

Syllabus Gestion et management Premier cycle de formation Vaucanson

décembre 2014
Pauline Alamichel

Introduction

Le « management » est un terme à la mode, un peu galvaudé et fourre-tout dont il est parfois difficile de donner une définition claire. Si on s'en tient à son acception courante dans le monde anglo-saxon, on peut le traduire par « gestion », terme tout aussi large, transversal voire flou. Et bien que transversal, il y a cependant une nuance apportée par le terme « management » que celui de « gestion » ne recouvre pas, qui pourrait être rapportée à « direction » en tant que substantif de « diriger quelqu'un ou quelque entité ».

Ainsi, le domaine *gestion et management* a pour ambition de doter les élèves des différents outils nécessaires pour savoir tant gérer que diriger une structure comme une entreprise (ou tout au moins une entité d'une entreprise). Pour y parvenir, il ne suffit pas de savoir « manager une équipe » c'est-à-dire jouer le rôle de coordinateur entre les différents acteurs, de savoir donner des ordres et savoir déléguer, de savoir organiser et distribuer le travail, de savoir communiquer, etc. qui sont les premières évocations associées au terme de « management ». Il faut aussi disposer d'une certaine légitimité et expertise dans les différentes fonctions support d'une entreprise : marketing, finances, droit, ressources humaines, logistique. En disposant d'une approche transversale mais approfondie de ces différents domaines, en plus de gagner en légitimité, le « manager » peut avoir une vue d'ensemble de son activité et donc conduire des stratégies pertinentes pour son entreprise.

Le domaine *gestion et management* est donc décomposé en cinq unités d'enseignement présentées dans le tableau ci-dessous :

Unité d'enseignement	Principaux thèmes	Objectifs
Marketing et Vente	Marketing Stratégique	Comprendre le fonctionnement général d'un marché, cerner les interactions entre les différents acteurs de ce marché et leur environnement et savoir mener une étude de marché.
	Marketing Mix	Savoir concevoir un produit cohérent avec une étude de marché et développer une créativité pertinente et utilisée à bon escient
	Techniques de vente et négociation	Savoir mener une négociation suivant différents objectifs et savoir vendre un produit à travers différents supports écrits ou oraux.

Finances et comptabilité	Comptabilité Générale	Comprendre le fonctionnement général de la comptabilité d'une entreprise afin d'avoir une vision pratique et pragmatique des concepts d'analyse financière.
	Analyse Financière	Comprendre le vocabulaire financier et parvenir à appréhender l'environnement économique d'une société et d'une entreprise. Développer les capacités d'analyse et de synthèse grâce aux outils financiers.
	Contrôle de gestion	Savoir identifier, comprendre et analyser différentes structures de coûts et savoir calculer des coûts de production et des seuils de rentabilité.
	Finance de marché	Comprendre le fonctionnement du marché financier et reconnaître les différents acteurs.
Droit	Principe du droit des affaires	Comprendre le fonctionnement du cadre juridique en matière de droit des affaires et maîtriser le vocabulaire principal utilisé.
	Droit des sociétés	Comprendre la définition d'un statut et ses conséquences juridiques, fiscales, financières et humaines dans l'organisation d'une entreprise.
	Droit commercial	Comprendre les fondements d'un contrat commercial et savoir rédiger un contrat répondant aux codes du droit commercial
	Fiscalité	Comprendre les grands principes de la fiscalité française et savoir déterminer le montant de ses impôts personnels à payer ainsi que celui d'une entreprise suivant le régime fiscal auquel elle est soumise.
Ressources Humaines	Droit social	Connaître les principaux droits et devoirs des différents acteurs du monde du travail et savoir chercher l'information juridique dans les sources adéquates.
	Droit syndical et dialogue social	Savoir identifier les différents partenaires sociaux ainsi que leur utilité et l'enjeu de leur existence au sein d'une société et plus particulièrement au sein de la société française.
	Administration du personnel	Comprendre le fonctionnement de la rémunération en France ainsi que les principes généraux des techniques de paie.
	Gestion des ressources humaines et des compétences	Comprendre l'enjeu de la politique RH au sein d'une entreprise et connaître les outils à disposition des RH pour développer les ressources humaines.
Management opérationnel	Management opérationnel	Développer des compétences de fédération d'acteurs divers autour d'un projet d'envergure, maîtriser différents outils d'organisation et de planification, faire face à de la gestion de conflits.

1. Organisation pédagogique

Le domaine *Gestion et management* est le domaine de spécialité des élèves inscrits à Vaucanson en filière *Management*. Il doit permettre aux élèves d'acquérir une compétence technique de bon niveau et doit, pour cela, donner les outils nécessaires qui formeront l'expertise et la base du métier des élèves. Mais parallèlement, ce domaine doit tenir compte des spécificités liées au public des bacheliers professionnels, notamment en termes d'abstraction et de compétences analytiques et synthétiques.

En effet, il a été constaté que ces bacheliers peuvent éprouver plus de difficultés que leurs pairs issus de filières générales pour structurer leur pensée afin d'engager de manière autonome une démarche réflexive cohérente et justifiée. Par ailleurs, l'expérience a aussi montré que ces bacheliers pouvaient éprouver des difficultés pour mobiliser leur créativité et qu'il était important de leur permettre de développer leur imagination en relation à des thématiques professionnelles.

C'est pourquoi le domaine *Gestion et management* est fondé sur une progression didactique aux exigences techniques croissantes.

1.1. Choix en matière de progression didactique

La première année de licence doit permettre à l'élève d'intégrer les principes de la pédagogie par projets tout en lui donnant les outils nécessaires pour développer des compétences analytiques, synthétiques et créatives. C'est pourquoi « Marketing et vente » est apparu être l'unité d'enseignement la plus adaptée. En effet, autour de divers projets menés en équipe simulant la création et la vente d'un concept de produit à partir d'abord de leur propre imagination puis, ensuite, en intégrant des notions et concepts plus techniques de marketing (voir *infra* « Organisation séquentielle »), les élèves apprennent à mener des recherches documentaires et à analyser des données à la fois qualitatives et quantitatives et à les structurer. Ces projets leur permettent aussi d'apprendre le travail en équipe avec toutes les problématiques de gestion et de coordination que cela suppose.

La deuxième année se concentre sur des apports techniques et d'expertise. Ainsi, afin de mieux encadrer la démarche de l'élève et, pour l'équipe enseignante, de mieux gérer les variables sur lesquelles les élèves travaillent, le mode projet est limité et il est davantage fait appel à des études de cas. Cette méthode est particulièrement adaptée aux unités d'enseignement comme la comptabilité, la finance et le droit.

Enfin, la troisième année doit permettre à l'élève de revenir à un mode projet mais sous une forme plus professionnelle et en conservant un niveau d'expertise théorique poussée.

Les enseignements sont structurés par les séquences à l'école, dont le point 9 « Organisation par séquence » décrit les contenus séquence par séquence.

1.2. Répartition des temps de formation entre UE et thèmes du domaine

UE	Heures / UE	Thèmes	H/thèmes L1	H/thèmes L2	H/thèmes L3
Marketing et vente	210	Marketing Stratégique : l'étude de marché	100		
		Marketing mix	50		20
		Techniques de vente	20		20
Comptabilité-finance	190	Comptabilité générale		60	
		Contrôle de gestion	10	15	20
		Analyse financière		70	
		Finance de marché			15
Droit des affaires	70	Droit des sociétés		25	
		Droit commercial			25
		Fiscalité			20
Ressources Humaines	130	Droit Social (DS)		10	10
		Droit Syndical et Dialogue Social (DSY)			10
		Administration du personnel (ADP)			20
		Gestion des ressources humaines et des compétences (GRHC)		50	30
Management opérationnel	70		20		50
Capital temps-formation	70				70
Totaux	740		200	230	310

2. Programme des UE du domaine Gestion et management

2.1. Contenus de l'UE Marketing et vente

Marketing Stratégique : l'étude de marché

- Définition et Historique du marketing
- Marketing de l'offre/ Marketing de la demande
- Le marché

Définition du marché et des marchés (B to B, B to C, C to C, marché potentiel, marché actuel, etc.)
 Définition d'une part de marché.

Identification des différents niveaux de marché.

Segment de marché et segmentation.

– **Analyse de la demande**

Identification d'un besoin.

Réalisation d'enquêtes, sondages.

Le questionnaire qualitatif.

Le questionnaire quantitatif.

Utilisation des outils statistiques et de sondages.

Définition et Identification d'une cible, d'un créneau, d'une niche.

– **Analyse de la concurrence**

Les différents niveaux de la concurrence : concurrence directe et indirecte.

Le modèle des 5 forces de Porter.

– **Analyse de l'environnement**

L'analyse PESTEL

– **Analyse SWOT**

Marketing mix

– **La Politique de produit**

Créativité : comment concevoir un produit révolutionnaire ? Brainstorming : identification problème/besoin. Brainstorming : imagination solution/offre, sans contrainte de réalité. Sélection produit sous contrainte de pertinence et faisabilité.

L'image d'un produit et ses valeurs.

Création d'un logo, d'un slogan et cohérence avec le produit

Le design et la décoration.

– **La politique de communication**

Les cibles de communication, différence entre prescripteurs et acheteur.

Les sélections de supports publicitaires.

Réalisation de supports publicitaires (spot TV, spot radio, plaquette, etc.).

Réalisation d'un Média Planning.

Réalisation d'un Plan de Travail Créatif (PTC) et d'un brief d'agence de communication.

– **La politique de prix**

Objectifs de la fixation des prix.

Analyse des coûts. Détermination d'un seuil de rentabilité, du point mort. Détermination Coût cible ou acceptable pour un marché.

Fixation des prix par analyse de l'offre.

Fixation des prix par analyse de la demande.

Contraintes et réglementation dans la fixation des prix.

Stratégies de prix et pratique de prix différenciés.

Détermination d'un budget.

– **La politique de distribution**

Définition de la fonction de distribution

Les caractéristiques des circuits de distribution : les intermédiaires ; les canaux ; les choix du circuit ; la mise en place du système choisi ; le contrôle du système choisi.

La stratégie de distribution : les composants du marché ; la stratégie des distributeurs ; l'évolution des relations producteurs/distributeurs.

Le merchandising : définition ; localisation des rayons ; l'implantation des produits dans le linéaire ; promotion des ventes et promotions sur le lieu de vente (PDV/PLV) ; techniques de vente.

– **Préparation de l'action commerciale**

Ciblage des clients et définition de l'action commerciale : la courbe ABC ; la matrice prestations /clientèles ; la matrice de diversification ; le Plan d'Action Commercial (PAC).

Pilotage de l'action commerciale : la matrice IPO/IPA ; la revue de compte ; la matrice IAC ; les indicateurs de pilotage ; le tableau d'analyse des compétences ; la grille de coaching.

Optimisation de la prospection : les critères de la sélection des canaux ; la qualification des contacts ; la préparation de la prospection téléphonique ; l'entretien téléphonique.

– **La vente**

Préparation de la stratégie d'entretien : préparation de l'objectif ; la méthode SAFI ; la découverte par référence ; l'argumentation comparative ; la revue d'affaire : IFOP ; la fiche de suivi d'affaire ; les règles de la visite à deux.

Les clés de la réussite de l'entretien de vente : les motivations d'achat : SONCAS ; l'écoute active ; la prise de notes ; la reformulation-implication ; l'argumentation structurée : APB ; les techniques de conclusion.

La fidélisation : le contrôle de satisfaction des clients ; le traitement des impayés : DESC ; le suivi de modification des contrats

La négociation :

- La préparation de la négociation.
 - La matrice des arguments et conditions : MAC.
 - La matrice des concessions et contreparties.
 - L'analyse du rapport de forces.
 - La matrice de l'échiquier.
 - La matrice des achats du client.
 - La vision de l'acheteur.
- La négociation avec le client : délimitation du terrain ; tactique d'engagement ; stratégie gagnant/gagnant ; tactiques de repli.

2.2. Contenus de l'UE Comptabilité et finances

Comptabilité générale

- Le principe de l'écriture en double partie
- L'assimilation des principales normes comptables
- Le calcul et le reversement de la TVA
- Le calcul des amortissements et l'écriture comptable de ces amortissements
- Le calcul des provisions
- La gestion comptable des stocks
- Le calcul du résultat d'une entreprise
- L'établissement du bilan

Contrôle de gestion-Analyse et calcul des coûts

- **Introduction aux objectifs des coûts**
 - Généralités sur les charges et les coûts
 - Charges directes et charges indirectes
 - Loi de variation des charges
 - Coûts totaux et coûts unitaires
 - Les charges et les états financiers
- **Méthode de coûts de production à la commande**
 - Les fondements des méthodes de détermination des coûts
 - Coûts de production à la commande dans les entreprises de services
 - Coûts de production à la commande dans l'industrie
 - Organisation de la comptabilité de gestion
- **Méthode des coûts de production en série**
 - Caractéristiques du coût d'une production en série
 - Méthode du Coût Unitaire Moyen Pondéré (CUMP)
 - Méthode du premier entré, premier sorti
 - Méthode des coûts standards
 - Evaluation des produits entrant en atelier
 - Méthodes hybrides d'évaluation des coûts

Analyse financière

- **Analyse du bilan**
 - Les grandes masses du Bilan : les cycles fonctionnels ; ressources et emplois stables ; éléments circulants
 - Fonds de roulement : principe d'affectation des ressources et règles d'équilibre fonctionnel ; définition du fonds de roulement ; calcul du fonds de roulement
 - Besoin en Fonds de roulement : nécessité du fonds de roulement ; définition du BFR ; la trésorerie, variable d'ajustement entre le FR et le BFR
 - Les ratios de structure du bilan : méthode des ratios ; ratios de structure financière ; ratios de rotation
- **Analyse du résultat**
 - Soldes intermédiaires de gestion : définition et calcul des soldes intermédiaires de gestion ; tableau des soldes intermédiaires de gestion.
 - Ratios liés aux marges et résultats : évolution de l'activité ; profitabilité ; répartition de la valeur ajoutée ; rentabilité.
 - Capacité d'autofinancement : autofinancement ; contenu de la capacité d'autofinancement ; calcul de la capacité d'autofinancement ; ratios d'autofinancement.
- **Financement de l'investissement**
 - Caractéristiques de l'investissement, les déterminants de l'investissement, l'effet de levier
 - Analyse des Flux Nets de Trésorerie (Free Cash Flow), calcul de la VAN, du taux de rentabilité interne, du pay-back

Finance de marché

- **Définition du marché financier et des termes liés à ce marché**
 - La Bourse (CAC 40, Dow Jones, Nasdaq, etc.)
 - Les titres de créances
 - Les actions
 - Les obligations
 - Les OPA/OPE
- **Les différents marchés financiers**
 - La bourse
 - Le marché monétaire
 - Le marché interbancaire
- **Acteurs du marché financier**
- **Fonctionnement et rôle du marché financier**
- **Le calcul des intérêts simples et composés**
- **Le financement indirect des entreprises**
 - Le crédit à court terme
 - Le crédit à long terme
- **Le marché obligataire**
- **Le marché des actions**

2.3. Contenus de l'UE Droit des affaires

Droit des sociétés

- La SARL
- La SA
- La société civile et la SCI
- L'association
- L'entreprise individuelle

Droit commercial

- Les contrats commerciaux
- La propriété industrielle
- Les instruments de paiement des créances
- Les sûretés commerciales

Fiscalité

- **Fiscalité personnelle**
 - L'impôt en France, aperçu de l'impôt sur le revenu
 - Traitement des salaires
 - Revenus fonciers
 - Revenu des capitaux mobiliers
 - Base d'imposition et le calcul de l'impôt
- **Fiscalité de l'entreprise**
 - Impôt sur les bénéfices
 - Bénéfice Industriel et Commercial
 - Déclaration et paiement de l'impôt
 - Régime des plus et moins values professionnelles
 - Perception des dividendes
 - Acte anormal de gestion
 - TVA : opérations imposables ; déductibilité de la taxe d'amont ; opération intracommunautaire

2.4. Contenus de l'UE Ressources humaines et droit social

Droit social

- **Introduction au droit social**
- **Les sources du droit**
- **Les juridictions compétentes**
- **La hiérarchie des normes et les conventions collectives**
 - Les prérogatives de l'Etat (lois, décrets, arrêtés...)
 - Les prérogatives de la Branche Professionnelle (accords de branche)
 - Les prérogatives de l'entreprise (les accords d'entreprise)
- **La contractualisation**
 - Le cadre général du contrat de travail
 - La conclusion du contrat de travail
 - L'exécution et l'évolution du contrat de travail
 - La rupture de la relation de travail : démission, rupture conventionnelle, licenciement
 - Les contrats de travail atypiques

Droit syndical et dialogue social

- **Les instances de représentation du personnel**
 - Notion de représentativité
 - Les élections et la carence
- **Leurs prérogatives et moyens d'action**
 - Le temps de représentation
 - Information, négociation, représentation
- **La protection des représentants du personnel**
- **Le droit de grève**

Administration du personnel

- Les classifications et la rémunération, la masse salariale
- Les avantages sociaux
- La gestion du temps de travail et les congés
- Les techniques de paie

Gestion des ressources humaines et des compétences (GRH)

- **Introduction aux différentes fonctions RH**
- **Les enjeux et problématiques de la GRH**
- **Les processus de recrutement**
 - De la définition de l'emploi à la rédaction de l'offre d'emploi
 - La recherche et la sélection des candidats
 - L'accueil et l'intégration
 - Gestion de la diversité
- **La gestion des compétences**
 - Les outils de la gestion des compétences
 - Les référentiels d'activités et de compétences
 - Le processus d'appréciation
 - Les SIRH

2.5. Contenus de l'UE Management opérationnel

Comme son nom l'indique, cette UE est « opérationnelle », il y aura peu de cours théoriques et sera articulé autour d'un projet comme celui de la création et de l'organisation d'un évènementiel.

3. Organisation du domaine par séquence

La première année étant très axée sur la méthodologie, ce syllabus propose de décrire pour les séquences associées les objectifs en termes de savoirs théoriques et procéduraux d'une part, et méthodologiques d'autre part.

3.1. Les séquences de première année

1 ^{ère} année - Séquence 1	
Intitulé du projet	Créativité et lancement de produit
Nombre d'heures allouées au projet : 40	Mode : jeux et simulations
Description du projet Dans un premier temps, les apprentis doivent améliorer le concept produit de la brosse à dents ¹ afin de la rendre plus adaptée à une cible qu'ils doivent définir précisément. Pour ce faire ils doivent mettre en place un brainstorming afin d'identifier les « faiblesses » de ce produit, puis un autre pour définir des solutions. Ensuite les apprentis imaginent un nouveau concept de brosse à dent, propose un plan de campagne de communication et conçoivent la plaquette publicitaire du produit ainsi qu'un autre support de com. de leur choix. Dans un deuxième temps, les apprentis doivent essayer de vendre leur produit à travers diverses situations et mises en scène.	
Objectifs pédagogiques	
Relatifs à la méthodologie	
<ul style="list-style-type: none">- Mettre en place de méthodes de travail en équipe- Utiliser le brainstorming comme outil de départ pour développer un concept ou trouver une solution- Débrider imagination et créativité	
Relatifs aux savoirs théoriques et procéduraux	
<ul style="list-style-type: none">- Aborder des notions du marketing stratégique et réaliser un SWOT- Aborder des notions du marketing produit en développant un nouveau concept et en réalisant une partie d'un plan communication	

1 ^{ère} année - Séquence 2	
Intitulé du projet	Réalisation d'une étude de marché – Partie qualitative
Nombre d'heures allouées au projet : 50	Mode : cours + projet
Description du projet De manière générale, les apprentis sont insatisfaits de l'offre de restauration rapide à Saint Denis. Partants de ce constat, ils doivent réaliser une étude de marché sur ce secteur afin de définir le marché de la restauration rapide dans une zone déterminée, identifier les différentes cibles existantes ainsi que leurs besoins et commencer à imaginer des offres de restauration répondant à ces besoins. Le projet est mené par groupe de 3-4.	
Objectifs pédagogiques	
Relatifs à la méthodologie	
<ul style="list-style-type: none">- Apprendre à faire des recherches documentaires sur différents supports (Internet, presse écrite, émissions, etc.)- Apprendre à synthétiser et analyser ces recherches- Apprendre à enquêter sur le terrain	

¹ Pourquoi la brosse à dent ? C'est produit très simple, à la fois dans sa conception et dans son utilisation et qui est utilisé par tout le monde, enfin normalement...

Relatifs aux savoirs théoriques et procéduraux

- Apprendre les différents concepts marketing comme : le marché, l'offre, la demande potentielle/effective, la cible, la niche, etc.
- Apprendre à rédiger un questionnaire qualitatif
- Apprendre à mener un entretien semi-directif

1^{ère} année - Séquence 3

Intitulé du projet	Réalisation d'une étude de marché – Partie quantitative
Nombre d'heures allouées au projet : 60	Mode : cours + projet

Description du projet

Cette séquence est dans la continuité de la précédente : après avoir défini le marché de la restauration rapide à St Denis dont ils auront identifié les principales tendances et les divers acteurs, les apprentis doivent mesurer ce marché et la demande potentielle pour certaines offres de restauration rapide qu'ils ont dû imaginer précédemment. Pour cela, les apprentis doivent notamment mener un sondage auprès de la clientèle de Saint Denis. Cette phase permettra de confirmer ou d'infirmer leurs hypothèses et d'affiner leurs offres.

Le projet est mené par le même groupe que lors de la séquence précédente (sauf cas de mésentente réelle entre coéquipiers)

Objectifs pédagogiques

Relatifs à la méthodologie

- Apprendre à aller questionner des individus sur le terrain
- Apprendre à collecter et à analyser des données chiffrées

Relatifs aux savoirs théoriques et procéduraux

- Apprendre à rédiger un questionnaire quantitatif
- Apprendre à faire passer un sondage
- Apprendre à utiliser un logiciel de sondage (enregistrement des données)
- Apprendre à utiliser divers outils statistiques, notamment d'échantillonnage
- Apprendre à analyser des données statistiques

1^{ère} année - Séquence 4

Intitulé du projet	Lancement de produit
Nombre d'heures allouées au projet : 50	Mode : cours + projet

Description du projet

Suite aux études de marché réalisées en amont, les apprentis doivent imaginer un concept complet de restauration rapide. Ils doivent indiquer et expliquer :

- La segmentation de marché effectuée
- Les cibles identifiées (faire un une mosaïque de portraits)
- Le positionnement de leur offre
- Leur politique produit (indiquer les menus type, le décor, l'ambiance, le nom, le logo, le slogan...)
- La politique de prix

Objectifs pédagogiques

Relatifs à la méthodologie

- Apprendre à être créatif tout en étant sous contraintes de précision et de pertinence
- Apprendre à justifier et à argumenter

Relatifs aux savoirs théoriques et procéduraux

- Etudier les différentes notions relatives au marketing-mix
- Déterminer les coûts unitaires de production
- Calculer un seuil de rentabilité

Bien qu'en première année l'accent soit d'avantage mis sur les apports méthodologiques, progressivement, des matières plus techniques sont introduites. La dernière séquence opère une transition réelle avec la deuxième année car non seulement elle se termine par du contrôle de gestion donc par une UE de Comptabilité et Finances, UE de prédilection de la deuxième année mais aussi parce qu'elle se rapproche de l'étude de cas.²

3.2. Les séquences de deuxième année

La deuxième année sert à consolider les connaissances techniques des apprentis notamment dans des domaines comme la finance et le droit.

2 ^e année - Séquence 1	
Intitulé du projet	Comptabilité et analyse de Vaucanson Cola
Nombre d'heures allouées au cours : 70	Mode : cours + grande étude de cas
<p><i>NB : le support essentiel de travail est comparable à une grande étude de cas, mais pour finir d'assurer une continuité avec l'année précédente, il sera présenté sous la forme d'une « simulation de projet »</i></p> <p>Description du projet</p> <p>Le projet Vaucanson Cola a pour objectif de permettre à des élèves n'ayant aucune base en comptabilité de maîtriser la construction de l'information financière d'une entreprise, en 6 semaines. Pour ce faire, les apprentis, en parallèle de cours théoriques de comptabilité, se voient remettre un dossier de 20 pages retraçant l'ensemble des opérations économiques d'une jeune société, Vaucanson Cola, durant sa première année d'existence.</p> <p>Les apprentis doivent donc, au fur et à mesure de leur appréhension des concepts théoriques, comptabiliser les opérations de la société. A la fin de la première année d'existence de cette jeune société, les apprentis doivent construire l'information financière de l'entreprise à partir de toutes les opérations qu'ils ont comptabilisées. Ils doivent enfin présenter cette information financière au dirigeant de l'entreprise Vaucanson Cola et, sur cette base, fournir une analyse pertinente de la situation économique de l'entreprise.</p> <p>Objectifs pédagogiques :</p> <p>Analyser l'information financière d'une entreprise : l'objectif premier de ce projet est de faire le lien entre la réalité économique d'une entreprise (qui achète, vend, embauche, investi,...) et sa traduction en une information financière normée. En construisant cette information financière, à travers la comptabilité, les élèves font eux même le lien avec la réalité économique de l'entreprise. L'objectif est donc de permettre aux élèves de dépasser la barrière de l'abstraction (non négligeable dans les domaines comptables et financiers) pour pouvoir, par la suite être capable de lire et d'analyser l'information financière d'autres entreprises.</p> <p>Maîtriser la technique comptable. La maîtrise de la technique comptable n'est pas une finalité car la majorité des apprentis ne sont pas amenés à exercer des fonctions techniques en comptabilité. Néanmoins, elle est, comme évoqué au premier point, le lien entre la réalité économique et l'information financière. Par ailleurs, certains éléments du vocabulaire comptable sont largement répandus dans l'Entreprise (chiffre d'affaires, amortissement, masse salariale,...). La maîtrise des techniques permet donc aussi aux élèves de connaître le sens précis de ces termes.</p>	

² En effet, pour pouvoir calculer les coûts unitaires de production, des seuils de rentabilité, etc. et pour pouvoir tracer le travail des apprentis, il faudra délimiter leur périmètre de calcul, c'est-à-dire leur donner une liste avec les prix prédéterminés Si nous avons poussé « l'expérience projet » jusqu'au bout, il aurait fallu laisser les apprentis imaginer tous les coûts que doit supporter un restaurant et les rechercher sur Internet. Perte de temps considérable et inutile.

2^e année - Séquence professionnelle 2**Travail en autonomie**

Contenu : Analyse Financière	Objectifs : révisions de la séquence académique précédente
--	---

Les apprentis doivent réaliser l'analyse financière d'une société en prenant en compte les indices et ratios de la tendance économique du marché qu'ils auront recherchés préalablement.

2^e année - Séquence 2

Intitulé du cours	Analyse financière et droit
Nombre d'heures allouées au cours : 80	Mode : cours + simulation de projet

Description du projet :

A partir du cas Vaucanson Cola qui aura été décliné en autant de versions qu'il y a d'élèves dans la classe, ces derniers doivent faire l'analyse de cette entreprise (compte de résultat et bilan) et se positionner sur des propositions d'investissements et/ou de changements de statuts juridiques.

Chapitres de cours utilisés comme support de projet :

- Droit des sociétés
- Financement de l'investissement
- Fiscalité
- Analyse du bilan et du compte de résultat (révisions)

2^e année - Séquence professionnelle 3**Travail en autonomie**

Contenu : Ressources Humaines	Objectifs : Préparation de la séquence suivante à travers une enquête sur le service RH de leur entreprise.
---	---

Les élèves doivent mener une enquête sur la politique RH de leur entreprise, plus particulièrement ils doivent se renseigner sur les outils liés au :

- recrutement,
- à la formation,
- à la gestion des compétences.

2^o année - Séquence 3

Intitulé du cours

Problématiques RH

Nombre d'heures : 70 heures

Mode : Etudes de cas + mises en scène

Description du projet

Afin de s'initier à la fonction GRH et de comprendre quels sont les enjeux et les implications opérationnelles de la GRH les apprentis doivent mener une enquête journalistique sur le thème : à quoi sert la GRH. Ils doivent :

- Définir ce que recouvre le domaine de la GRH
- S'organiser en deux équipes de Reporters
- Rencontrer 2 professionnels d'entreprise (Veolia), les interviewer en parallèle sur les mêmes thématiques
- Rédiger 3 articles par équipes pour sélection des meilleurs pour la Revue LCDV
- Présenter les articles et les interviews de 3' des experts RH sous format filmé
- Expliciter quelles sont les implications opérationnelles de la GRH
- Répondre à la question : à quoi sert la GRH
- Soutenir la rédaction des articles devant des experts
- Utiliser les conseils du Rédacteur en chef de la revue

Objectifs pédagogiques

- Relatifs à la méthodologie
 - Apprendre à effectuer des regroupements thématiques sur une fonction large et critiquée
 - Apprendre à expliciter les contextes d'application d'une fonction d'entreprise
 - Apprendre à rédiger, argumenter, critiquer une notion en vue d'une publication, de manière individuelle et collective
 - Apprendre à classer les apports théoriques des apports opérationnels
 - Apprendre à réaliser une interview et à en retenir les points essentiels
- Relatifs aux savoirs théoriques et procéduraux
 - Comprendre ce que recouvre la GRH en entreprise
 - Connaître les principales critiques relatives à la GRH
 - Connaître les dimensions de la GRH et ses applications opérationnelles
 - Comprendre la relation entre GRH et performance
 - Comprendre la relation entre GRH et formation

3.3. Les séquences de troisième année

En 3e année, les apprentis sont fortement mobilisés par le projet d'organisation d'un événement (voir *infra*), un projet à la fois ambitieux et professionnalisant qui "boucle la boucle" des projets Gestion et Management. Parallèlement, nous savons qu'en cette dernière année à Vaucanson, les élèves sont fortement mobilisés par leur recherche d'emploi ou masters, il est donc compliqué de les mobiliser sur un autre projet. De plus, certains points de cours plus techniques n'ont pas eu le temps d'être abordés. C'est pourquoi les autres cours seront organisés sous la forme de modules de conférences où des experts interviendront sur des sujets précis.

3^e année - Séquence 1 et 2

Intitulé du cours	Organisation de l'évènementiel « Les réussites de Vaucanson »
Nombre d'heures : 120	Mode : Projet

La direction de l'école souhaite reconduire pour la 3e année consécutive la mise en place d'une matinée événementielle organisée par les élèves de l'école et dont les pilotes de projet seraient les 3e année, plus particulièrement les 3e année de la licence Management.

Cependant, cette année, la direction souhaite y apporter quelques modifications de plusieurs ordres : l'évènement devra se produire le 22 mai (soit pendant la 3e séquence pédagogique), le lieu sera à déterminer parmi les sites du Cnam, il faudra étudier la faisabilité de l'organiser sur le site d'Arts et Métiers. La direction souhaite également profiter de ce changement de date pour permettre d'organiser une rencontre entre les représentants d'entreprises présents ainsi que les candidats qui auront été déclarés admissibles en avril; l'idée étant que ce moment permette aux entreprises de recruter ou pré-recruter directement des candidats pour l'année suivante. Dans ce cadre, il faudra non seulement imaginer quel type de rencontre pourra être proposée, mais il sera aussi à la charge de l'ensemble des 3e année de parrainer les candidats.

Autre nouveauté : la direction de VCN souhaite que le Cnam soit fortement représenté, à la fois en termes de contenu lors de la matinée, mais aussi en invitant un certain nombre de ses membres (direction du Cnam comprise). En effet, Vaucanson va fêter ses 5 ans, pendant que le Cnam célèbre cette année ses 220 ans.

Enfin vous aurez la possibilité de travailler avec la direction communication du Cnam; en effet, Zoé Péri, responsable du contenu web des sites du Cnam et Community Manager sera l'une de vos accompagnateurs et vous proposera de vous mettre en relation avec l'ensemble de la direction communication du Cnam.

Comme les années précédentes, la matinée devra se terminer par une table ronde.

Missions confiées

Missions confiées aux L3 / GM :

- Identifier et proposer les différents messages que vous voudrez diffuser lors de cet évènement et choisir un ou deux thèmes principaux.
- Définir les animations de la matinée qui porteront vos messages et qui présenteront ainsi l'école, parfois de manière décalée, parfois de manière plus formelle.
- Intégrer les autres promotions dans la réalisation de cet évènement en les faisant participer à la création de supports, l'animation de la matinée, etc.
- Créer des supports de communication pour inciter vos cibles à participer à l'évènement.
- Définir une communication en aval pour remercier les participants et laisser un souvenir.
- Rendre compte des avancées dans le travail à l'équipe accompagnatrice.
- Parrainer les candidats.

Missions confiées aux L3 / SPI :

- Participer à la création du concept par des séances de brainstorming et échanges d'idées.
- Participer à la création de supports et l'animation de la matinée.
- Aider dans la communication autour du projet.
- Parrainer des candidats.

b) Finalités du projet en termes d'apprentissage

Savoirs théoriques :

- Savoirs liés à la création d'un plan de communication (définition des cibles, définition de messages adaptés, création de concept, définition d'un budget prévisionnel).
- Initiation à la logistique.

Savoirs méthodologiques :

- Chercher l'information, identifier les sources pertinentes, savoir collecter et traiter des données
- Savoir analyser le besoin et reformuler une commande
- Développer l'imagination et la créativité.
- Utiliser le brainstorming comme outil de départ pour développer un concept ou trouver une solution.
- Utiliser un discours argumenté et commercial.

Savoirs managériaux :

- Savoir négocier (avec les fournisseurs, la dircom du Cnam, la direction de Vaucanson).
- Mettre en place des méthodes de travail en équipe.
- Savoir manager une équipe ou plusieurs équipes.
- Savoir anticiper des contraintes et des problèmes et trouver des solutions.
- Savoir rendre des comptes (à ses supérieurs, à ses commanditaires)

3^o année - Séquence 2**Intitulé du cours****Administration du personnel****Nombre d'heures : 30 heures****Mode : Module de cours**

Lors de cette séquence, les apprentis suivront un module très théorique en administration du personnel, évalué par un QCM. Au programme :

- Les formalités d'embauche
- Les interlocuteurs de la RH externes à l'entreprise (URSAF, CPAM, inspection du travail)
- La paie
- Les différents régimes de retraite
- L'assurance chômage
- Les formes de contractualisation du travail
- Les formes de rupture du contrat
- Les congés payés et arrêts maladie
- Accident du travail
- Lecture d'un bulletin de salaire

3 ^e année - Séquence 3	
Intitulé du cours	Finance de marché
Nombre d'heures : 40 heures	Mode : Cours théoriques et projet
<p>Description du projet</p> <p>Un expert intervient sur les points suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définition du marché financier et des termes liés à ce marché <ul style="list-style-type: none"> • La Bourse (CAC 40, Dow Jones, Nasdaq, etc.) • Les titres de créances • Les actions • Les obligations • Les OPA/OPE - Les différents marchés financiers <ul style="list-style-type: none"> • La bourse • Le marché monétaire • Le marché interbancaire - Acteurs du marché financier - Fonctionnement et rôle du marché financier - Le calcul des intérêts simples et composés - Le financement indirect des entreprises <ul style="list-style-type: none"> • Le crédit à court terme • Le crédit à long terme - Le marché obligataire - Le marché des actions 	

3 ^e année - Séquence 3	
Intitulé du cours	RH - le recrutement et les outils d'évaluation
Nombre d'heures : 50 heures	Mode : Cours théoriques et projet
<p>Un expert intervient sur les points suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les processus de recrutement <ul style="list-style-type: none"> • De la définition de l'emploi à la rédaction de l'offre d'emploi • La recherche et la sélection des candidats • L'accueil et l'intégration • Gestion de la diversité - La gestion des compétences <ul style="list-style-type: none"> • Les outils de la gestion des compétences <ul style="list-style-type: none"> ▪ Les référentiels d'activités et de compétences ▪ Le processus d'appréciation ▪ Les SIRH 	

4. Références Bibliographiques

Bibliographie sommaire Marketing et vente

- LENDREVIE, J., LEVY, J. et LINDON, D. Marketing – Mercator, théories et nouvelles pratiques du marketing. Paris, Dunod, 2009
- CLAIR, J. et PIHIER, S. Marketing – Le marketing. Paris, coll. « Repères pratiques », Nathan, 2008
- KRUGER, A. et FERRANDI, J-M. Marketing – Marketing. Paris, coll. « Mini Guide », Dunod, 2010
- BELORGEY, P. et MERCIER, M. Commerce et vente –La boîte à outils du commercial. Paris, Dunod, 2009

Bibliographie sommaire Comptabilité et Finances

- COLLAIN, B. et Déjean, F. Comptabilité générale – Comptabilité. Paris, coll. « Mini Manuel », Dunod, 2011
- LANGLOIS, G. et FRIEDERICH, M. Comptabilité générale – Introduction à la comptabilité. Vanves, coll. « LMD », Sup'Foucher, 2011
- BOUIN, X. et SIMON, F-X. Analyse Financière – Tous Gestionnaires. Paris, coll. « Fonctions de l'entreprise », Dunod, 2011.
- HORNGREN, C. et BHIMANI, A. traduit et adapté par LANGLOIS, G. Contrôle de gestion – Comptabilité de gestion. Paris, Pearson Education, 2009
- VERNIMMEN, P. et QUIRY, P. Finances – Finance d'entreprise 2012. Paris, coll. « Pierre VERNIMMEN », Dalloz, 2011
- TEULIE, J. et TOPSACALIAN, P. Finances – Finance. Paris, coll. « Gestion », Vuibert, 2005

Bibliographie sommaire Droit

- DENOS, P. Droit des sociétés – Guide pratique de la SCI. Paris, Eyrolles, 2010
- COZIAN M. Droit des sociétés – Manuel de Droit des sociétés. Paris, LexisNexis, 2011.
- MENJUCQ, M. Droit des affaires – Memento du droit des affaires. Paris, coll. « Gualino », Lextenso, 2011
- LEGEAIS, D. Droit commercial – Droit commercial et des affaires. Paris, Sirey Université, 2010
- DEBOISSY, F. Fiscalité – Précis de fiscalité des entreprises 2011-2012. Paris, coll. « Précis Fiscal », Lexis Nexis, 2011.

Bibliographie sommaire RH

- DENIMAL, P. Classification, qualification, compétences – Pour des actions sur l'organisation et le dialogue social. Paris, Liaisons, coll. « Entreprise et carrières », 2004.
- ERAY P. Précis de développement des compétences – Concilier formation et organisation. Paris, Liaisons, coll. « Entreprise & Carrières », 1999
- KLARSFELD, A. et OIRY, E. (coord.). Gérer les compétences – Des outils aux processus. Paris, Vuibert, coll. « AGRH », 2003.
- KERLAN Françoise, Guide pour la GPEC, Eyrolles, 2007
- LEVY-LEBOYER, C. Evaluation du personnel : quels objectifs, quelles méthodes ? Paris, éditions d'Organisation, coll. « Références », 2002 (4ème éd.).
- PERETTI Jean Marie, Ressources humaines, Vuibert, 2010
- PERETTI, J.-M. et ROUSSEL, P. Les rémunérations. Politiques et pratiques pour les années 2000. Paris, Vuibert, coll. «Entreprendre», 2000
- THEVENET Maurice, DEJOUX Cécile, MARBOT Eléonore, BENDER Anne-Françoise, Fonctions RH, Person Education, 2009