immobilier.com.

La filière Immobilier – RICS (voir chapitre « Filières & Cursus ») est ouverte uniquement aux étudiants de la chaire Immobilier et Développement Durable qui ont validé la chaire et qui souhaitent accéder au titre de *Chartered Surveyor* délivré par la RICS.

Procédure de recrutement

La chaire s'adresse aux étudiants MiM 1, 2 et 3 intéressés par le secteur de l'immobilier et par ses nouvelles problématiques.

Vingt à vingt-cinq étudiants sont sélectionnés par année sur dossier et sur entretien.

Les dossiers de candidature sont à remplir en ligne via l'AOL (Application OnLine) avant début octobre 2020.

Deux sessions d'entretiens sont organisées : la première en juin, la seconde en octobre.

La session de juin est destinée aux étudiants indisponibles en octobre (stage, échange à l'étranger).

English version

Key informations on the chair	
Duration of the chair	1 Academic year
Number of mandatory Chair seminar	1 (T2 et T3)
Awarding	1 UV
Number of mandatory application seminar	1 (T2 et T3)
Awarding	2 UV
Number of mandatory courses	2
Number of elective course	1
Awarding	3 UV
Total number of credits (UV) required for the chair graduation	6 UV

Objectives

Created in January 2003, the Real Estate and Sustainable Development Chair aims to support both teaching and research in the economy, financing and management of the real estate industry while taking into account those issues where sustainable development is at stake.

In 2018/19 the Chair is sponsored by 6 Partners: ALLIANZ Real Estate, FREY, GECINA, PERIAL, VINCI Energies et VINCI Immobilier.

Real estate has undergone profound changes in recent years

- Real estate markets are buoyant and growing (tourist, residential and corporate real estate): new players intervene in the property markets (facility manager, asset manager, property consultant) and new businesses are created from an economic and financial real estate culture.
- The weight of the real estate industry in the economy, both by its stimulus of the GDP and its spillover effects on other sectors of the economy or in financial terms by the enormous amounts of capital that are at stake, makes it a very particular sector with its own operating logic, which demands that the development of the real estate economy and finance be considered a discipline in its own right.
Products and players have diversified widely since the globalization and financialization of the sector. However, real estate projects largely contribute to shaping the city, discover the underlying logic of the sector, learn how to study the situation of a market and introduce sustainability into new projects.
- The real estate function of the company is evolving and today needs to take into account global and financial issues in the management of their real estate (sales, outsourcing). Regardless of their sector, companies need real estate to carry on their activities, as it generally represents 25 to 40% of the companies' assets and the second item of expenditure after wages.
- Real estate finance is evolving: today, in a real estate financialization context, banks are using real estate assets as a new source of growth and are investing heavily in real estate (as asset managers at an investment bank, real estate consultancy or project management).
- In a context of the globalization of economies and development of capital regions, local authorities are also increasingly interested in the management of their public or private heritage and the economic development of their territory.
Being knowledgeable about the economic and financial logics of real estate markets is a major asset for the actors in those markets to guarantee the success of urban development operations.
- The real estate sector is strategically associated with sustainable development issues and environmental challenges following the setting up of the 'Grenelle de l'Environnement'. Beyond financial objectives, real estate projects are the opportunity to address cross-cutting issues such as internal organization, the use of new technologies, new ways of working, retention of employees, brand management, societal issues.

Chair Teaching Program

The teaching activities of the Chair are spread over one year (two terms from January to June), and are based on theoretical and applied training, in individual and group modes. The selected students take the specific courses of the Chair, as well as two seminars of applications and teaching given in the second and third trimesters.

Two mandatory seminars reserved for students admitted to this Chair:

- DEVI31431 Real Estate Analysis Application Seminar*
DEVI31433 Real Estate Chair Seminar

- **Two mandatory courses :**

- DEVI31129 Real Estate Economics*
DEVI31257 Corporate Real Estate Management

- **One elective course to be chosen among the following :**

- DEVI31233 International Property Market analysis*
DEVI31251 Real Estate Development
DEVI31255 Real Estate Investments

■ Professional experience

Students must complete a six-month internship or apprenticeship, strongly recommended by one of the partners of the Chair in the sectors of management, consulting, finance or assembly of real estate operations in France after the end of the course, from July.

■ Other activities of the Chair

The Chair is intended to be a focus for research, teaching and reflection. Students are invited to participate in several international trade fairs such as the GRI Summit and the MIPIM (International Real Estate Exhibition in Cannes). Meetings with the alumni of the Chair are also organized, the lectures of the Pierre ESSEC Club, as well as a study visit abroad (London 2013, Berlin 2014, Milan 2015, Amsterdam 2016, London 2017, Milan 2018 and Berlin 2019).

For more information, visit the website: www.essec-immobilier.com

The real estate track - RICS is open only to the students of the Chair in Real Estate and Sustainable Development who have passed the Chair and who wish to access to the title of Chartered Surveyor issued by RICS.

■ Recruitment procedure

The Chair is for MiM students 1, 2 and 3 interested in the real estate sector. About thirty students are selected each year. Application files have to be filled on the AOL (Application OnLine) or can be requested by mail at chaire-immo@essec.edu and must be submitted by October 2020.

Two sessions of interviews are organized: the first in June, the second in October. The June session is for students who are not available for interviews in October (internship, exchange, abroad).

Chaire Workplace Management

Contacts

nappi@essec.edu

Tél. +33 (0)1 34 43 31 86

Port. +33 (0)6 18 16 82 07

Website

workplace-management.essec.edu

Réseaux sociaux

Twitter : [@IngridNappi](https://twitter.com/@IngridNappi)

LinkedIn : Ingrid Nappi

CE QUE VOUS NE VERREZ PAS AILLEURS

Un dialogue fructueux entre la recherche académique et les professionnels du workplace management.

OBJECTIFS

Avec le développement du numérique, l'usage des espaces de travail connaît une révolution qui bouleverse les grands schémas de l'immobilier d'entreprise ainsi que le fonctionnement et la stratégie de nos entreprises.

L'ESSEC Business School se situe au carrefour de trois communautés : le monde des entreprises d'abord, le monde académique ensuite et enfin celui de ses étudiants qui sont les managers de

demain. Aussi, l'ESSEC a la possibilité et la volonté de travailler avec ces trois mondes afin de comprendre et d'anticiper les évolutions en cours et à venir.

La Chaire Workplace Management est une Chaire de recherche, créée en partenariat avec Kardham et Nexity, qui a pour objectif d'étudier comment les nouvelles formes d'organisation de l'espace de travail influencent le management, la performance des employés, et les stratégies des entreprises.

Elle est dédiée au management de l'immobilier d'entreprise qui, malgré le fait qu'il représente le deuxième poste de dépenses des entreprises après les salaires, est très peu étudié ni enseigné dans le management général des entreprises. Nous avons plusieurs objectifs de recherches, notamment la mesure de la performance des différents types d'espace de travail et des nouveaux modes de travail, l'étude du coût global de ces espaces de travail ainsi que l'influence des nouvelles technologies, notamment les objets connectés, sur la productivité des espaces de leurs occupants.

NOS PARTENAIRE(S)

La Chaire bénéficie du soutien de Kardham et Nexity depuis sa création.

AXES DE RECHERCHE

Performances des espaces de travail

L'optimisation de la performance de l'espace de travail est au cœur de la stratégie des directions immobilières. Cependant, il n'existe aujourd'hui pas de consensus sur la définition ni sur la meilleure façon de mesurer la performance d'un espace de travail. Par conséquent, préciser le concept de performance d'un espace de travail et aussi le mesurer porte un intérêt à la fois académique et managérial. Dans ce cadre, créer, développer et tester une méthode d'évaluation de la performance d'un espace de travail répond à ces intérêts.

Les nouveaux modes de travail (flex-office et coworking)

Les entreprises font de plus en plus face à une concurrence accrue sur leurs marchés mais aussi dans le recrutement de jeunes talents, ce qui les pousse à être plus innovantes et à créer des espaces de travail attractifs. La pression des coûts immobiliers et le constat qu'une partie importante des postes de travail n'est pas occupée durant une grosse partie de la journée ont favorisé l'apparition du flex-office ou "espace de travail dynamique" au sein des entreprises. De plus, des grands groupes délocalisent certaines branches de leur organisation vers des entreprises et espaces de co-working. Le recours au flex-office ou au co-working précédé d'une revue des méthodes de travail au sein des équipes est aujourd'hui vu comme une solution pour réduire les coûts, renforcer leur attractivité auprès des jeunes talents et favoriser la créativité et l'innovation au sein des équipes.

Plusieurs questions se posent, et parmi elles :

- Quels sont les bénéfices pour l'entreprise à long terme ?
- Les nouveaux formats permettent-ils d'améliorer à court, moyen et long terme la satisfaction et l'engagement des employés envers les objectifs de l'organisation ?

La technologie digitale et les objets connectés

Les médias, les experts et le monde académique sont unanimes quant aux impacts de la technologie digitale et des objets connectés sur la façon dont les organisations travaillent et font du business. Cependant, ils restent encore des questions importantes à résoudre avant sa généralisation à toutes les entreprises. Parmi celles-ci, le développement de méthodologies d'analyse des données générées par les objets connectés, la mesure de ses impacts sur la

performance des organisations et de ses salariés, la question de l'éthique et l'utilisation des données collectées par des entreprises.

Vous souhaitez soutenir nos recherches ?

La Chaire est ouverte à l'arrivée de nouveaux partenaires dans l'aventure !

Filière Immobilier-RICS

Directeur pédagogique : Ingrid NAPPI, professeure ESSEC

Coordinatrice: chaire-immo@essec.edu – 01.34.43.30.86

www.essec-immobilier.com

Informations clés sur la filière :

Nombre de séminaires obligatoires	2
Rapportant au total	3 UV
Nombre de cours obligatoires	5
Rapportant au total	5 UV
Nombre de cours électifs	1
Rapportant au total	1 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour valider la filière	9 UV (voir le détail dans la brochure)

■ Présentation générale

La Filière Immobilier est **ouverte uniquement aux étudiants ayant validé la Chaire Immobilier et Développement Durable** et qui souhaitent accéder au titre de Chartered Surveyor. La RICS (Royal Institution of Chartered Surveyors) a accrédité l'ESSEC MSM, Filière Immobilier en Juillet 2008 et ré-accréditée en 2018. Il s'agit de l'un des 13 cours accrédités en France. Cette accréditation permet aux étudiants diplômés de s'inscrire comme stagiaires à la RICS lorsqu'ils sont en activité afin de rejoindre l'institution des Chartered Surveyors.

■ Présentation de la RICS

La « Royal Institution of Chartered Surveyors », RICS, est un organisme international d'origine britannique qui a pour objet de valoriser, promouvoir et développer, notamment par la communication, les professions liées à l'immobilier et à la construction. La RICS compte 130 000 membres dans le monde entier, dans près de 150 pays.

■ Cours de la filière

Seront diplômés de la filière Immobilier-RICS, les étudiants ayant :

- **validé la chaire Immobilier et Développement Durable**
- **validé l'ensemble des cours fondamentaux de l'ESSEC**
- **et suivi et validé l'ensemble des cours ci-dessous :**

DEVI31130 Marchés et produit immobiliers

DEVI31233 *International Property Market Analysis*

DEVI31250 Montage d'opérations immobilières

ou DEVI31251 *Real Estate Development*

DEVI31254 Investissements immobiliers

ou DEVI31255 *Real Estate Investments*

DEVI31256 Management Immobilier de l'Entreprise

- **1 cours au choix parmi ces cours :**

DEVC31208 Urbanisme et aménagement

DEVC31252 Droit de l'urbanisme, de l'immobilier et de l'environnement

Deux des cours listés peuvent-être validés par une UV de recherche (*dans la limite des 2 UV de recherche personnelle maximum dans la scolarité*).

- **Cours optionnel** ouvert aux étudiants de la filière Immobilier-RICS qui souhaitent le suivre :

FINM32212 Real Estate Finance

Real Estate-The RICS Track

Pedagogical Director: Ingrid NAPPI, professor ESSEC

Coordinator : chaire-immo@essec.edu – 01.34.43.30.86

www.essec-immobilier.com

Key informations :

Number of mandatory seminars	3
Awarding	4 UV
Number of mandatory courses	5
Awarding	5 UV
Total number of credits (UV) required for the track graduation	9 UV

■ Presentation

The Real Estate Track is open only to those students who have completed the Real Estate and Sustainable Development Chair successfully and who wish to become accredited Chartered Surveyors. The RICS, (The Royal Institution of Chartered Surveyors), accredited the ESSEC MSM Real Estate Track in 2008 and re-accredited in 2018. It is one of thirteen such courses accredited in France. Being accredited by RICS enable student graduates to enroll as trainee surveyors of the RICS while working so that they may become members of the RICS.

■ What is the RICS ?

The « Royal Institute of Chartered Surveyors », RICS, is an international professional organization that originated in the UK. Its mission is to enhance, promote and advance professions related to land, property and construction in particular in terms of communicating about them. The RICS has 130.000 members in almost 150 countries in the world.

■ Courses

To complete the RICS Track successfully students must pass

- All the Real Estate and Sustainable Development Chair courses and seminars (cf.Chair Description)
- **All the core courses of ESSEC**
- **And pass 3 additional courses :**

DEVI31233 International Property Market Analysis

DEVI31251 Real Estate Development

DEVI31255 Real Estate Investments

- Should may, if they wish, take a non-mandatory elective that will not affect the outcome of the RICS Track :

FINM32212 Real Estate Finance

Filière Droit

Co-Responsables : Viviane de BEAUFORT et Geneviève HELLERINGER, professeures ESSEC

Assistante : Dorothee QUITTELIER – quittelier@essec.edu – 01.34.43.28.94, pôle Droit

Informations clés sur la filière :

Nombre de cours obligatoire(s)	3
Rapportant au total	4 UV
Nombre de cours électifs par option	3
Rapportant au total	3 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour valider le cursus	7 UV

L'ESSEC offre un **cursus** spécial de préparation à la pratique du droit qui a pour objectif de donner aux étudiants une formation leur permettant de devenir avocats ou juristes, en complémentarité étroite avec leur formation à l'université de droit.

Les cours obligatoires réservés au cursus Droit se déroule sur deux trimestres (T2 et T3) : les étudiants sélectionnés pour commencer le cursus au T2 de l'année n sont libres de prévoir des interruptions pour stage ou séjour à l'étranger et de poursuivre par exemple au T3 de l'année n+1. La sélection a lieu mi-octobre sur la base des candidatures déposées à partir de début septembre.

Candidatures : Application online MyEssec (CV + relevé de notes de droit de Pré-Master + nom de l'intervenant + moyenne des cours de gestion + lettre de motivation)

Le nombre de places est limité et les étudiants sont prévenus par e-mail de leur admissibilité (pas de recours en cas de réponse négative) ; ils seront alors inscrits au 1^e cours du cursus dispensé au T2 : DEVD31232 Filière Droit – Droit civil 1. Ce cours a le statut de cours fondamental (validation du 9^{me} cours fondamental).

- **Suivant leurs résultats au cours DEVD31232 Filière Droit – Droit civil 1, les étudiants seront déclarés définitivement admis dans la filière Droit et suivront les cours suivants :**

DEVD31114 Droit pénal, pénal des affaires et compliance
 DEVD31234 Filière – Droit civil 2 : obligation : responsabilité & contrat

Ensuite une spécialisation (ou plusieurs) parmi 4 est choisie et validée par la réussite de 3 cours parmi ceux proposés :

Spécialisation : Droit des affaires - 3 cours parmi :

DEVD31132	Droit fiscal interne et international
DEVD31136	Droit des société et fiscalité (cours fondamental)
ou DEVD31137	<i>Corporate and Tax Law</i>
DEVD31216	Droit de la concurrence (requis pour l'accès à certains M2)
ou DEVD31217	<i>Competition Law</i>
DEVD31220	Droit bancaire et financier
ou DEVD31221	<i>Financial and Corporate Governance</i>
DEVD31224	Droit des groupes et Gouvernance d'entreprise
DEVD31250	Droit ingénierie financière
ou DEVD31251	<i>Law & Corporate Finance</i>

Spécialisation : Droit public (à articuler avec la filière Affaires Publiques) 3 cours parmi :

- | | |
|----|--|
| ou | DEVD31122 Citoyen, droit et politiques de l'Europe
<i>European Law, Policies & Citizens</i> |
| | DEVD31130 Droit public de l'entreprise |
| | DEVD31244 Droit, Lobbying et stratégie d'influence (requis pour l'accès à certains M2 et écoles du barreau) |

Spécialisation : Droit européen 3 cours parmi :

- | | |
|----|---|
| ou | DEVD31122 Citoyen, droit et politiques de l'Europe
<i>European Law, Policies & Citizens</i> |
| ou | DEVD31216 Droit de la concurrence (requis pour l'accès à certains M2)
<i>Competition Law</i> |
| ou | DEVD31224 Droit des groupes et Gouvernance d'entreprise (requis pour l'accès à certains M2 et écoles du barreau) |
| | DEVD31244 Droit, Lobbying et stratégie d'influence (requis pour l'accès à certains M2 et écoles du barreau) |

Spécialisation : Droit international 3 cours parmi :

- | | |
|----|---|
| ou | DEVD31212 Droit et pratique des affaires internationales
<i>International Business Law</i> |
| ou | DEVD31220 Droit bancaire et financier |
| ou | DEVD31221 <i>Financial and Corporate Governance</i> |
| | DEVD31224 Droit des groupes et Gouvernance d'entreprise (requis pour l'accès à certains M2 et écoles du barreau)
<i>Law & Globalisation</i> |
| | DEVD31227 Droit, Lobbying et stratégie d'influence (requis pour l'accès à certains M2 et écoles du barreau) |
| | DEVD31250 Droit de l'ingénierie financière |
| ou | DEVD31251 <i>Law & Corporate Finance</i> |

Des cours comme DEVD31300 Éloquence et rhétorique : savoir faire un bon discours sont aussi très utiles.

Cette liste est modifiée régulièrement en fonction du contenu de la licence de l'université de Cergy et des prérequis M2.

■ Partenariats

- Entrée en Licence :**

Un partenariat existe avec l'**université de Cergy** permettant l'entrée en **L3 (licence)** dès la validation du cours réservé au cursus Droit du T3. Pour une entrée dans une autre, se reporter aux conditions d'équivalence qui varient selon chaque université et sont, sans exception connue, moins favorables que notre accord avec Cergy.

- Entrée en M2 directement après la L3 et Double Diplôme :**

Des partenariats avec certains M2 des universités de Cergy, Paris II-Assas, Paris X, Paris XI, Paris-Dauphine, Aix-en-Provence et la faculté de Droit du Luxembourg permettent une admissibilité au niveau des meilleurs M2 sans obligation formelle de validation d'un M1

Attention : admissibilité n'est pas admission. Les étudiants doivent passer et réussir l'oral ou autres épreuves d'admission.

■ Partenariats avec l'EFB (École Française du Barreau) Paris et HEDAC Versailles

Un accord avec l'EFB (Paris) et un autre avec l'HEDAC (Versailles) permet aux étudiants de l'ESSEC de valider une période ESSEC comme Projet Personnel Individuel (PPI),-sur 6 mois (soit 2 trimestres académiques - T2 et T3 à la suite – pendant lesquels doivent être validées 5 UV de Droit ou Négociation, et une UV de recherche à mener sous la direction de Viviane de BEAUFORT dans le cadre du CEDE).

Voir les conditions au pôle Droit du département DEV : quittelier@essec.edu

Une réunion d'information a lieu à la fin de l'année Pre-Master en juin concernant l'entrée dans le Cursus. Des réunions sont ensuite organisées dans le cadre du cursus, notamment en janvier et en avril au moment des orientations. Le pôle Droit met à la disposition des étudiants un document plus détaillé sur la filière et les accords de partenariat.

Affaires publiques : préparation aux concours de la fonction publique

Responsable à l'ESSEC : Hugues BOUTHINON-DUMAS, professeur ESSEC

Secrétariat : Nawel FEKIR – fekir@essec.edu

Département Droit et Environnement de l'entreprise

Informations clés sur la filière :

Nombre de cours obligatoire(s)	1 cours spécifique : « Devenir haut-fonctionnaire »
Rapportant au total	1 UV
Nombre de cours optionnels	3 cours électifs
Rapportant au total	3 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour valider la filière	4 UV

Faire l'ESSEC et poursuivre sa formation par la voie des concours administratifs.

- **1 cours spécifique obligatoire :**

DEV31252 « Devenir haut-fonctionnaire »

- **3 cours au choix parmi les cours suivants (la liste est susceptible d'être modifiée) :**

DEV31110 Acteurs publics

DEV31212 Politiques publiques locales

DEV31122 Citoyen, droit et politiques de l'Europe

or DEV31125 European Law, Policies & Citizens

DEV31130 Droit public de l'entreprise

DEV31132 Droit fiscal interne et international

DEV31244 Droit, Lobbying et stratégie d'influence

DEV31300 Eloquence et rhétorique : savoir faire un bon discours

DEVN31230 Géopolitique et grands enjeux de la mondialisation

ECOA31123 Growth and development

ECOA31157 Monnaie et banque

ECOA31201 Labor Economics and Policy

ECOA31226 Analyse de conjoncture

ECOI31253 International Economics

ECOI31260 Économie de la santé

La haute fonction publique recrute de plus en plus des étudiants issus des grandes écoles de commerce. En France, les plus hautes fonctions sont accessibles par l'École Nationale d'Administration (ENA) qui recrute ses élèves par l'intermédiaire d'un concours très sélectif qui exige en conséquence une préparation adéquate. A côté de l'ENA, il existe d'autres concours de la fonction publique française (Quai d'Orsay, Banque de France, INET, etc.) et des voies spécifiques pour être recruté dans la fonction publique européenne (Commission européenne...) ou internationale (OCDE, UNESCO, Banque mondiale...).

La filière Affaires Publiques de l'ESSEC combine cinq composantes :

- Un cours spécifiquement dédié à la compréhension de l'action publique et à la préparation aux concours de la haute fonction publique (Cours « Devenir haut fonctionnaire »)
 - Un ensemble de cours pertinents pour se préparer aux métiers de la haute fonction publique à suivre au cours de la scolarité à l'ESSEC (cours communs avec les filières Droit, Economie, Négociation et gouvernance internationale et la Chaire d'économie urbaine)
 - Un ou des stages dans le secteur public
 - Un accompagnement personnalisé pour définir une stratégie optimale de préparation des concours et se familiariser avec les métiers du service public
 - Un accès à la prep'ENA de l'École Normale Supérieure et de l'Université Paris I-Panthéon-Sorbonne. Cette année de préparation intensive permet de passer les concours avec les plus grandes chances de succès et délivre un Master 2 « affaires publiques ».
- La première partie de la filière Affaires Publiques se déroule à l'ESSEC après en avoir été admis (candidature auprès du responsable de la filière avec lettre de motivation, CV et entretien). La préparation aux concours de la fonction publique passe ensuite par une préparation adaptée aux projets des candidats (Prep'ENA ENS-Paris I, ou Dauphine ou préparation des concours de la fonction publique européenne, etc.).

- **La Prep'ENA ENS-Paris I permet de valider 7 UV ESSEC.**

Elle est accessible aux étudiants de l'ESSEC en fin de scolarité (dernière année ou année suivant immédiatement la diplomation).

Les étudiants doivent avoir terminé leur apprentissage éventuel avant d'entrer dans la prep'ENA ENS-Paris I.

Négociation et gouvernance internationale

Responsable : Aurélien COLSON, professeur à l'ESSEC et directeur de l'IRENÉ

Secrétariat : IRENÉ – irene@essec.edu – Département Droit et Environnement de l'entreprise / Institut de Recherche et d'Enseignement sur la Négociation.

Informations clés sur la filière :

Nombre de cours obligatoire(s)	2
Rapportant au total	2 UV
Nombre de cours optionnels	3
Rapportant au total	3 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour valider la filière	5 UV

Cette filière a pour objectif d'aider les étudiants de l'ESSEC désireux de se tourner vers des carrières à fort contenu international, en particulier dans les institutions publiques (diplomatie, institutions européennes, organisations internationales) et les grandes organisations non-

gouvernementales (aide technique, développement, solidarité, paix et sécurité, etc.). Elle peut aussi accueillir les étudiants qui visent des postes dans les directions « Relations institutionnelles internationales » des grandes entreprises internationales.

Cette filière contribue à apporter aux étudiants de l'ESSEC qui la suivent :

- **des connaissances académiques**, en particulier sur les grandes dynamiques géopolitiques qui façonnent le monde ;
- **des méthodes pratiques**, en particulier de négociation et de médiation ;
- **le bénéfice d'un réseau**, en particulier pour la recherche de stages, constitué auprès des grandes organisations du secteur (par exemple : Ministère des Affaires Etrangères, Ministère de la Défense, Agence Française de Développement, Commission Européenne, fédérations d'ONG dans le champ de la paix, etc.).

Cette filière s'appuie sur l'expertise et l'expérience capitalisées au sein de l'ESSEC IRENÉ l'Institut de Recherche et d'Enseignement sur la Négociation (IRENÉ Paris, Singapour, Bruxelles). L'IRENÉ s'appuie sur plusieurs partenaires extérieurs, dont le Ministère des Affaires Etrangères, le Ministère de la Défense, *European Peacebuilding Liaison Office, European Institute of Public Administration*, etc.

La filière propose un cycle intégré de cours. Les étudiants ayant rejoint la filière bénéficieront également :

- **d'invitations au Séminaire Interdisciplinaire** de Recherche et d'Echange sur la négociation (SIRENE), dont les quelques 50 éditions à ce jour réunissent à Cergy, Paris ou Singapour des chercheurs et des professionnels intéressés par la négociation ;
- **d'invitations au cycle de conférences de géopolitique**, coordonné par le Professeur Joseph MAÏLA (IRENÉ), lancé en 2015 ;
- **d'invitation au cycle de conférences pratiques « Les métiers de... »**, lancé à la rentrée par l'IRENÉ et le Career Service pour exposer aux étudiants de l'ESSEC les carrières qui s'offrent à eux dans les métiers de la diplomatie, de la défense, du développement international, des institutions européennes, des organisations internationales, du *Peacebuilding*, etc.).

Les étudiants de la filière doivent suivre :

- **2 cours obligatoires :**

- DEVN31140 Atelier de négociation
ou DEVN31141 Negotiation Workshop
DEVN31230 Géopolitique et Grands Enjeux de la Mondialisation

- **3 cours électifs parmi les suivants :**

- DEVC31134 État et gouvernance
DEVD31122 Citoyen,-Droit et politiques de l'Europe
ou DEV31125 European Law, Policies & Citizens
DEVD31244 Droit, lobbying et stratégies d'influence
DEVN31241 Advanced Negotiation Workshop
DEVN31262 Atelier de médiation
ou DEVN31263 Mediation Workshop
DEVN31300 Dialogue entre les parties prenantes et co-Développement des pays émergents
ou DEVN31301 Companies and Sustainable Development: Ethics, Business and Corporate Responsibilities

Inscription :

http://scolarite.essec.fr/pls/PROD/bwskalog.P_DisplLoginNon?essec_wapp=F7

ou directement via MyEssec (CV + lettre de motivation demandés)

Autres programmes / Other programs

Programme CPI

Fondateur du programme : Jean-Claude CHARLET

Responsable pédagogique ESSEC : Emmanuelle LE NAGARD, professeure ESSEC

Directeur CPI : Guillaume LARIEU, guillaume@theschoolab.com – 06.50.50.63.41

Site web: <http://www.creationdunproduitinnovant.com>

Blog: <http://www.creationdunproduitinnovant.com/blog>

*Un programme d'excellence, commun avec Centrale Supélec et Strate
(école de design industriel), pour tous ceux qui se passionnent pour l'innovation,
l'intrapreneuriat et la conduite de projets concrets.*

Informations clés sur le programme :

Durée du programme CPI	6 mois
Nombre de cours obligatoires	2 (1 au T1, 1 au T2)
Rapportant au total	3 UV et 2 mois d'expérience professionnelle.

■ Objectifs

Inspiré d'un cours de Stanford, le programme CPI (Création d'un Produit Innovant) vise à promouvoir les valeurs et méthodologies liées au Design Thinking, à l'Open Innovation, et à l'intrapreneuriat, via la réalisation de projets d'innovation concrets (création de nouveaux produits ou services) destinés à être déployés, pour le compte d'entreprises partenaires.

Le programme CPI crée ainsi des passerelles concrètes entre les étudiants des grandes écoles et les professionnels en faisant travailler des équipes mixtes d'étudiants des trois écoles autour de projets concrets proposés par des entreprises.

Deux cursus ont été développés en parallèle :

- **CPI Concept**, programme très professionnalisant qui fait vivre à ses étudiants un véritable accélérateur d'expérience en leur offrant la possibilité d'imaginer et de concevoir une innovation de A à Z pour le compte d'un vrai client entreprise qui souhaitera le plus souvent la commercialiser sur le marché.
- **CPI Imagine**, axé sur la prospective, autour de méthodologies issues des sciences humaines et du design, qui va proposer aux étudiants de se projeter dans des univers prospectifs autour des problématiques des entreprises et proposer un panel d'idées innovantes dans un horizon temporel plus lointain.

Les étudiants devront au début du programme se positionner sur l'un de ces deux cursus.

Les concepts issus du programme **Concept** ont une véritable vocation à être commercialisés : les élèves doivent ainsi réaliser un prototype et présenter le business plan associé lors du « Trade-Show CPI », événement ouvert au public et à la presse. Les idées issues du programme **Imagine** ont pour ambition d'être un vrai levier pour influencer les options stratégiques des entreprises clientes.

CPI répond au manque chronique de liens et d'intégration entre ingénierie, business et design au niveau des études et dans la vie en entreprise, qui engendre des incompréhensions et un manque d'efficacité important dans la vie professionnelle des futurs diplômés, et pénalisent ainsi le développement de l'innovation. CPI est une opportunité unique pour les étudiants de travailler sur de véritables projets d'entreprise autour de problématiques d'innovation.

Ils pourront ainsi développer leurs capacités entrepreneuriales, leur sens des réalités économiques, financières, marketing et humaines de la gestion de projet.

■ Programme d'enseignement

Les étudiants, admis au programme CPI, sont tenus de suivre les 2 cours obligatoires suivants :

MKGF31230 Création de produit innovant 1 (T1)

MKGF31232 Création de produit innovant 2 (T2)

Les cours ont lieu le jeudi et comportent :

- **Partie académique :** des séances organisées autour de thématiques relatives à l'innovation (créativité, observation terrain, marketing, ingénierie, business plan etc.) et animées par des professeurs des trois écoles ou des intervenants extérieurs partenaires du programme.
- **Partie gestion de projets :** chaque équipe travaille encadrée par un tuteur (professionnel, enseignant, ou entrepreneur lui-même) le reste du temps (fin de séance à 18h) sur son projet concret d'innovation à développer pour le compte d'une entreprise (l'entreprise-projet). Au-delà des jeudis et de certains temps forts du programme qui sont organisés sur une journée entière et dans des lieux différents, sources d'inspiration, les équipes définissent entre elles et avec leur client des modalités de travail « à la carte » (séance de travail entre étudiants, rencontre avec l'entreprise, enquêtes terrain...).

■ Organisation du programme

Les cours ont lieu principalement dans les locaux de Schoolab au cœur du Sentier (21 rue de Cléry, 75002 Paris), le lieu de référence sur l'entrepreneuriat et le digital (qui héberge aussi l'accélérateur de start ups « Starter », des entrepreneurs du monde entier ainsi que des grands groupes).

Le choix de projets s'effectue chaque année parmi la liste proposée par les partenaires entreprises du programme. Les élèves émettent leurs choix en début de session selon une fiche-projet discutée en amont avec l'entreprise par l'équipe académique CPI, puis validée avec les étudiants au démarrage du projet.

Un « study trip » est organisé par les étudiants chaque année (avec l'aide de l'équipe CPI). Les précédentes destinations ont été Stanford (Californie), et Singapour, Cape Town et Bogota.

■ Encadrement

Chaque groupe d'étudiants bénéficie d'un fort encadrement pédagogique de professionnels chaque jeudi. Des professeurs des trois écoles interviennent également sur les différentes facettes des projets suivant leurs expertises.

Plusieurs cabinets de conseil (en stratégie, innovation, tendances, design produits, développement durable), entreprises et Startups sont associées au programme CPI.

■ Procédure de recrutement

Les étudiants doivent s'inscrire pour les 2 trimestres. Le suivi des deux programmes (Concept et Imagine) sur les 2 trimestres est validé par 3 UV et 2 mois d'expérience professionnelle.

Les candidatures sont à effectuer dès le mois de juin sur www.creationdunproduitinnovant.com.

Les candidats postuleront à cette adresse en choisissant le programme Concept ou le programme Imagine.

Les inscriptions sur myessec.com se font sans mise de point dès le 1^e tour des inscriptions. Les étudiants non-admis sont désinscrits par le service des études début octobre.

Le programme CPI n'est pas compatible avec d'autres Chaires dont les cours ou séminaires auraient lieu le jeudi au T1 ou T2.

Le programme CPI peut être compatible avec les stages et apprentissage, à condition néanmoins que les élèves se rendent **disponibles tous les jeudis**, ainsi que sur quelques journées entières (dont les dates sont fixées au démarrage du programme), et puissent se rendre disponibles pour travailler avec l'entreprise et leur groupe étudiant quand de besoin, selon des modalités à définir entre eux.

Des témoignages d'étudiants ayant suivi le programme sont disponibles sur le site CPI :

http://www.creationdunproduitinnovant.com/participer_etudiant.html

Compte tenu des engagements forts et de l'implication des entreprises, ne seront retenues que des candidatures d'étudiants extrêmement motivés par le travail en équipe multidisciplinaire, ouverts, autonomes, curieux, enthousiastes, et prêts à s'investir pleinement dans un projet très demandeur en temps mais dont tous les participants s'accordent pour dire qu'il représente une expérience réellement unique dans le cursus de la scolarité !

Aucun abandon du programme CPI n'est possible en cours d'année et seule la validation des deux cours obligatoires créditera 3 UV et 2 mois d'expérience professionnelle. Le programme CPI ne peut pas être suivi à distance en étant sur un autre campus (Singapour ou Rabat).

PhD in Business Administration

Dean of the PhD: Anca METIU, ESSEC professor

Director of Administrative Affairs: Lina PREVOST – prevost@essec.edu – 01.34.43.30.85

Program Assistant: Christine GIL – gil@essec.edu – 01.34.43.32.50

The PhD is meant for students who wish to embrace an academic career as a researcher and professor in Management or Economics in international institutions at top international level. The program, entirely in English, meets the highest international standards and leads to a PhD in Business Administration (with a French doctorate in the joint doctoral school with CY Cergy Paris Université).

The goal of the PhD Program is to prepare students not only to master methodologies, but also to advance knowledge and play an active role in the international academic community. Before starting their dissertation work, students must follow a two-year program of courses and seminars that ends with Preliminary Examinations and a Dissertation Proposal. The curriculum starts with an intensive period of interdisciplinary training common to all students. This is followed by rigorous research training for the chosen field of specialization.

Former students of the PhD Program are now professors at prestigious French and overseas universities or work in international research institutions.

■ Concentrations of the PhD Program

Six concentrations are offered entirely in English:

- **Management** (Strategy, Organizational Behavior, Entrepreneurship, Management Control, Information Systems)
- **Operations and Data Analytics** (Operations Management and Operations Research, Data Analytics)
- **Marketing** (Behavioral and Modeling)
- **Economics** (Industrial Organization, International Economics -macro or micro-, Public Economics)
- **Accounting and Auditing** (Empirical Financial Accounting, International Financial Reporting, Auditing, Financial Statement Analysis, Organizational and Social Aspects of Accounting).

- **Finance** (Asset Pricing and Investments, Corporate Finance, Financial Econometrics, Market Microstructure, Risk Management)

■ Application

There are two ways to apply for the PhD Program:

A. Mode "double curriculum":

You will substitute your last year of Master studies to the first year of PhD. You will be credited with 12 management courses for the validated PhD courses. Then you will follow the PhD Program normally, according to the PhD Program's rules.

B. Mode "auditor":

You will choose some courses of the PhD first year curriculum and validate them as credits for your Master degree.

Of course, you may also apply to the PhD program after graduating from the Master program.

1. "Double curriculum" mode

- a. You should have already validated 12 credits, including the 8/9 core courses, before you start the PhD courses/seminars. You will have to send your application file before the end of April of your 2nd year in the Master to the PhD office. We recommend you to validate more than 12 elective courses (13 or 14).
- b. It should include the application form, a motivation letter, Master grades, GMAT and TOEFL scores, and 3 recommendation letters from professors.
- c. Based on the Head office of Academic Affairs recommendation, students are selected by the PhD admission Committee.
- d. Your 1st year in the PhD Program will be validated as your last year of Master studies.
- e. You will get 12 management elective credits in your Master curriculum if you validate all the courses/seminars taken during the first year of the PhD program in your concentration.
- f. You are admitted in the second year of the PhD Program upon the decision of the Dean of the PhD program. If you do not validate the 1st year of the PhD program, you'll receive credits only for the courses/seminars you have passed.
- g. No additional tuition fees are required.
- h. If you are admitted to pursue in the PhD program after this 1st year, you will be bound by the PhD program's general rules (with the opportunity of a scholarship which will cover tuition fees and a research scholarship for the next three years).

2. "Auditor" mode

- a. You have to send a letter explaining your motivations for applying to the courses you'll have selected with a transcript of your Master grades, and a curriculum vitae, to the PhD office before March, 31st.
- b. The Dean of the PhD will select applicants.
 - c. 2 to 3 courses may be chosen among the courses offered in year 1 of the PhD program. Each course validates one Master credit (UV) unless exception.
 - d. No additional tuition fees are required.

Contacts

Lina PREVOST – Director of Administrative Affairs, Office N309 – prevost@essec.edu

Christine GIL – Assistant PhD Program, Office N309 – gil@essec.edu

for more information, you may refer to the website www.essec.edu/phd or ask for the brochure at the PhD office.

ESSEC Summer Programs

■ Summer Module: "The Global Manager in Europe"

This program is offered to MBA students from ESSEC partner schools (between 35 and 40) who are interested in learning about some aspects of the European business environment. The module offers interactive sessions on specific management skills and their application in different cultural environments. It also focuses on Europe's geopolitical and economic dimensions as well as on one of the main fields of expertise of ESSEC: Luxury Brand Management. Some visits and activities are also scheduled.

The program is taught over three weeks at the end of June/beginning of July on the ESSEC campus in Cergy. Over the past years, it has welcomed students from ESSEC top partner institutions such as Chicago Booth, Kellogg, Duke, Kenan Flagler, Melbourne Business School, Nanyang, NUS, PUC-Peru, etc. A few spots are also open to ESSEC students.

At the end of the module, participants are granted 2 credits (UV) and receive a "Global Manager in Europe" certificate.

| **Contact:** Cécile Bruneau, Student Mobility Office – email: bruneauc@essec.edu

■ The ESSEC-Paris II-Yale Summer School in Law and Economics

This Summer School is a joint program between Yale University, Université Paris II-Panthéon Assas and ESSEC Business School.

It is a 5-week program designed for selected students interested in Law and Economics, in the field of Contract, Arbitration and Dispute Resolution which will take place in July on the Paris II-Panthéon Assas campus.

30 students from these three prestigious institutions (10 from each school) will attend together classes, seminars, team-building sessions and will participate in events and cultural visits. While courses will be taught by professors from the three leading institutions of the program, seminars will be taught by professors coming from high-ranked universities.

The program grants 2 credits (UV) and participants receive a certificate in Private Law and Contract Enforcement (in the USA and in France).

| **Contact:** Iulia Inigo, Student Mobility Office – email: inigo@essec.edu

■ Summer School Oikonomia - Campus de la Transition

The Campus de la Transition is a place for education, research and experimentation created in 2018 by a collective of lecturers and researchers, entrepreneurs and students sharing the same commitment: promoting an ecological, economic and humanist transition in order to face the contemporary challenges of our times.

The Summer School "Oikonomia" takes place in Forges (77) during 3 weeks from the end of June to mid-July. The program will help students acquire a comprehensive understanding of the challenges raised by an ecological, social, economic and cultural "great transition", which they will experience in their professional and personal environment.

Upon successful completion of the summer school, students will be granted 2 UV (elective courses) in their studies at ESSEC.

Contact: Chantal Defaix, Student Mobility Office – email: defaix@essec.edu

Annexe / Appendix

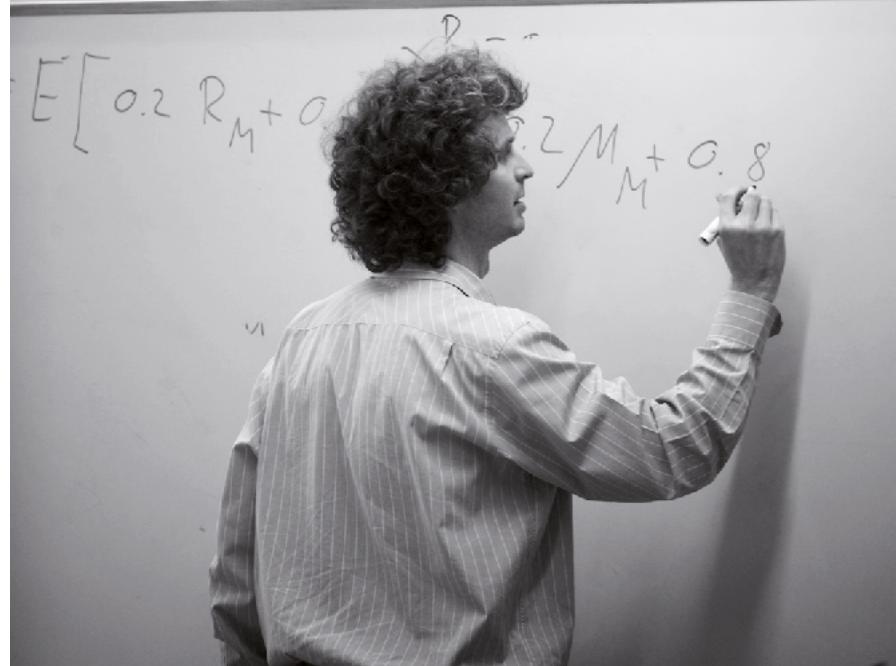
Find β_{π} provides: $\beta_H = 0.2, \bar{M}_H = 0.15$ $= w_1 \beta_1 + (1-w_1) \beta_{RF}$

you can invest in index funds that represent M

Use R_F, M

want to achieve the same risk as S1:
I want $\beta_{\pi} = 0.2$

$$w \text{ in } M; 1-w \text{ in } R_F: \beta_{\pi} = w \beta_M^{(1)} + (1-w) \beta_{RF}^{(0)} = w = 0.2$$



Professeurs permanents / Faculty Members

NOM / NAME	PRENOM / FIRST NAME	DEPARTEMENT / DEPARTMENT
AFTALION	Florin	Finance/ <i>Finance</i>
ALFANDARI	Laurent	Systèmes d'Information et Sciences de la Décision <i>/Information Systems and Decision Sciences</i>
ANCELIN-BOURGUIGNON	Annick	Faculty at large
ARCHETTI	Claudia	Systèmes d'Information et Sciences de la Décision <i>/Information Systems and Decision Sciences</i>
ARCOT	Sridhar	Finance/ <i>Finance</i>
AVISON	David	Systèmes d'Information et Sciences de la Décision <i>/Information Systems and Decision Sciences</i>
BACH	Laurent	Finance/ <i>Finance</i>
BARONI	Michel	Finance/ <i>Finance</i>
BARTHELEMY	Jérôme	Management/ <i>Management</i>
BEMMAOR	Albert	Marketing/ <i>Marketing</i>
BERLINGIERI	Giuseppe	Economie/ <i>Economics</i>
BERNARD	Alain	Management/ <i>Management</i>
BIBARD	Laurent	Management/ <i>Management</i>
BITO	Christian	Finance/ <i>Finance</i>
BOULLAND	Romain	Finance/ <i>Finance</i>
BOURGEON	Laurent	Management/ <i>Management</i>
BOUTHINON-DUMAS	Hugues	Droit & Environnement de l'Entreprise/ <i>Public and Private Policy</i>
BRIOLAT	Dominique	Systèmes d'Information et Sciences de la Décision <i>/Information Systems and Decision Sciences</i>
BRONNER	Martine	Marketing/ <i>Marketing</i>
BUISSON	Véronique	Finance/ <i>Finance</i>
BUTORI	Raphaëlle	Marketing/ <i>Marketing</i>
CASARIN	Veronica	Comptabilité-Contrôle de gestion <i>/Accounting and Management Control</i>
CAVARRETTA	Fabrice	Management/ <i>Management</i>
CAVELIUS	Florence	Comptabilité-Contrôle de gestion <i>/Accounting and Management Control</i>

NOM / NAME	PRENOM / FIRST NAME	DEPARTEMENT / DEPARTMENT
CELIK	Gorkem	Economie/ <i>Economics</i>
CERDIN	Jean-Luc	Management/ <i>Management</i>
CHAI	Sen	Management/ <i>Management</i>
CHAN	Frank	Systèmes d'Information et Sciences de la Décision <i>/Information Systems and Decision Sciences</i>
CHARLETY-LEPERS	Patricia	Economie/ <i>Economics</i> et Finance/ <i>Finance</i>
CHATTERJEE	Arijit	Management/ <i>Management</i>
CHEVILLON	Guillaume	Systèmes d'Information et Sciences de la Décision <i>/Information Systems and Decision Sciences</i>
CHRISTENSEN	Mark	Comptabilité-Contrôle de gestion <i>/Accounting and Management Control</i>
CHUNG	Tuck Siong	Marketing/ <i>Marketing</i>
COLSON	Aurélien	Droit & Environnement de l'Entreprise <i>/Public and Private Policy</i>
COMYN-WATTIAU	Isabelle	Systèmes d'Information et Sciences de la Décision <i>/Information Systems and Decision Sciences</i>
CONTENSOU	François	Economie/ <i>Economics</i>
CORRADI	Marco Claudio	Droit & Environnement de l'Entreprise <i>/Public and Private Policy</i>
DAL MASO	Lorenzo	Comptabilité-Contrôle de gestion <i>/Accounting and Management Control</i>
DANIS	Andras	Finance/ <i>Finance</i>
de BEAUFORT	Viviane	Droit & Environnement de l'Entreprise <i>/Public and Private Policy</i>
DE BRUYN	Arnaud	Marketing/ <i>Marketing</i>
de CARLO	Laurence	Droit & Environnement de l'Entreprise <i>/Public and Private Policy</i>
de TISSOT	Olivier	Droit & Environnement de l'Entreprise <i>/Public and Private Policy</i>
DECLERCK	Francis	Finance/ <i>Finance</i>
DELGA	Jacques	Droit & Environnement de l'Entreprise <i>/Public and Private Policy</i>
DEMEESTERE	René	Comptabilité-Contrôle de gestion <i>/Accounting and Management Control</i>
DESMET	Pierre	Marketing/ <i>Marketing</i>
DICK	Wolfgang	Comptabilité-Contrôle de gestion <i>/Accounting and Management Control</i>
DINASQUET	Roger	Comptabilité-Contrôle de gestion <i>/Accounting and Management Control</i>
DION	Delphine	Marketing/ <i>Marketing</i>

NOM / NAME	PRENOM / FIRST NAME	DEPARTEMENT / DEPARTMENT
DONADA	Carole	Management/ <i>Management</i>
DORNIER	Ph. Pierre	Management des opérations / <i>Operations Management</i>
DOSIS	Anastasios	Economie/ <i>Economics</i>
DUBOLOY	Maryse	Management/ <i>Management</i>
DUSSAIX	Anne-Marie	Systèmes d'Information et Sciences de la Décision / <i>Information Systems and Decision Sciences</i>
EL OUARDIGHI	Fouad	Management des opérations / <i>Operations Management</i>
ELEMES	Tassos	Comptabilité-Contrôle de gestion / <i>Accounting and Management Control</i>
ENDENICH	Christoph	Comptabilité-Contrôle de gestion / <i>Accounting and Management Control</i>
ESPOSITO VINZI	Vincenzo	Systèmes d'Information et Sciences de la Décision / <i>Information Systems and Decision Sciences</i>
FAUCHER	Hubert	Marketing/ <i>Marketing</i>
FILIP	Andreï	Comptabilité-Contrôle de gestion / <i>Accounting and Management Control</i>
FOURCADET	Olivier	Management/ <i>Management</i>
FOURÇANS	André	Economie/ <i>Economics</i>
FULOP	Andras	Finance/ <i>Finance</i>
GASPAR	José-Miguel	Finance/ <i>Finance</i>
GAUTIER	Arthur	Droit & Environnement de l'Entreprise / <i>Public and Private Policy</i>
GOMEZ	Marie-Léandre	Comptabilité-Contrôle de gestion / <i>Accounting and Management Control</i>
GORDIN	Michel	Comptabilité-Contrôle de gestion / <i>Accounting and Management Control</i>
GOURIER	Elise	Finance/ <i>Finance</i>
GRÖSCHL	Stefan	Management/ <i>Management</i>
GUPTA	Reetika	Marketing/ <i>Marketing</i>
GUYOT	Marc	Economie/ <i>Economics</i>
HELLERINGER	Geneviève	Droit & Environnement de l'Entreprise / <i>Public and Private Policy</i>
HENG	Jeremy	Systèmes d'Information et Sciences de la Décision / <i>Information Systems and Decision Sciences</i>
HOANG	Ha	Management/ <i>Management</i>
HONG	Jieying	Finance/ <i>Finance</i>
HUBER	Thomas	Systèmes d'Information et Sciences de la Décision / <i>Information Systems and Decision Sciences</i>

NOM / NAME	PRENOM / FIRST NAME	DÉPARTEMENT / DEPARTMENT
INDJEHAGOPIAN	Jean-Pierre	Systèmes d'Information et Sciences de la Décision <i>/Information Systems and Decision Sciences</i>
JANDHYALA	Srividya	Management/ <i>Management</i>
JEANJEAN	Thomas	Comptabilité-Contrôle de gestion <i>/Accounting and Management Control</i>
JENKINS	Alan	Management/ <i>Management</i>
JENNY	Frédéric	Economie/ <i>Economics</i>
JENY	Anne	Comptabilité-Contrôle de gestion <i>/Accounting and Management Control</i>
KARAPETYAN	Artashes	Finance/ <i>Finance</i>
KHASHABI	Pooyan	Management/ <i>Management</i>
KLOPP	Olga	Systèmes d'Information et Sciences de la Décision <i>/Information Systems and Decision Sciences</i>
KOH	Ping-Sheng	Comptabilité-Contrôle de gestion <i>/Accounting and Management Control</i>
KOROM	Veronika	Droit & Environnement de l'Entreprise <i>/Public and Private Policy</i>
KRATZ	Marie	Systèmes d'Information et Sciences de la Décision <i>/Information Systems and Decision Sciences</i>
KUDE	Thomas	Systèmes d'Information et Sciences de la Décision <i>/Information Systems and Decision Sciences</i>
LAMIRAUD	Karine	Economie/ <i>Economics</i>
LARDINOIT	Thierry	Marketing/ <i>Marketing</i>
LE NAGARD	Emmanuelle	Marketing/ <i>Marketing</i>
LECA	Bernard	Comptabilité-Contrôle de gestion <i>/Accounting and Management Control</i>
LEE	Jung Won	Management/ <i>Management</i>
LEPOUTRE	Jan	Management/ <i>Management</i>
LESCOURRET	Laurence	Finance/ <i>Finance</i>
LI	Yan	Systèmes d'Information et Sciences de la Décision <i>/Information Systems and Decision Sciences</i>
LI	Junye	Finance/ <i>Finance</i>
LIM	Jamus Jerome	Economie/ <i>Economics</i>
LINDER	Stefan	Comptabilité-Contrôle de gestion <i>/Accounting and Management Control</i>
LIU	Shanming	Comptabilité-Contrôle de gestion <i>/Accounting and Management Control</i>
LJUBIC	Ivana	Systèmes d'Information et Sciences de la Décision <i>/Information Systems and Decision Sciences</i>

NOM / NAME	PRENOM / FIRST NAME	DEPARTEMENT / DEPARTMENT
LONGIN	François	Finance/ <i>Finance</i>
LORINO	Philippe	Comptabilité-Contrôle de gestion <i>/Accounting and Management Control</i>
LUI	Daphne	Comptabilité-Contrôle de gestion <i>/Accounting and Management Control</i>
LUPU	Ioana	Comptabilité-Contrôle de gestion <i>/Accounting and Management Control</i>
MALAURENT	Julien	Systèmes d'Information et Sciences de la Décision <i>/Information Systems and Decision Sciences</i>
MARTEL	Jocelyn	Finance/ <i>Finance</i>
Mc FARLAND	Richard	Marketing/ <i>Marketing</i>
METIU	Anca	Management/ <i>Management</i>
MORARU-ARFIRE	Andreea	Comptabilité-Contrôle de gestion <i>/Accounting and Management Control</i>
NAPPI	Ingrid	Droit & Environnement de l'Entreprise <i>/Public and Private Policy</i>
NESTOROVIC	Cédomir	Management/ <i>Management</i>
NOISSETTE	Patrice	Droit & Environnement de l'Entreprise <i>/Public and Private Policy</i>
NYECK	Simon	Marketing/ <i>Marketing</i>
OBLE	Frédéric	Marketing/ <i>Marketing</i>
ÖNCÜLER	Ayse	Marketing/ <i>Marketing</i>
ONDRUS	Jan	Systèmes d'Information et Sciences de la Décision <i>/Information Systems and Decision Sciences</i>
OPERTI	Elisa	Management/ <i>Management</i>
PACHE	Anne-Claire	Droit & Environnement de l'Entreprise <i>/Public and Private Policy</i>
PAPIER	Felix	Management des opérations <i>/Operations Management</i>
PAVIE	Xavier	Management des opérations <i>/Operations Management</i>
PERETTI	Jean-Marie	Management/ <i>Management</i>
PONCET	Patrice	Finance/ <i>Finance</i>
PORTAIT	Roland	Finance/ <i>Finance</i>
PRAS	Bernard	Marketing/ <i>Marketing</i>
PRAT	Nicolas	Systèmes d'Information et Sciences de la Décision <i>/Information Systems and Decision Sciences</i>
PROKOPEC	Sonja	Marketing/ <i>Marketing</i>
PUYOU de POUVOURVILLE	Gérard	Economie/ <i>Economics</i>

NOM / NAME	PRENOM / FIRST NAME	DEPARTEMENT / DEPARTMENT
RAMASWAMI	Aarti	Management/ <i>Management</i>
RAMIREZ	Carlos	Comptabilité-Contrôle de gestion <i>/Accounting and Management Control</i>
RAMOS	Sofia	Finance/ <i>Finance</i>
REZAEE VESSAL	Sara	Management des opérations <i>/Operations Management</i>
RICHARD	Chrystelle	Comptabilité-Contrôle de gestion <i>/Accounting and Management Control</i>
ROMBOUTS	Jeroen	Systèmes d'Information et Sciences de la Décision <i>/Information Systems and Decision Sciences</i>
RONCORONI	Andrea	Finance/ <i>Finance</i>
SALLEZ	Alain	Droit & Environnement de l'Entreprise <i>/Public and Private Policy</i>
SAND-ZANTMAN	Wilfried	Economie/ <i>Economics</i>
SANTACREU VASUT	Estefania	Economie/ <i>Economics</i>
SEGGIE	Steven	Marketing/ <i>Marketing</i>
SGOUREV	Stoyan	Management/ <i>Management</i>
SHAMSOLLAHI	Ali	Marketing/ <i>Marketing</i>
SIBIEUDE	Thierry	Droit & Environnement de l'Entreprise <i>/Public and Private Policy</i>
SINACEUR	Marwan	Droit & Environnement de l'Entreprise <i>/Public and Private Policy</i>
SOM	Ashok	Management/ <i>Management</i>
SOLAL	Isabelle	Management/ <i>Management</i>
STRAUSS	Karoline	Management/ <i>Management</i>
TAKAGI	Junko	Management/ <i>Management</i>
TARONDEAU	Jean-Claude	Management/ <i>Management</i>
TEDONGAP	Roméo	Finance/ <i>Finance</i>
TERRA	Cristina	Economie/ <i>Economics</i>
THEVENET	Maurice	Management/ <i>Management</i>
THIETART	Raymond-Alain	Management/ <i>Management</i>
VALLERUGO	Franck	Droit & Environnement de l'Entreprise <i>/Public and Private Policy</i>
VIENS	Gérard	Comptabilité-Contrôle de gestion <i>/Accounting and Management Control</i>
VRANCEANU	Radu	Economie/ <i>Economics</i>
WALTON	Peter	Comptabilité-Contrôle de gestion <i>/Accounting and Management Control</i>

NOM / NAME	PRENOM / FIRST NAME	DEPARTEMENT / DEPARTMENT
WANG	Fan	Economie/ <i>Economics</i>
WORKIEWICZ	Maciej	Management/ <i>Management</i>
XUEREB	Jean-Marc	Marketing/ <i>Marketing</i>
YADAV	Vijay	Finance/ <i>Finance</i>
YAKUBOVICH	Valery	Management/ <i>Management</i>
ZICARI	Adrian	Comptabilité-Contrôle de gestion <i>/Accounting and Management Control</i>

Au moment d'imprimer ce volume, toutes les précautions ont été prises pour que les informations données soient les plus précises possibles.

L'ESSEC se réserve cependant le droit d'apporter sans préavis tous changements jugés nécessaires concernant notamment, et sans que ce soit limitatif, les divers règlements, les conditions de la scolarité, les cours ou tout autre élément concernant la vie de l'école.



ESSEC Business School

3 avenue Bernard-Hirsch
CS 50105 Cergy
95021 Cergy-Pontoise Cedex
France
Tel. +33 (0)1 34 43 30 00
www.essec.edu

ESSEC Executive Education

CNIT BP 230
92053 Paris-La Défense
France
Tel. +33 (0)1 46 92 49 00
www.executive-education.essec.edu

ESSEC Asia-Pacific
5 Nepal Park
Singapore 139408
Tel. +65 6884 9780
www.essec.edu/asia

ESSEC | CPE Registration number 200511927D
Period of registration: 30 June 2017 - 29 June 2023
Committee of Private Education (CPE) is part of SkillsFuture Singapore (SSG)

ESSEC Africa

Plage des Nations - Golf City
Route de Kénitra - Sidi Bouknadel (Rabat-Salé)
Morocco
Tel. +212 (0)5 37 82 40 00
www.essec.edu

The content of this brochure is intended for informational purpose only, is subject to modification and is not legally binding.

© ESSEC Business School - 1176440720 - Juillet 2020 - Photo couverture : © Gettyimages.

