



**BBA INSEEC**

**ÉCOLE DE COMMERCE EUROPÉENNE**

BORDEAUX • LYON • LONDRES • SAN FRANCISCO

# **GUIDE DES ÉTUDES**



# SOMMAIRE

---

**I. La pédagogie**  
03

**II. La recherche**  
04

**III. Le conseil stratégique**  
05

**IV. Le programme d'études**  
06

**V. L'organisation des programmes d'enseignement par pôle**  
07

**VI. La construction d'un CV international**  
08

**VII. Les expériences professionnelles**  
09

**VIII. Les programmes d'enseignement**  
10

# I. LA PÉDAGOGIE

---

Adaptabilité, ouverture d'esprit, pragmatisme et curiosité pour le monde et des autres, telles sont les principales qualités de l'étudiant du BBA INSEEC. La formation de l'École répond parfaitement aux attentes des entreprises françaises, européennes et internationales qui recherchent des jeunes diplômés mobiles, prêts à travailler sur tous les marchés.

Au-delà du diplôme, qui atteste des compétences et de la nécessaire culture générale, la pédagogie du Bachelor in Business Administration repose sur la construction d'un CV efficace qui reflète avant tout :

- De bonnes connaissances linguistiques et interculturelles
- Un bon niveau de culture générale et des méthodes de travail efficaces, aussi bien seul qu'en groupe
- Des expériences académiques et professionnelles de longue durée en France et à l'étranger.

Pour répondre à cette demande, la pédagogie du BBA INSEEC repose sur 4 axes :

## AXE 1 : UNE PÉDAGOGIE PROGRESSIVE

L'organisation des enseignements en pôles permet de définir des objectifs de formation spécifiques, ainsi que la mise en place d'une progression pédagogique sur 4 années de scolarité, (ou 5 années pour ceux qui poursuivent en Master 2) à l'intérieur de chaque pôle, comme au niveau global. Cette progression se traduit par de grands cycles de formation tels qu'ils sont décrits dans le calendrier général.

## AXE 2 : LE DÉVELOPPEMENT D'APPROCHES TRANSVERSALES : TRAVAUX DE GROUPE ET DE SYNTHÈSE, RECHERCHE, VIE ASSOCIATIVE

Le BBA INSEEC développe, dès le début du cursus, une approche globale de l'entreprise et de son fonctionnement par des mises en situation, des travaux de groupe et de synthèse, des études de cas transversales, ainsi qu'un apprentissage de la recherche, et favorise ainsi le développement des capacités de synthèse et d'analyse, de travail en équipe, d'organisation et de créativité. Par exemple, un des grands projets de 1<sup>er</sup> année - le projet de création d'entreprise - permet à des élèves sortant de terminales de comprendre très concrètement les aspects essentiels de la création d'entreprise et d'aller sur le terrain chercher l'information : étude de marché et définition d'un plan d'action commercial, ateliers sur le choix d'une forme juridique et fiscale, élaboration d'un plan d'affaire et modalités de financement.

Les étudiants apprennent progressivement à replacer chacune des techniques étudiées dans le cheminement des prises de décisions et développent ainsi des capacités essentielles à une approche globale du management. Les projets associatifs obligatoires pour tous les étudiants permettent aussi de nombreuses mises en situation et constituent de vrais points forts. Ils rythment et « cimentent » l'esprit de corps, nécessaire ensuite dans la dynamique du réseau des Anciens.

## AXE 3 : LA CONSTRUCTION D'UN CV INTERNATIONAL

L'international constitue le socle sur lequel repose le projet pédagogique de l'école puisqu'il permet à l'étudiant de construire un CV international.

- Les expériences académiques à l'étranger : un semestre ou une année académique en Université étrangère partenaire (3<sup>e</sup> année)
- La maîtrise de 2 à 3 langues étrangères : 2 langues obligatoires dont l'anglais (passage du TOEFL et du TOEIC) et possibilité d'en suivre une 3<sup>e</sup> (espagnol, allemand, italien, chinois, russe, japonais, arabe...)
- Une formation approfondie en culture générale et interculturelité (Séminaires environnement culturel et interculturel, Géopolitique, Geostrategy, Relations politiques internationales, Business Ethics...)
- De nombreux cours techniques dispensés en langue anglaise, en particulier dans le domaine de la finance, du marketing et du droit afin de sensibiliser les étudiants à des approches techniques multiculturelles et comparées
- De nombreuses expériences en entreprise : le BBA INSEEC propose aux étudiants une immersion progressive dans le monde des affaires, en alternance avec des périodes de cours (5 périodes d'expérience professionnelle pour une durée totale allant de 17 à 22 mois avec 2 étapes obligatoires à l'international).

## AXE 4 : L'ÉTUDIANT ET LA CONSTRUCTION DE SON PROJET PROFESSIONNEL

Un suivi des étudiants, en cours de scolarité, permet de repérer d'éventuelles difficultés et d'y remédier. Après une réflexion menée en termes de bilan personnel et de cibles professionnelles, les étudiants sont amenés à définir leurs objectifs et les moyens à mettre en œuvre pour les atteindre.

Ce projet professionnel est un des éléments de l'International Career Project (ICP) de fin d'études en anglais.

## II. LA RECHERCHE

---

L'école travaille activement dans le cadre du groupe aux activités du centre de recherche INSEEC U. Les stratégies développées par le Laboratoire sont définies par le Conseil Scientifique qui en détermine, deux fois par an, les grandes orientations et en assure le contrôle. Les travaux de recherche doivent irriguer certains domaines de la pédagogie et permettre l'animation de séminaires de méthodologie de recherche pour les étudiants. Les grandes options et domaines d'expertise des enseignants chercheurs sont actuellement : le webmarketing, la force de vente, la gouvernance d'entreprise et l'actionariat, les marchés immobiliers, les pôles de compétitivité, la finance comportementale.

La composition du Conseil scientifique, organe essentiel du dispositif scientifique, est la suivante :

### **PRÉSIDENT**

#### **PROFESSEUR PIERRE-LOUIS DUBOIS**

Professeur émérite à l'Université de Montpellier II  
Ex-Délégué général de la FNEGE

### **PERSONNALITÉS REPRÉSENTANT L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET LA RECHERCHE**

#### **PROFESSEUR JEAN-PIERRE BOISIVON**

Professeur émérite - Université Paris II Panthéon-Assas  
Conseiller du Président de la FNEGE  
Ancien Directeur Général du Groupe ESSEC

#### **PROFESSEUR FRANCK BOURNOIS**

Directeur général de l'ESCP Europe

#### **RÉMY CHALLE**

Directeur de l'INSEEC Business School

#### **PROFESSEUR JEAN-LOUIS CHANDON**

Directeur du Centre de Recherche INSEEC U.

#### **PROFESSEUR GÉRARD HIRIGOYEN**

Président du Pôle Universitaire de Sciences de Gestion de Bordeaux

#### **PROFESSEUR JACQUES IGALENS**

Professeur des Universités  
Ancien Directeur Général de Toulouse Business School

#### **PROFESSEUR GILLES LAURENT**

Enseignant-chercheur senior à l'INSEEC Business School

#### **MADAME CATHERINE LESPINE**

Présidente d'INSEEC U.

#### **PROFESSEUR DIDIER LINOTTE**

Professeur agrégé en Droit Public, Université de Nice  
Ancien Recteur de l'Académie de Nice

#### **PROFESSEUR HANS MÜHLBACHER**

Professeur à la Leopold-Franzens Universität - Innsbruck (Autriche)  
Ancien Président de l'European Marketing Academy  
Professeur à l'International University of Monaco

#### **PROFESSEUR STÉPHANE ONNÉE**

Professeur agrégé en Sciences de Gestion, Université d'Orléans

#### **MONSIEUR JEAN-PHILIPPE MULLER**

Directeur de l'International University of Monaco

#### **PROFESSEUR STÉPHANE ONNÉE**

Professeur agrégé en Sciences de Gestion, Université d'Orléans

#### **MONSIEUR SIMON PICKARD**

Directeur des programmes internationaux de la European Academy for Business in Society (EABIS)

#### **PROFESSEUR JEAN-LOUIS SCARIN GELLA**

Directeur général adjoint - Chambre de Commerce et d'Industrie Région Paris Île-de-France, en charge des Études, de la Prospective et de l'Innovation  
Ancien Directeur Général du Groupe ESCP Europe

#### **MONSIEUR PHILIPPE TASSI**

Directeur général adjoint chez Mediametrie-eStat

#### **PROFESSEUR PIERRE VOLLE**

Vice-Président de l'AFM  
Professeur à Paris-Dauphine

#### **MADAME HELEN ZEITOUN**

Directrice générale de GfK New York

# III. LE CONSEIL STRATÉGIQUE

---

## Une réflexion autour de la stratégie d'innovation et de développement du groupe.

Le Conseil stratégique d'INSEEC U. composé d'acteurs de la vie économique, se réunit deux fois par an afin de définir des stratégies à la fois innovantes et en phase avec les attentes du monde de l'entreprise et des nouvelles générations d'étudiants.

Le groupe s'interroge ainsi sur son offre de formations, son développement à l'international, les moyens à mettre en jeu afin d'accroître sa notoriété et la lisibilité de ses programmes en France comme à l'étranger.

### PRÉSIDENT

#### **MADAME FRANÇOISE GRI**

Administratrice de sociétés

Ex-CEO d'IBM France, Manpower et PVCP

### MEMBRES

#### **MONSIEUR JEAN-PIERRE BOISI VON**

Professeur émérite - Université Paris II Panthéon-Assas

Conseiller du Président de la FNEGE

Ancien Directeur Général du Groupe ESSEC

#### **MONSIEUR GUY BONASSI**

Vice-Président - Directeur-Général Business

Solutions Thales Services SAS - Groupe Thales

#### **MONSIEUR RENÉ CHEVALIER**

Président de la Chambre de Commerce et d'Industrie de la Savoie

#### **MONSIEUR PATRICK DE BAZIN**

Strategic Business Developer and CO-Founder The Floow

#### **MONSIEUR PIERRE-LOUIS DUBOIS**

Délégué général de la FNEGE

#### **MONSIEUR CLAUDE FAURE**

Ex-Président du Directoire de la Société des Trois Vallées

#### **MONSIEUR SERGE FENEUILLE**

Ancien Directeur Général CNRS, ancien Président du Haut Conseil de la Science et de la Technologie

#### **MONSIEUR ALAIN GALLIANO**

Ancien Président de la Maison de la France

#### **MONSIEUR CHRISTIAN HERRAULT**

Directeur général adjoint & Président de l'activité plâtre - Lafarge

#### **MADAME MARIE-NOËLLE JEGO-LAVEISSIÈRE**

Directeur Recherche et Développement - Membre du COMEX d'ORANGE

#### **MONSIEUR JEAN-NOËL KAPFERER**

Conseiller stratégie et recherche d' INSEEC U.

#### **MONSIEUR ALAIN LABAT**

Co-fondateur de Harvest Management Partners

Co-fondateur et Administrateur de la French American School of Silicon Valley

#### **MADAME CATHERINE LESPINE**

Présidente d'INSEEC U.

#### **MONSIEUR MICHEL MORVAN**

Ceo-founder The Cosmo Company

#### **MONSIEUR ALAIN REDHEUIL**

Président de Redheuil & Associés

#### **MONSIEUR PIERRE-OLIVIER ROUAUD**

Rédacteur en Chef délégué de L'Usine Nouvelle

#### **MONSIEUR ALAIN SIMON**

Fondateur associé ACG - Ethnologie d'entreprise

# IV. LE PROGRAMME D'ÉTUDES

Les études au sein du BBA INSEEC sont organisées en 8 semestres permettant la définition d'objectifs de formation spécifiques ainsi qu'une progression pédagogique sur 4 ans. Le choix offert pour la 5<sup>e</sup> année (semestres 9 et 10, niveau M<sup>2</sup>) est large et peut se faire dans le cadre des programmes offerts par INSEEC U. (Département des MSc & MBA) ou par des établissements prestigieux en France et à l'étranger.

Le cursus Bachelor in Business Administration d'INSEEC U. se compose :

- **D'un Cycle d'ouverture (1<sup>re</sup> année, semestres 1 et 2)**, qui vise à donner aux étudiants les connaissances fondamentales dans les grandes disciplines de la gestion : Marketing, Gestion, Droit, Commerce International, mais également une formation méthodologique et culturelle : Langues vivantes, Méthodes et expression, Culture générale et Ouverture internationale.
- **D'un Cycle international (2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> année, semestres 3 à 6)**, destiné à l'approfondissement des connaissances des étudiants dans les grandes disciplines de gestion, à leur donner une ouverture et une culture internationales

fortes. Pendant ce cycle, les étudiants peuvent passer 3 semestres sur 4 à l'étranger, en université partenaire et en entreprise.

- **D'un Cycle managérial (4<sup>e</sup> année, semestres 7 et 8)**, qui prépare les étudiants à leur insertion professionnelle. Ce cycle est consacré à l'entraînement à la prise de décision dans une perspective transversale et internationale, à l'approfondissement de l'approche opérationnelle au travers des 4 majeures proposées ainsi qu'à la dynamisation du projet professionnel de l'étudiant. Il est marqué par une organisation des études qui privilégie l'expérience et la mise en pratique.

## **Poursuite d'études en 5<sup>e</sup> année au sein d'un programme MSc ou MBA d'INSEEC U.**

Les diplômés du BBA INSEEC peuvent choisir de poursuivre en 5<sup>e</sup> année dans l'un des 3<sup>es</sup> cycles (MSc et MBA) d'INSEEC U. ([inseec-u.com](http://inseec-u.com) et [monaco.edu](http://monaco.edu)). Directement admissibles, ils peuvent intégrer, en fonction de leur projet professionnel, l'une des 40 spécialisations fonctionnelles ou sectorielles dispensées sur 6 campus :

### **PAR EXEMPLE :**

#### **APRÈS LA MAJEURE FINANCE INTERNATIONALE :**

- Finance d'Entreprise
- Finance, Private Banking & International Wealth Management
- Salles de Marchés, Métiers du Trading & Risk Management
- etc.

#### **APRÈS LA MAJEURE INTERNATIONAL MARKETING & COMMUNICATION :**

- Communication et Publicité
- Marketing, Communication et Stratégies Commerciales
- Marketing & Brand Management
- etc.

#### **APRÈS LA MAJEURE DIGITAL MANAGEMENT & WEB STRATEGY :**

- Marketing Digital et e-Business
- Communication Digitale & Community Management
- Marketing, Communication et Stratégies Commerciales
- etc.

#### **APRÈS LA MAJEURE INNOVATION ET INTRAPRENARIAT :**

- Ingénierie Commerciale et Management de Projets
- Business, Innovation et Stratégie Entrepreneuriale
- International Business Management
- etc.

# V. L'ORGANISATION DES PROGRAMMES D'ENSEIGNEMENT PAR PÔLE

---

L'organisation des enseignements par pôle permet de définir des objectifs de formation spécifiques, ainsi que la mise en place d'une progression pédagogique sur l'ensemble de la scolarité. Chaque pôle regroupe un ensemble de cours, de travaux de groupe et de synthèse, de missions en entreprise en France et à l'étranger ainsi que des périodes d'études à l'international dans l'une de nos universités partenaires.

## **PÔLE 1 : INTERNATIONAL BUSINESS CULTURE & LIBERAL ARTS**

Axé sur la pratique des langues étrangères, sa finalité est de renforcer la culture générale et l'ouverture internationale. Les enseignements permettent à l'étudiant de situer l'entreprise dans son environnement géopolitique, sociologique, économique et juridique et d'être sensibilisé aux enjeux de la RSE (Responsabilité Sociétale de l'Entreprise).

## **PÔLE 2 : INTERNATIONAL BUSINESS COMPETENCIES & METHODS**

Centrés sur les sciences de gestion, les enseignements permettent à l'étudiant :

- de disposer d'une logique de traduction comptable de l'activité de l'entreprise, d'intégrer les enjeux fiscaux, d'élaborer les documents de synthèse, de suivi et de contrôle.

- d'acquérir les connaissances nécessaires au diagnostic marketing, à la mise en œuvre d'une stratégie et d'une politique commerciale, de mettre en place les outils et plans d'actions appropriés.

## **PÔLE 3 : INTERNATIONAL MANAGEMENT AND PERSONAL SKILLS**

Tout en mettant en pratique les enseignements reçus, l'étudiant apprend à travailler en équipe, à monter et gérer un projet. Il maîtrise progressivement les outils nécessaires au management et au pilotage de l'entreprise, à l'animation d'équipe, avec une approche globale de la stratégie d'entreprise et dans un environnement international.

# VI. LA CONSTRUCTION D'UN CV INTERNATIONAL

---

L'international constitue le socle même du projet pédagogique de l'école. Le programme d'études du BBA INSEEC développe une formation concrète, ouverte sur le monde en proposant aux étudiants :

- Des outils pour mieux communiquer,
- Des phases d'immersion pour mieux s'intégrer,
- Des repères théoriques, techniques et culturels pour mieux comprendre,
- Des expériences en entreprise pour mettre en application.

## LA MAÎTRISE DES LANGUES ÉTRANGÈRES

La maîtrise de deux langues étrangères est obligatoire et les étudiants ont la possibilité d'en étudier une troisième.

- L'enseignement de l'anglais, langue de travail à l'international, est intensif et obligatoire pour tous :
- les cours d'anglais ont un poids très important durant les deux premières années, ils sont dispensés par des professeurs anglo-saxons.
- la préparation à deux tests d'anglais internationalement reconnus : le TOEFL, qui atteste d'un niveau de langue en contexte académique, indispensable pour pouvoir effectuer un séjour dans une université anglo-saxonne, et le TOEIC qui atteste de la maîtrise de la langue dans un contexte professionnel.
- de nombreux cours de techniques sont dispensés en langue anglaise, en particulier dans le domaine de la finance, du marketing et du management afin de sensibiliser les étudiants à des approches techniques multiculturelles et comparées.
- L'enseignement de la 2<sup>e</sup> langue est également obligatoire pour tous et s'effectue au même rythme d'enseignement que l'anglais.
- Il est également possible, sous certaines conditions, d'étudier une troisième langue.

D'une manière générale, les intervenants et professeurs du département langues & cultures étrangères ont pour langue maternelle les langues enseignées au cours du BBA INSEEC. Dispensés en petits groupes, les cours de langues font appel aux méthodes les plus efficaces en termes d'apprentissage et d'entraînement à la pratique écrite et orale ; ils sont centrés sur les outils professionnels et les outils linguistiques opérationnels.

## Étudier en université étrangère

En 3<sup>e</sup> année, les étudiants effectuent un semestre ou une année académique dans une université partenaire. Bénéficiant de son accréditation pour le programme Socrates-Erasmus et des accords noués par INSEEC U, le BBA INSEEC propose 157 accords d'échange dans le monde entier.

La concrétisation de ce départ est le résultat d'une réflexion menée dès la 2<sup>e</sup> année entre l'étudiant et la Direction de l'École ; des critères de sélection tels que le niveau académique général atteint par l'étudiant à ce stade des études, le score obtenu au TOEFL, mais également la motivation réelle et l'adéquation avec le projet de l'étudiant sont pris en compte dans l'affectation de leur université.

Les étudiants sélectionnés pour effectuer une année entière à l'étranger pourront, dans certains cas, obtenir un double diplôme.

## LA PRÉPARATION AU MARCHÉ INTERNATIONAL DE L'EMPLOI

L'international à l'École se vit également au quotidien grâce à un enseignement axé sur la compréhension des relations internationales et à une formation approfondie en culture générale et interculturelité qui trouvent un écho et une illustration concrète lors des stages en entreprise :

- L'ouverture internationale : les dimensions géopolitiques, humaines et multiculturelles sont abordées comme de véritables fondements de la culture générale de l'étudiant. De plus, un apprentissage précis des échanges internationaux, des marchés extérieurs et de leurs spécificités est assuré par de véritables professionnels du commerce international. Certains de ces cours sont dispensés en langue étrangère.
- Les expériences en entreprise : au minimum 2 stages doivent être effectués à l'international. Ces expériences professionnelles multiculturelles contribuent à donner une forte dimension internationale aux étudiants qui développent ainsi leur maîtrise de la langue, leurs connaissances de cultures étrangères et leurs compétences professionnelles à l'international.



# VII. LES EXPÉRIENCES PROFESSIONNELLES

---

Le programme du BBA INSEEC prévoit 5 périodes d'expériences professionnelles, en France et à l'international.

Réalisées tout au long du cursus, ces expériences permettent à l'étudiant de se familiariser avec le monde de l'entreprise, de mettre en pratique et de consolider les enseignements théoriques dont ils forment un corollaire efficace, avec une moyenne de 17 à 22 mois d'expériences professionnelles au terme de la 4<sup>e</sup> année. Renforcer ponctuellement une équipe, accompagner un projet ou développer une activité en France ou à l'international, les missions confiées aux étudiants sont multiples et concernent de nombreux secteurs d'activité.

Les responsabilités prises vont croissant avec le niveau d'études et permettent aux étudiants de développer leur mobilité, leur adaptabilité et leur autonomie.

Avant, pendant et après leurs stages, les étudiants sont encadrés par un gestionnaire de carrière qui a pour mission d'apporter un soutien personnalisé aux étudiants en les guidant dans leurs démarches et en les aidant à choisir une orientation. Le choix du stage et de la mission est effectué en cohérence avec le projet professionnel des étudiants de manière à nourrir leur CV d'expériences constructives et efficaces.

## **LE STAGE DE VENTE - 1<sup>RE</sup> ANNÉE - 1 MOIS - FRANCE OU ÉTRANGER**

Cette toute première expérience permet aux étudiants de s'inscrire dans une mission d'exécution en particulier dans le domaine du commerce et de la vente. Le stage se déroule à une période pendant laquelle les entreprises et les commerces voient leurs besoins en personnel augmenter. Il s'agit, pour les étudiants, d'intégrer une équipe et d'appliquer les cours de techniques de vente étudiés au premier semestre.

Possibilité de 2 mois supplémentaires en juillet/août.

## **LE STAGE INTERNATIONAL (PAYS NON FRANCOPHONE) - 2<sup>E</sup> ANNÉE - 3 MOIS - ÉTRANGER**

Ce stage a pour objectif la découverte de l'entreprise à l'étranger et la mise en pratique des connaissances théoriques. L'étudiant est ainsi amené à se plonger dans un bain linguistique et culturel différent, et devra également mener un travail d'observation et de réflexion autour du secteur socio-économique du lieu où il effectue son stage.

Possibilité de 2 mois supplémentaires en juillet/août.

## **STAGE D'APPLICATION - 3<sup>E</sup> ANNÉE - 3 À 4 MOIS (EN FONCTION DU CURSUS CHOISI) - FRANCE OU ÉTRANGER**

Il s'agit d'un stage dit de « gestion » où la mission de l'étudiant doit répondre à un besoin réel de l'entreprise et se traduire par un résultat concret à travers des recommandations d'actions. Analyser, proposer et mettre en œuvre sont les étapes attendues de ce parcours en entreprise qui doit permettre à l'étudiant de confronter ses connaissances à l'expérience terrain. Ce stage donne l'occasion à l'étudiant de renforcer sa réflexion sur ses choix d'avenir professionnel.

## **LA MISSION CONSEIL DÉVELOPPEMENT (MCD) - 3<sup>E</sup> ANNÉE - 4 MOIS**

La Mission de Conseil et Développement (MCD) est une occasion unique pour les étudiants, réunis en groupe de 6 à 10, de travailler sur des problématiques réelles et concrètes à la manière d'un consultant ou d'une « junior entreprise ».

Quelques exemples de missions réalisées par les étudiants :

Diagnostic d'image locale pour l'enseigne Boulanger, étude de faisabilité pour le lancement d'un nouveau cognac à l'international, mise en place d'une franchise Domino's Pizza, plan d'action marketing pour un club de football...

## **LE STAGE PROFESSIONNEL - 4<sup>E</sup> ANNÉE - 6 MOIS - FRANCE OU ÉTRANGER**

Ce stage doit permettre à l'étudiant d'exercer une action responsabilisée sur une longue durée afin de renforcer certaines composantes personnelles et professionnelles essentielles : autonomie d'action, accès à des responsabilités, capacité d'expertise dans une fonction ou un domaine.

L'axe majeur de ce stage est l'intégration de l'étudiant à une fonction de l'entreprise pour finaliser la construction de son CV international.

Les étudiants ont la possibilité de remplacer ce stage par un CDD, un CDI ou un VIE.

# VIII. LES PROGRAMMES D'ENSEIGNEMENT

Sur les recommandations du Conseil de Perfectionnement et du Conseil scientifique, ce programme est soumis chaque année à des modifications.

## 1<sup>RE</sup> ANNÉE

---

Business Game  
Études et applications du Mix Marketing  
Distribution  
Communication d'entreprise  
Techniques de vente  
Droit des affaires  
Histoire des idées économiques - Culture générale  
Press Review (GB)  
Techniques d'argumentation et rhétorique  
Statistiques et méthodologie d'enquêtes  
Droit des sociétés  
Gestion comptable et financière  
Fondamentaux du marketing  
Introduction à la stratégie d'Entreprise  
Commerce International

International Business Strategy (GB)  
Intercultural Affairs (GB)  
International Negotiation (GB)  
Informatique d'entreprise  
Excel avancé  
Macroéconomie  
Microéconomie  
UOE - Géo-économie de l'Europe  
European Week (GB)  
Langue Vivante I (anglais)  
Langue Vivante II (allemand, arabe, espagnol, italien)  
Langue Vivante III (russe, chinois, arabe, portugais, japonais...)

## 1<sup>RE</sup> ANNÉE ENGLISH TRACK

---

Business Game  
Principles of marketing  
Distribution  
Corporate communication  
Negotiation Technics  
Business Law  
European Markets  
Politics and Sociology  
Press Review  
Marketing Analysis  
Accounting and Financial Management  
Principles of Marketing  
Introduction to Business Strategy  
International Trade

International Business Strategy  
Intercultural Affairs (GB)  
International Negotiation (GB)  
Business Computing  
Excel advanced  
Macroeconomy  
Microeconomy  
European markets  
European Week (GB)  
Foreign Language I (english)  
Foreign Language II (german, arabic, spanish, italian)  
Langue Vivante III (russian, chinese, arabic, portuguese, japanese...)

## 2<sup>E</sup> ANNÉE

---

Communiquer et convaincre  
Cross cultural Management  
Consumer behavior (GB)  
Droit du travail  
Droit de la consommation  
Trade Marketing (GB)  
Learning Lab  
Boot Camp  
World Issues  
Langue Vivante I Business english + TOEFL  
Langue Vivante II (allemand, arabe, espagnol, italien)  
Langue Vivante III (russe, chinois, arabe, portugais...)  
Geostrategy (GB)

Analyse financière  
Financement des entreprises  
Analyse financière avancée  
Analyse et contrôle des coûts  
Communication et média planning  
Etude de marché  
Techniques de commerce international  
Excel avancé  
Photoshop Indesign  
Management de projet  
Business Game Challenge  
European Week

## 3<sup>E</sup> ANNÉE

---

Pour le semestre de cours sur nos campus :

E-Marketing  
International marketing & Communication  
Intelligence économique  
Diagnostic financier  
Langue Vivante I : English and negotiation  
Langue Vivante II (allemand, arabe, espagnol, italien)  
Langue Vivante III (russe, chinois, arabe, portugais...)  
Marchés et financements internationaux  
Gestion budgétaire

Approach to external markets (GB)  
Marketing Strategy (GB)  
Management de l'innovation  
Ressources humaines et relations sociales  
Corporate Strategy (GB)  
Information System management (GB)  
Story Telling (GB)  
Politique et choix d'investissement  
Sales team management (GB)

## 4<sup>E</sup> ANNÉE

---

Ingénierie d'affaires et Key account Manager  
Stratégie d'entreprise  
Stratégie et gouvernance d'entreprise  
Change management & organizational behavior (GB)  
Méthodologie du mémoire de recherche appliquée  
Méthodologie et résolution de cas stratégiques  
Credit and cash management (GB)  
Design thinking (GB)  
Langue Vivante I : Anglais et TOEIC (training + passage du test)  
Langue Vivante II (allemand, arabe, espagnol, italien)  
Langue Vivante III (russe, chinois, arabe, portugais...)  
Career days

### MAJEURES PROFESSIONNELLES

#### Majeure Finance Internationale (en français et en anglais)

Contrôle de gestion stratégique - business control  
Comptabilité financière approfondie  
Audit (GB)  
Gestion de patrimoine  
US GAAP- IFRS  
Financial Strategy  
Corporate finance - Global assets management  
Fusion et acquisition  
Marchés boursiers  
Excel VBA

#### Majeure International Marketing & Communication (en anglais)

Panels & Dash Board  
Brand Management  
Digital Marketing (outils et analyse de données)  
Analyse de données marketing SPSS  
Photoshop

Luxury Marketing  
Packaging & Sémiologie  
Marketing Durable & solidaire  
BtoB Marketing  
Corporate communication

#### Majeure Digital Marketing & Web Strategy (en français et en anglais)

Droits du commerce numérique  
In bound marketing & E-CRM  
Nouvelles tendances digitales  
Marque, Réseaux Sociaux et contenu éditorial  
Projet Digital Marketing  
E-consumer behavior  
Panorama des technologies web  
Digital communication SEA  
Digital communication SEO  
Techniques de modifications d'images avec Photoshop

#### Majeure Innovation et Intraprenariat (en français et en anglais)

Projet digital et économie numérique  
Droit du commerce numérique  
Management des projets innovants  
Business plan  
Financement de projets  
Comptes prévisionnels & Business Plan  
Lean Start Up  
Études de marché, de tendances et de faisabilité  
Management de l'innovation et Business Model  
Photoshop

# GUIDE DES ÉTUDES



BBA.INSEEC.COM