

SYLLABUS M1 GSF

Année 2017-2018

Master GSF *International Development and Corporate Strategies*

In partnership with the Institute of Business Administration of Poitiers



M1-S1

Economics of innovation

UE1

20hCM

Description : This course provides an analysis of the economic phenomenon of innovation. It aims first at defining what innovation is, and understanding its underlying diversity; then at analysing innovation as an output (how to measure innovation?) and a process (how do companies innovate?). We will interest in the role of intellectual property, namely through patents, in the collaborations for innovation (inter-companies, scientific, science-industry), in the geography of innovation, and in the several institutional actors implied in innovation issues (competitiveness clusters, public investment bank, local authorities, etc.). A collection of documents (texts, videos, etc.) will be discussed to feed the course, and some professionals will introduce their expertise related to innovation issues during the semester.

Expected skills:

- Mastering the several definitions of innovation;
- Understanding the role of patents and R&D in the economic system;
- Understanding the determinants of and limits to R&D internationalisation;
- Identifying the key actors of institutional landscape of innovation;
- Gathering and interpreting data related to innovation.

Evaluation : Continuous assessment

M1-S1

Globalization, theory and history

UE2

20hCM

Summary : The course covers the theoretical and empirical side of international Economics. It presents basic economics theories and uses them to analyze the evolution of international economies since 1971, focusing mainly on monetary aspects and the role of the dollar.

Expected knowledge and skills :

- Learn about the evolution of the International Monetary System (and how we got there).
- Understand how each economic area had to adapt its strategy following the end of Bretton-Woods.
- Apply economic theory and simple models to gain a better perspective of what's happening today, in Europe, in China, etc., and how globalization explain the ever-increasing connection between countries.

Evaluation : Group Presentation. Individual Essay

Summary : The aim of this course is to confront students to real-life business cases as well as fictitious ones, both connected to corporate strategies and globalization. The case studies' topics may range from international marketing to country risk analysis as well as international management.

The contents of the various case studies vary in length and information but the aim remains the same: analyze the data provided and take an active part in the decision-making process. Students are expected to scrutinize and analyze the documents provided to be able to make their own decisions and strategic choices.

For that purpose, the classes will not be conducted in a traditional way but through business meetings with all participants actively contributing to the decision-making process. Each meeting will be headed by a chairperson in charge of organizing the discussions and the meeting. Videos or recordings of real interviews or TV programs will complement the case studies – They will provide an insight into corporate strategies in today's global world.

Expected knowledge and skills :

It goes without saying that a fairly good knowledge of grammar is required since there will not be any grammar or vocabulary lessons as such.

The different classes should contribute to improving students 'language skills of course as well as analytical and organizational skills. Students are encouraged to become pro-active as well as reactive problem solvers able to provide clear and meaningful arguments based on their analysis of the initial situation.

Considering the wide range of topics, connections with the other courses on the syllabus will be established whenever possible.

Evaluation : contrôle continu

The classes will lead to an oral examination based on a case study analysis (50% of the final grade). The remaining 50% will assess students 'contribution to the different meetings.

Summary : The lecture explains the context in which companies develop has changed: competition has become global and new countries appear in the global production that constitutes an important actor in the international exchanges. The lecture explains how this context leads to new risks and new opportunities for companies and sheds light on the five different « faces » of the international corporate strategy: 1) FDI, 2) goods and services exchanges, 3) relocations, 4) international partnerships and 5) mobility of high-qualified people. We thus give theoretical concepts and the main empirical figures related to these various international corporate strategies.

Expected knowledge and skills :

- contextual knowledge about the globalization impact on corporate strategies
- theoretical understanding of the various international corporate strategies
- empirical knowledge of the key trends and patterns of FDI, international trade, relocations, foreign out-sourcing, brain drain

Evaluation : Contrôle continu

Oral presentation about topics studied in class (by group) and written evaluation about the lectures (individual grade)

Eléments d'organisation :**Trame, principales notions abordées** (théories, concepts, mécanismes) :

Remobilisation des théories relatives au commerce international, à l'économie d'entreprise (théorie des coûts de transaction) et à l'économie industrielle (fragmentation des processus productif, division internationale des processus productifs).

Points d'articulation avec les autres cours (continuité dans le Master) :

Liens évidents avec le cours d'économie d'entreprise en L2, avec le cours d'innovation en M1 et avec le cours en M2 ayant le même titre.

Interventions de professionnels s'intégrant au cours :

En début de semestre, l'intervention de UBI France couplée à celle de la CCI international permettra de présenter les différents acteurs et démarches des entreprises souhaitant s'internationaliser.

Une intervention de Yannick Lung, chercheur à l'Université de Bordeaux et spécialiste du secteur automobile viendra compléter l'analyse de la fragmentation des processus productif. Elle sera complétée par l'intervention d'un professionnel du secteur aéronautique.

M1-S1

International corporate strategies and Territorial diagnosis

UE2

35hTD

Summary : Within the framework of its SRDEII, the Regional Council of "New Aquitaine" wishes to strengthen the internationalization and innovation of its enterprises and the attractiveness of its territory. Upstream of appropriate policies implementation, the RC has mandated the faculty of economics of Poitiers to implement an **in-depth diagnostic of the degree of innovation and internationalization of enterprises in its territories.**

This WS project is based on the different Master 1 classes and notably economics of innovation, ICS and territorial diagnosis. You will also need to take back some known elements of the data analysis, the business economics and the sector analysis.

During the semester, you will develop a collective project, as if you were working in a consulting firm. You will work in project mode during 5 complete days (with the three speakers in charge of this WS) during 6h. 5h will be devoted at the end to the final restitution

Expected knowledge and skills :

- spatialized statistical analysis : shift-share analysis, specialization index, Krugman index, ...
- qualitative analysis of one firm's strategies
- economic theory : economic geography, economy of proximities, industrial economics (sectoral analysis)

Evaluation :

Your work is validated by continuous assessment with various oral presentation and a final report.

M1-S1

UE2

Territorial diagnosis

9h CM

Summary : The aim of this course is to develop student's ability to collect, process and analyze quantitative and qualitative data about local areas and industries, in order to explain the geography of economic activities.

Students carry out case studies during workshops, mobilizing quantitative data on exports, employment and/or value added, at several geographical scales (countries, regions, counties, ...), and more qualitative data about firms and industries. These workshops are based on other Master 1 classes like Economics of Innovation and International Corporate Strategies.

Expected knowledge and skills :

- spatialized statistical analysis: shift-share analysis, specialisation index, Krugman index, ...
- qualitative analysis of location firm's strategies
- economic theory: economic geography, economy of proximities, industrial economics (sectoral analysis)

Evaluation : continuous assessment with various oral presentation and a final report.

M1-S1

UE2

Stratégie marketing

20hCM

Description : La stratégie marketing de l'entreprise repose sur les décisions managériales prises par la Direction Générale. Elle permet d'envisager l'offre produits/ biens et services qui sera proposée sur le ou les marchés cibles.

Après avoir considéré les études de marché comme préalable à la définition de l'offre de l'entreprise, son portefeuille sera envisagé au regard du marché de référence afin de déterminer la stratégie produit, marque, marché.

Plus largement, la stratégie marketing sera appréhendée dans le cadre de l'internationalisation des marchés.

Compétences attendues :

- Comprendre l'environnement stratégique de l'entreprise
- Conforter ses connaissances en marketing
- Contextualiser ses connaissances théoriques dans le cadre du paradigme entrepreneurial.
- Mobiliser ses compétences économiques
- Démontrer des savoirs-faire

Evaluation : Contrôle continu

- Contrôle sur table
- Etude de cas

M1-S1***Stratégie marketing*****UE2****10hTD**

Description : Les séances de travaux dirigés s'appuient sur des études de cas issues du monde socio-économiques. Ces cas d'entreprise positionnent l'étudiant comme cadre-dirigeant d'entreprise. La restitution sous la forme orale et écrite (en anglais) conduit l'étudiant à proposer des solutions managériales concrètes au service de l'entreprise observée.

Compétences attendues :

- Recherche d'informations sur l'entreprise
- Analyse sectorielle
- Positionnement de l'entreprise
- Préconisations managériales.

Evaluation : Contrôle continu

- Contrôle sur table
- Etude de cas

M1-S1***Analyse de données*****UE3****15hTD**

Résumé : L'analyse des données connaît un essor important actuellement, et cet essor est lié au Data Mining. En effet, les entreprises disposent d'importantes quantités de données, mais le problème désormais, c'est « de faire parler » ces données. Aussi ces analyses sont-elles particulièrement utilisées en économie ou en gestion (marketing en particulier).

Il s'agit ici de mettre en place les techniques d'interprétation des données à partir de cas concrets, pour pouvoir interpréter les résultats fournis par les logiciels.

Plan du cours :

- La notion de distance
- L'analyse en composante principale
- L'analyse factorielle des correspondances
- L'analyse des correspondances multiples

- La classification ascendante hiérarchique

Compétences attendues :

- Réaliser une recherche bibliographique sur une problématique donnée
- Savoir utiliser quelques techniques d'analyse de données (Analyse en composantes principales, Analyse Factorielle des Correspondances, Analyse des Correspondances Multiples, voire Classification Ascendante Hiérarchique)
- Etre capable de sélectionner la méthode la plus pertinente
- Etre en mesure de produire une étude statistique (rédaction d'un rapport)
- Organiser son travail en autonomie (la partie cours est exclusivement en ligne)

Evaluation : contrôle continu

Deux petits contrôles non notés pour faire le point sur les difficultés (évaluation formative)

1 dossier. Choix d'une thématique, et rédaction d'un mini-rapport traitant du sujet, en utilisant une méthode d'analyse de données

Supports :

- Vidéos en ligne
- Exercices en ligne
- Utilisation du logiciel SAS ou SPAD

M1-S1

Projets professionnels

UE3

8hCM

Description : L'objectif de ce module est d'apporter les outils nécessaires aux besoins de professionnalisation des étudiants au niveau du master 1.

Atelier, co-animé avec François Baty-Sorel, organisé en 4 temps :

- 1) Les attentes des employeurs :
 - a. Réflexion sur sa propre valeur ajoutée, identifier sa VA
 - b. Importance des réseaux : comment construire et enrichir son réseau (avoir une page LinkedIn, faire attention à son image publique...)
- 2) Rappels des outils à disposition pour faire le bilan et réfléchir sur ses compétences :
 - a. Le PEC (travail de bilan sur ce qui a déjà été fait)
 - b. My Docpro, outil initialement prévu pour les doctorants mais amène plus généralement à une réflexion sur les compétences.
- 3) Enquêtes métiers et recherche d'offres de stage ou emplois :
 - a. Les sources : où chercher les annonces pertinentes
 - b. Choix d'une annonce
- 4) Construction de CV et lettres de motivation + Simulation recrutement :
 - a. En binôme éclaté dans une salle
 - b. Nouvelle réflexion sur les attentes du recruteur et sur les compétences du recruté

Interventions de professionnels s'intégrant au cours :

*Intervention d'un doctorant en bourse Cifre sur la réalisation concrète et quotidienne de la thèse :
A. Achard,

*Intervention d'un professionnel : E. Bourdu, Chef de projet à La Fabrique de l'industrie

Connaissances et compétences attendues :

Connaissances des outils pour la mise en valeur des compétences professionnelles et personnelles en vue de la construction de CV, lettres de motivation et entretiens professionnels.

Connaissances des réseaux professionnels

Evaluation : contrôle continu

Rapport d'étonnement + CV / Lettres

M1-S1

Anglais

UE3

15hTD

Course objectives:

This course aims at stimulating and improving students' oral fluency through conversation workshops, professional roleplays and debates.

The topics will be closely linked to the International economical context as well as to the various aspects of working in an International company (Team working, Cross cultural communication, marketing blunders...)

It will be also be the opportunity to provide students with some help for their final oral presentation and report in English. Students will be given useful tips and individual help.

Pedagogical Methods:

The students are expected to participate actively during lessons giving their opinion during the discussions, illustrating their statements with examples and press articles and adopting a professional behaviour when necessary.

Evaluation : contrôle continu

The students will be assessed on their oral presentations as well as on their presence and active participation to the classes.