



Document non contractuel - Création : DSS2016/214 - Crédits photos : François Lapeinte

PARTICIPATE IN

IDRAC

EXCHANGE PROGRAM

BUSINESS AND MARKETING PROGRAM (BACHELOR 3)
BUSINESS COURSES in FRENCH
ACADEMIC YEAR 2016/2017

INTERNATIONAL DEPARTMENT

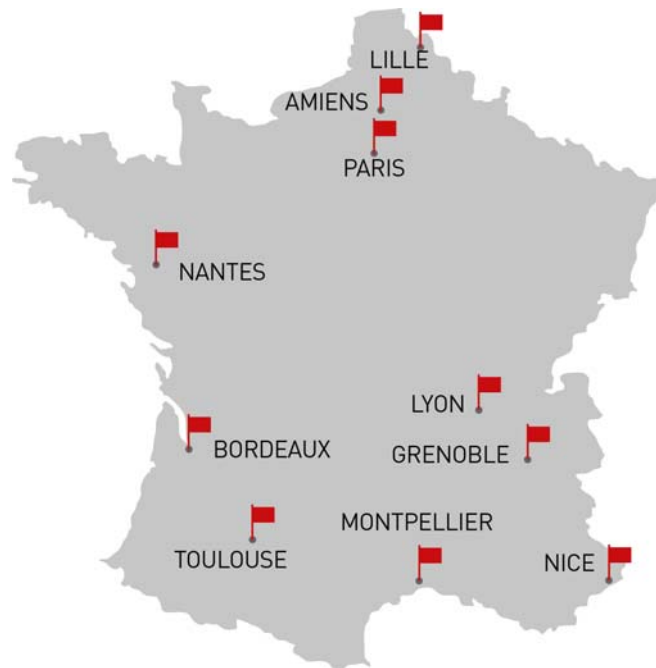
47 rue Sergent Michel Berthet
69009 Lyon
France
Tel: + 33 472 857 272

IDRAC
BUSINESS SCHOOL

IDRAC BUSINESS SCHOOL

1 SCHOOL - 10 CAMPUSES

10 OPPORTUNITIES TO STUDY*



IDRAC is a French private Business School with 10 campus sites in France: Amiens, Bordeaux, Grenoble, Lille, Lyon, Montpellier, Nantes, Nice, Paris and Toulouse.

On an international level, IDRAC has developed strong collaboration with 99 partners in 40 countries. Each year more than 400 students go study abroad and nearly 200 students from all around the world come for a semester or a year at IDRAC.

ERASMUS Code for all campuses: F LYON112

Web: <http://www.idrac-business-school.com/>

To Apply: [Click Here](#)

The Business and Marketing program in French:

Campuses		Academic dates
Fall	Amiens, Bordeaux, Grenoble, Lille, Lyon, Montpellier, Nantes, Nice, Paris and Toulouse*	28/08/2016 to 16/12/2016
Spring		03/04/2017 to 13/07/2017

*According to campus opening
(Induction dates may vary depending on campus)

How does the school system works in France

The French system might be different than the one in your home institution.

We value the time spent with the teacher and the knowledge you can get from him and the amount of time spent in class is bigger than the time spent working at home.

Our pedagogical aim is for you to learn as much as you can from your professors. That's why the number of hours per courses can seems important.

A French student spend approximatively 20h a week at school during 10 to 12 weeks in order to obtain 30 credits. The course load at home will not exceed a normal amount of study time.

The grading system is also different , you will see how it works just below.

IDRAC mark (/20)	IDRAC interpretation	ECTS grade	Definition	Credits Awarded
15 - 20	Outstanding	A	Excellent	Yes
13 - 14,99	Very Good	B	Very Good	Yes
11 - 12,99	Good	C	Good	Yes
10 - 11,99	Satisfactory	D	Satisfactory	Yes
Below 10	Failed	F	Failed	No

French Heath Social Security

For non-European students, registration to the French student social security in addition to their local international insurance is **compulsory**.

The amount of the registration is about 220€ (payment by cash to the international Office during the induction day).



BUSINESS AND MARKETING PROGRAM

BUSINESS COURSES in FRENCH

ACADEMIC YEAR 2016/2017

		Fall		Spring	
COURSES	Language of courses	Hours	Credits	Hours	Credits
MARKETING COMMERCE COMMUNICATION					
Diagnostic Stratégique	FR	20	2		
Marketing B to B et logistique	FR	20	2		
Etude marketing appliquée - les constats	FR	20	2		
Services marketing	AN	20	2		
Management des achats	FR	20	2		
Marketing stratégique	FR			20	2
Web marketing et création de valeur	FR			20	2
Business Model	FR			40	4
FINANCE					
Analyse financière	FR	20	2		
Budgets contrôle de gestion et pilotage	FR			20	2
MANAGEMENT DES HOMMES DES ORGANISATIONS ET DES PROCESS					
Manager sa FDV et suivre ses clients	FR	20	2		
Management de projet évènementiel et éphémère	FR	20	2		
Stratégie de communication et plan media	FR			20	2
Motivation de sa FDV et reporting	FR			20	2
STRATEGIE ECONOMIE DROIT					
Veille et management de l'information	FR	20	2		
Ethique: RSE et propriété intellectuelle—HandIDRAC	FR	40	4		
Lobbying, réseaux et medias	FR			20	2
LANGUES CULTURES CIVILISATIONS					
Business English	AN	20	2	20	2
French Seminar (Lyon and Paris only)	FR	20	2		
Business French	FR	20	2	20	2
News Analysis and press review	AN	20	2		
Geopolitics of natural resources and the environment	AN			20	2
DOSSIERS ET TRAVAUX PROFESSIONNELS					
Business Game	FR	20	2		
Manager Commercial	FR			20	2
Etude Marketing appliqué: les préconisations	FR			20	2
CID Crédits bonus					2
Intercultural Exchange report	FR				2
		Total	32	Total	30

UPDATED FEBRUARY 2016—SUBJECT TO CHANGES

MARKETING COMMERCE COMMUNICATION

Diagnostic Stratégique (fall)

Le cours de diagnostic stratégique a pour but de donner aux participants les outils et les méthodes nécessaires à l'analyse et à la formulation d'un diagnostic stratégique. Le plan du module reprend la démarche et la méthodologie d'un diagnostic stratégique et présente les grands outils de base de l'analyse stratégique. Il insiste sur la différence entre vision marketing et vision stratégique.

Marketing B to B et logistique (fall)

En business-to-business, les commerciaux font face à un challenge permanent : exigences toujours plus fortes, banalisation de l'offre dans tous les secteurs, processus de décisions complexes et une fonction achats qui se professionnalise. Dans ce contexte, le commercial doit à la fois défendre les parts de marché acquises et trouver de nouveaux clients. Ce cours forme les étudiants d'abord sur l'univers B to B. Il expose ensuite le mix marketing en général puis s'intéresse plus en particulier à la logistique en B to B.

Etude marketing appliquée - les constats (fall)

Ce cours a pour objectif la réalisation d'un dossier de groupe en deux parties. Cette première partie porte sur l'analyse de l'environnement et la réalisation complète d'un audit produit. Les étudiants devront choisir un produit ou un service et utiliser leurs connaissances pour réaliser un audit, appliquer les outils principaux du marketing et mener un entretien. Cette première partie sera complétée au second semestre d'une application sur les préconisations et l'analyse des entretiens.

Services marketing (fall)

This course will be about the specifics of the services: what is a service? The structure of the sector and types of services. Differences between goods and services. Notions of global product and associated services. The service experience: the interaction between customer and employees.

The key elements of Service Marketing is the component of a Service Marketing mix. Strategies of diversification through services. And the implications of Marketing and Management: The service experience, quality (how to measure it? how to warrantee it?), the customer relationship (employees, recruiting, training, organization...).

Management des achats (fall)

L'objectif de ce cour est de donner une vision globale de la Supply Chain et de son environnement interne et externe. Introduire les enjeux de la fonction Achats. Pour les apprenants, comprendre la supply chain pour pouvoir collaborer efficacement avec celle de leurs entreprises. Pour les commerciaux, comprendre l'acheteur pour faciliter la relation client/fournisseur.

Marketing stratégique (spring)

Ce cours complète la formation des étudiants en marketing. En effet, après avoir étudié les principes du marketing, s'être intéressé à des problématiques à court termes (liées au marketing MIX), ce cours traite des notions plus stratégiques nécessitant des prises de décision plus importante sur le moyen et long terme. Ainsi, les notions du marketing stratégiques sont exposées. Ce cours sera complété par le diagnostic stratégique au même semestre.

Web marketing et création de valeur (spring)

Ce module forme les étudiants à l'un des métiers les plus recherchés à savoir celui du e-marketeur. Ainsi, une panoplie de notions, illustrées d'exemples et d'études de cas, sont utilisées dans cette matière afin que l'étudiant puisse avoir les connaissances nécessaires sur le sujet : les fondamentaux du E-Commerce, les nouveaux comportements consommateurs, les outils de la promotion d'une marque sur le web.

Business Model + Dossier Business Model (spring)

Ce cours a pour objectif de permettre aux étudiants d'avoir une vision globale de l'entreprise à travers les composantes du business model et l'utilisation de ce dernier dans la prise de décision. Comprendre ce qu'est et ce que n'est pas un Business model. Prendre conscience du caractère global du business model (Découvrir les différentes approches sous-jacentes aux définitions présentées dans la section précédentes). Comprendre le modèle de référence actuel de présentation du business model : ses composants et ses limites. Savoir appliquer le modèle de référence actuel.

FINANCE

Analyse financière (fall)

L'analyse financière est l'étude la plus générale des techniques financières appliquées à une entreprise. On la confond souvent avec le diagnostic financier

mais le diagnostic financier a quelque chose de plus: après avoir fait l'étude et donc déterminé des symptômes, on donne une opinion motivée (diagnostic) et parfois des recommandations pour le futur (pronostic). Le présent cours sera uniquement consacré à l'analyse financière.

L'objectif principal de ce cours est d'initier les étudiants à quelques outils et méthodes fondamentaux permettant de porter une appréciation sur la santé financière et le risque d'une entreprise.

Budgets contrôle de gestion et pilotage (spring)

Le principal objectif du cours est de donner aux étudiants les outils qui leur permettront de comprendre, d'interpréter et de prévoir la situation financière d'une entreprise. Selon le plan comptable français, la gestion budgétaire est un mode de traitement de données dont les objectifs essentiels sont les suivants : Etablir des prévisions de charges et de produits d'exploitation ; Constater la réalisation et expliquer les écarts qui en résultent; Fournir tous les éléments de nature à éclairer les prises de décisions.

MANAGEMENT DES HOMMES DES ORGANISATIONS ET DES PROCESS

Manager sa FDV et suivre ses clients (fall)

A l'issue de cette formation, les étudiants auront appris à adapter leur management à leur force de vente et activer les bons leviers de manière à stimuler la cohésion du groupe et sa performance commerciale. En ce sens, le cours leur servira aussi à mieux cerner le profilage des clients grâce à la segmentation et maîtriser les techniques relatives au suivi des ventes avec l'utilisation d'outils en GRC.

Management de projet événementiel et éphémère (fall)

Ce cours vise un objectif général déclinable en objectifs « secondaires », Il s'agit d'apprendre le travail en équipe « en contexte » (à travers une situation concrète de conduite de projet). Plus spécifiquement, il s'agit d'amener l'étudiant et le groupe à gérer le temps de façon optimale et d'intégrer les contraintes budgétaires et temporelles d'un projet.

Ce module s'organise en deux temps : d'abord une phase théorique visant l'acquisition des fondamentaux de la gestion de projet, puis une phase « pratique » où l'intervenant agit en tant que consultant auprès des groupes de travail sur de l'accompagnement.

Stratégie de communication et plan media (spring)

Les objectifs de ce module sont de comprendre la place de la stratégie de communication au sein de la démarche marketing globale. Apprendre à mettre en place une stratégie de communication cohérente avec les objectifs marketing. S'initier à l'univers de la presse et la conception d'un plan media. Savoir utiliser les relations presse.

Motivation de sa FDV et reporting (spring)

Ce cours est conçu dans l'objectif de faire comprendre aux étudiants la nécessité du reporting en présentant les principaux outils à disposition, en faisant le lien avec le pilotage de l'organisation grâce aux indicateurs fréquemment utilisés. En parallèle, le module insistera sur le suivi de la motivation de la force de vente fait par le manager, condition indispensable de la performance de l'organisation.

STRATEGIE ECONOMIE DROIT

Veille et management de l'information (fall)

Le cours de veille et management de l'information vise à sensibiliser les étudiants à l'importance de l'information dans la société actuelle et de son poids dans l'entreprise. Il s'attachera à présenter les différentes étapes du cycle de renseignement et à donner les outils permettant son application en entreprise. Enfin par des études de cas, il établira une liste des bonnes pratiques

Ethique: RSE et propriété intellectuelle - HandIDRAC (fall)

Chaque étudiant sera au cours de sa carrière confronté à des situations de Handicap soit dans une phase de recrutement, soit dans un accompagnement d'un collaborateur se trouvant dans une situation de handicap. A ce titre, il est nécessaire que dans sa fonction cadre, l'apprenant comprenne les enjeux et la réglementation en la matière. Cette politique s'inscrit dans une démarche R.S.E. des entreprises.

Les étudiants seront invités à identifier et à distinguer les différents droits liés à une création de l'esprit. Puis, les échanges leur permettront de comprendre l'étendue des prérogatives du créateur et de l'utilisateur d'une œuvre de l'esprit. Enfin, les conditions de fond et de forme, propres à chaque droit de propriété intellectuelle, seront étudiées.

Lobbying, réseaux et medias (spring)

Ce cours a pour objectif de comprendre l'importance et l'utilité de maîtriser les rouages publics et politiques en utilisant diverses stratégies dans une optique de développer un marché ou dans un but commercial et/ou privé. L'accent sera mis sur la structure des organisations publiques nationales, internationales mais aussi locales (qui seront souvent les principaux écueils des jeunes diplômés).

LANGUES CULTURES CIVILISATIONS

Business English (fall and spring)

Business French (fall and spring)

French Seminar (Lyon and Paris only)

The aim of those courses is to enable the students to achieve functional fluency in a language as a result of their development in the following areas:

1. Listen, read and view critically and with accuracy and understanding a wide range of literary and informational/functional texts from print and non-print sources.

2. Speak, write and represent in internationally acceptable foreign language that is grammatical, fluent, mutually intelligible and appropriate for different purposes, audiences, contexts and cultures.

3. Understand and use internationally acceptable foreign language grammar and vocabulary accurately and appropriately as well as understand how speakers/writers put words together and use language to communicate meaning.

Such language exposure will broaden students' experience and give them meaningful contexts for learning a language. Students will use language in a variety of contexts, to revisit language structures and skills and to see how language works according to purpose, audience, context and culture.

News Analysis and press review (fall)

This course introduces students to the fundamentals of reading and analyzing published and reported news (audio/ video/ other). The course content would involve analyzing published news from across the world using various Databases (Factiva, for example).

The objectives of the readings, discussions, exercises and assignments of this course are planned so as to enable students to be better and well informed Managers of tomorrow.

Students are expected to keep themselves updated on world events of importance by following various media and information sources ranging from newspapers and news magazines to alerts from other published sources as well as on Twitter.

Geopolitics of natural resources and the environment (spring)

The objective of this course is also to make the student aware of the environmental security approach. Theories of environmental conflict between and within nations will be studied in order to better understand current and future environmental security concerns. These will range from conflicts and policies relating to water and hydraulic resources, climate change, other "resource wars" and environmental refugees.

DOSSIERS ET TRAVAUX PROFESSIONNELS

Business Game (fall)

Les étudiants, par groupe gèrent une entreprise industrielle dans un environnement concurrentiel. Ils gèrent leur positionnement stratégique (Producteur, sous-traitant, donneur d'ordre), leurs approvisionnements ; leurs investissements, leur positionnement, leurs alliances.

Ils prennent un ensemble de décisions industrielles, commerciales, financières, marketing, recherche et développement, à partir d'un diagnostic de leur situation et des objectifs qu'ils se fixent (rentabilité, part de marché) avec des ressources limitées. Parallèlement ils rendent aux animateurs un ensemble de mini travaux complémentaires (plan marketing, suivi des coûts et des marges, tableaux de bord...) qui leur permettent de mieux structurer leur démarche.

Manager Commercial (spring)

Ce module a pour objectif d'amener l'étudiant à : Développer une vision élargie du métier de directeur commercial et plus largement de la fonction commerciale. De découvrir les possibilités d'évolutions dans les entreprises pour la fonction commerciale en multipliant les sources d'informations, en exploitant ses propres expériences et en recueillant des témoignages de professionnels, l'étudiant rendra compte de sa connaissance du métier par la réalisation d'un dossier qui fera l'objet d'une soutenance orale individuelle.

Etude Marketing appliqué: les préconisations (spring)

Ce module est la seconde partie d'une étude globale en marketing menée en groupe. L'objectif est d'utiliser les théories apprises en marketing en favorisant la mise en œuvre de compétences transversales. Cette seconde partie du dossier porte principalement sur une analyse des constats réalisés pour proposer des préconisations.

CID (spring)

Students are individuals and they are all different. That is what we think and it is a core value in our school. In order to help the students find a way that interest him and let him be proactive in his own training, we ask each students to partake in a school association or a non-profit organization during the year.

Students can help with the red-cross, or help their school with organizing the student life, or their fellow student for some tutoring. The importance is to give back to the community, at school or somewhere else.

Intercultural Exchange report (spring)

Students will reflect in a report in French and English about the cultural differences between their home country and their experience in France.

CALENDAR 2016 / 2017

Business And Marketing Program in French

August-16	septembre 16	octobre 16	novembre 16	décembre 16	janvier 17	février 17	mars 17	avril 17	mai 17	juin 17	juillet 17
1 Mon. 2 Tue 3 Wed 4 Thu 5 Fri 6 Sat 7 Sun 8 Mon. 9 Tue 10 Wed 11 Thu 12 Fri 13 Sat 14 Sun 15 Mon. 16 Tue 17 Wed 18 Thu 19 Fri 20 Sat 21 Sun 22 Mon. 23 Tue 24 Wed 25 Thu 26 Fri 27 Sat 28 Sun 29 Mon. 30 Tue 31 Wed	1 Thu Seminar 2 Fri 3 Sat 4 Sun 5 Mon 6 Tue 7 Wed 8 Thu 9 Fri 10 Sat 11 Sun 12 Mon 13 Tue 14 Wed 15 Thu 16 Fri 17 Sat 18 Sun 19 Mon 20 Tue 21 Wed 22 Thu 23 Fri 24 Sat 25 Sun 26 Mon 27 Tue 28 Wed 29 Thu 30 Fri	1 Sat 2 Sun 3 Mon 4 Tue 5 Wed 6 Thu 7 Fri 8 Sat 9 Sun 10 Mon 11 Tue 12 Wed 13 Thu 14 Fri 15 Sat 16 Sun 17 Mon 18 Tue 19 Wed 20 Thu 21 Fri 22 Sat 23 Sun 24 Mon 25 Tue 26 Wed 27 Thu 28 Fri 29 Sat 30 Sun 31 Mon	1 Tue 2 Wed 3 Thu 4 Fri 5 Sat 6 Sun 7 Mon 8 Tue 9 Wed 10 Thu 11 Fri 12 Sat 13 Sun 14 Mon 15 Tue 16 Wed 17 Thu 18 Fri 19 Sat 20 Sun 21 Mon 22 Tue 23 Wed 24 Thu 25 Fri 26 Sat 27 Sun 28 Mon 29 Tue 30 Wed	1 Thu 2 Fri 3 Sat 4 Sun 5 Mon 6 Tue 7 Wed 8 Thu 9 Fri 10 Sat 11 Sun 12 Mon 13 Tue 14 Wed 15 Thu 16 Fri 17 Sat 18 Sun 19 Mon 20 Tue 21 Wed 22 Thu 23 Fri 24 Sat 25 Sun 26 Mon 27 Tue 28 Wed 29 Thu 30 Fri 31 Sat	1 Sun 2 Mon 3 Tue 4 Wed 5 Thu 6 Fri 7 Sat 8 Sun 9 Mon 10 Tue 11 Wed 12 Thu 13 Fri 14 Sat 15 Sun 16 Mon 17 Tue 18 Wed 19 Thu 20 Fri 21 Sat 22 Sun 23 Mon 24 Tue 25 Wed 26 Thu 27 Fri 28 Sat 29 Sun 30 Mon 31 Tue	1 Wed 2 Thu 3 Fri 4 Sat 5 Sun 6 Mon 7 Tue 8 Wed 9 Thu 10 Fri 11 Sat 12 Sun 13 Mon 14 Tue 15 Wed 16 Thu 17 Fri 18 Sat 19 Sun 20 Mon 21 Tue 22 Wed 23 Thu 24 Fri 25 Sat 26 Sun 27 Mon 28 Tue	1 Wed 2 Thu 3 Fri 4 Sat 5 Sun 6 Mon 7 Tue 8 Wed 9 Thu 10 Fri 11 Sat 12 Sun 13 Mon 14 Tue 15 Wed 16 Thu 17 Fri 18 Sat 19 Sun 20 Mon 21 Tue 22 Wed 23 Thu 24 Fri 25 Sat 26 Sun 27 Mon 28 Tue	1 Sat 2 Sun 3 Mon 4 Tue 5 Wed 6 Thu 7 Fri 8 Sat 9 Sun 10 Mon 11 Tue 12 Wed 13 Thu 14 Fri 15 Sat 16 Sun 17 Mon 18 Tue 19 Wed 20 Thu 21 Fri 22 Sat 23 Sun 24 Mon 25 Tue 26 Wed 27 Thu 28 Fri 29 Sat 30 Sun 31 Mon	1 Thu 2 Fri 3 Sat 4 Sun 5 Mon 6 Tue 7 Wed 8 Thu 9 Fri 10 Sat 11 Sun 12 Mon 13 Tue 14 Wed 15 Thu 16 Fri 17 Sat 18 Sun 19 Mon 20 Tue 21 Wed 22 Thu 23 Fri 24 Sat 25 Sun 26 Mon 27 Tue 28 Wed 29 Thu 30 Fri	1 Sat 2 Sun 3 Mon 4 Tue 5 Wed 6 Thu 7 Fri 8 Sat 9 Sun 10 Mon 11 Tue 12 Wed 13 Thu 14 Fri 15 Sat 16 Sun 17 Mon 18 Tue 19 Wed 20 Thu 21 Fri 22 Sat 23 Sun 24 Mon 25 Tue 26 Wed 27 Thu 28 Fri 29 Sat 30 Sun 31 Mon	

Exams

Weekends and bank holiday

Courses

Induction and seminar