



**COURSE CATALOGUE
2021-2022**

Master in Management 2nd Year

Core courses: English Track

Autumn 2021

SUMMARY

MiM2 – Core courses - Business Ethics.....	3
MiM2 – Core courses - Corporate Governance.....	4
MiM2 – Core courses - Jeu d'entreprise final MiM2 – Final business game	5
MiM2 – Core courses - Strategic management.....	6
Français et Culture - French - Elementary	8
Français et Culture - French - Intermediate.....	9
Français et Culture - French - Advanced 1	10
Français et Culture - Intercultural Management and Communication	12

IMPORTANT INFORMATION

- In this catalogue, you can select core courses in English and you can choose only one specialisation in the catalogue "Master in Management 2nd Year - Grande Ecole Programme Specialisations (Autumn 2021)". ***Vous pouvez choisir dans ce catalogue des cours de tronc commun anglophone et pouvez choisir 1 seule spécialisation dans le catalogue "Master in Management 2 - Grande Ecole Programme Specialisations (Autumn 2021)".***
- If you select Entrepreneuriat et Management des PME (EMP) specialisation, you cannot take core courses in this catalogue. ***Si vous choisissez la spécialisation Entrepreneuriat et Management des PME (EMP), vous ne pouvez choisir aucun module de tronc commun dans ce catalogue.***
- If you choose to attend courses in one of our MScs during the Autumn semester, you can't select core courses in this catalogue. ***Si vous choisissez de suivre des cours dans l'un de nos MSc pour le semestre d'Automne, vous ne pouvez choisir aucun cours de tronc commun dans ce catalogue.***

<p>All course descriptions are provisional and can be subject to change.</p>

MiM2 – Core courses - Business Ethics

Time volume (in hour): 15 **Total student workload:** 50 **ECTS:** 3 **Semester:** Autumn

Module's Manager: ROMANIUC Rustam

Pre-requisites: None

Description: The course is splitted into four distinct parts, each part taught by a world specialist of the topic. Each part focuses on a different aspect of Business Ethics. The course aims at studying the principles of professional conduct, the Reputation effects and governance connected to Finance and accounting conducts and Corporate management. The course will present the state of the art research on the topic.

Dr Shahar Ayal's course description: The term Ethical Dissonance (Ayal & Gino, 2011, Barkan, Ayal & Ariely, 2015) refers to the inconsistency between a person's unethical behavior and the need to maintain a moral self-image. In our course, we will identify the main adjustment strategies people use to reduce anticipated or experienced ethical dissonance. Specifically, we will demonstrate and discuss four psychological mechanisms that enable people to rationalize and condone their unethical behavior: - Turning their ethical violation to a pro-social act by focusing on the ways it benefits others (Altruistic Cheating) - Social norms and comparison to others - Employing moral cleansing strategies to turn over a new leaf in their moral ledger (confession, moral licensing and etc.) - Adopting a strict ethical code toward the unethical failures of other people. • In the last hour of the course, I will build on these insights and present a 3-principle framework that classifies forces that affect dishonesty into categories and then redirects those forces to encourage moral behavior. Dr Shaul Shalvi's course description: 6 tips to honest organizations: moral reminders, intrinsic motivation, choice architecture, deliberation, norms, feedback Dr Wolfgang Steinel's course description: The course will adopt a psychological perspective. We will examine the relationship between conflicts and (un)ethical behaviours. The course will provide recommendations to foster ethical behaviours and curb unethical decisions.

Learning objectives: Enabling students to understand the reasons of current ethics fashion. Developing usual and recent approaches of business. Helping students to build their own ethical orientation.

At the end of this module, the student should be able to:

- Be acquainted with, to understand and to be capable of explaining the behaviour of individuals and groups within organisations
- Be acquainted with and to understand the principal concepts, patterns of behaviour and tools associated with business ethics
- Know how to analyse and solve a problem and to know how to structure one's thinking

Methodology: Course presentation and debate with students.

Teaching tools: Manual. Periodical. Course support

Pedagogical methods: Seminars. Researches. Games

Assessments:

Continuous individual assessment - Quiz 50%

Continuous collective assessment - Collective dossier 50%

References:

VELASQUEZ Manuel G. (2002), Business ethics: concepts and cases, Prentice Hall, 111.85 VEL

CRANE Andrew (2010), Business ethics: managing corporate, citizenship and sustainability in the age of globalization, Oxford University Press, 111.85 CRA

BOWIE Norman E. (2011), Business ethics for dummies, John Wiley & Sons, 111.85 BOW

TREVINO Linda Klebe (2010), Managing business ethics: straight talk about how to do it right, John Wiley & Sons,, 111.85 TRE

GIACALONE Robert A. (2005), Positive psychology in business ethics and corporate responsibility, IAP, 164.63 GIA

PRATLEY Peter (1995), The essence of business ethics, Prentice Hall,, 111.85 PRA

Business Ethics:6/e, Richard DeGeorge, 2006

Prentice Hall

ISBN-10: 0130991635 | ISBN-13: 9780130991638

MiM2 – Core courses - Corporate Governance

Time volume (in hour): 15 **Total student workload:** 50 **ECTS:** 3 **Semester:** Autumn

Module's Manager: ALLEMAND Isabelle

Pre-requisites: None

Description: The aim is to understand what is meant by corporate governance. Different questions will be studied: - Board of Directors - focus on diversity - focus on networks - The role of shareholders - networks of directors and managers - Internal control and risk management - governance and CSR: how to manage diversity

- Board of Directors - focus on women directors - focus on networks - The role of shareholders - networks of directors and managers - Internal control and risk management - governance of other kinds of organizations - governance and CSR: how to manage diversity

Learning objectives: At the end of this module, the student should be able to:

- Understand the workings of the various legal forms of firms
- Know how to carry out reflection on the governance of a firm
- Know how to summarise information or an analysis when reporting back
- Be acquainted with the fundamentals of accounting, management control and finance

Methodology: teaching language: English

Teaching tools: E-learning. Cases. Course support. Work

Pedagogical methods: Researches. Discussion groups

Assessments:

Continuous individual assessment - Quiz 80%

Continuous collective assessment - Collective dossier 20%

References:

Kostyuk A.N. et al. (2017), Corporate Governance: New Challenges and Opportunities, Virtus Interpress, 111.23 KOS

KIM Kenneth A. (2010), Corporate governance, Prentice Hall, 111.23 KIM

SALMON W. J. (2000), Harvard business review on corporate governance, Harvard Business School Press,

SHLEIFER Andrei (1996), A survey of corporate governance, NBER (National Bureau of Economic Research), 111.23 SHL

ZENOU Emmanuel, At the origins of female director's networks: a study of the French case,

GALIA Fabrice, Board composition and forms of innovation: does diversity make a difference?

ALLEMAND Isabelle, Exploring the role of board of directors in cooperatives: lessons for Microfinance,

ALLEMAND Isabelle, Recommendations for board of directors from the co-operative model,

MiM2 – Core courses - Jeu d'entreprise final MiM2 – Final business game

Time volume (in hour): 12 **Total student workload:** 50 **ECTS:** 2 **Semester:** Autumn

Module's Manager : AJDUKOVIC Ivan

Pre-requisites: Acquired in finance, marketing, taxation and strategy.

Description: Online Business Game

Create and adapt a business strategy to increase production and ensure the performances of a business on a competitive market.

Learning objectives: At the end of this module, students should be able to:

- Understand the general operation of a business
- Understand the relationship between the different aspects of company management
- Identify the impact of competition on a company's performance.
- Possess improved decision-making skills
- Work in a team and act as a leader, as appropriate

Methodology: Seven 2 hour sessions

Teaching tools: Manual

Pedagogical methods: Simulations. Internet. Games

Assessments:

Continuous collective assessment - Collective case study 50%

Continuous collective assessment - Collective synthesis 50%

Skills:

MGE GK 01 - To be acquainted with the economic, legal and political environment of the firm

MGE PS MKG 01 - To be acquainted with and to keep an eye on one's market, one's competitors, one's products and one's clients

MGE GK 02 - To be acquainted with the fundamentals of marketing and sales

MGE GK 03 - To be acquainted with the fundamentals of accounting, management control and finance

References:

Manuel (FR) :

http://manuals.cesim.com/get/?filename=Decision_making_guide&sim=globalchallenge&locale=fr_FR

Manuel (EN) :

http://manuals.cesim.com/get/?filename=Decision_making_guide&sim=globalchallenge&locale=en_EN

MiM2 – Core courses - Strategic management

Time volume (in hour): 15 **Total student workload:** 50 **ECTS:** 2 **Semester:** Autumn

Module's Manager: INGHAM Marc

Pre-requisites: None

Description: The lecture describes and studies the four stages of the strategic management process: strategic diagnosis; strategy formulation; strategy implementation, control and evaluation. Concepts and tools relating to each phase are presented and critically discussed. Emphasis is put on the alignment between business and corporate strategies and organisational structures in a dynamic perspective of strategic and organizational change. The course is built around a case study that provides students with the opportunity of performing each stage, and of taking the ownership of concepts and tools by applying the theoretical/conceptual frameworks.

This course covers two central parts. The first deals with conceptual/theoretical developments: Strategic diagnosis - Strategic positioning: mission statement, strategic orientations and options, selection of resources, dynamic relations between strategy and organisational structures, control and evaluation of strategy. After having presented the central concepts and interdependent dimensions of strategic management (strategies-structures- culture) participants are invited to deepen their understanding of their dynamics in a variety of contexts (industries, internationalization, innovation,etc...) along complementary perspectives:planning, positioning, identification and leveraging of external and internal resources. Students are invited to deepen their knowledge regarding strategic options (specialisation, related and unrelated (conglomerat)diversification, vertical integration, internationalisation and their impact on organisational structures.

Learning objectives: At the end of this module, the student should be able to:

- Understand strategic management process, strategy planning and their organisational impact.
- Take the ownership of concepts and behaviours required to elaborate, implement and evaluate a strategy.
- Integrate, in a strategic management perspective, dimensions of finance, organisational behaviour and marketing.
- Apply concepts and methods of strategic management through an in-depth case study.
- Reach these objectives, the pedagogical method combines- preparatory readings lectures, mini case and one integrative case study.

Emphasis is put during the first part of the course on the theoretical/conceptual. The learning process is essentially individual. During the second part, participants work in sub-groups to conduct an in-depth analysis of a case. Learning is both individual and collective.

Methodology: Theoretical inputs combined with a case study that integrates central dimensions of strategic management.

Teaching tools: Cases. DVD - Video support. Periodical. Course support

Pedagogical methods: Critical analysis. Case studies

Assessments:

Continuous collective assessment – Collective case study 60%

Continuous individual assessment – Individual oral presentation 40%

References:

HAMEL Gary (1994), *COMPETING FOR THE FUTURE*, Harvard Business School Press, 113.55 HAM
PORTER Michael E. (1985), *COMPETITIVE ADVANTAGE : CREATING AND SUSTAINING SUPERIOR PERFORMANCE*, The Free Press,
PORTER Michael E. (1980), *COMPETITIVE STRATEGY : TECHNIQUES FOR ANALYSING INDUSTRIES AND COMPETITORS*, The Free Press,
PORTER Michael E. (1998), *ON COMPETITION*, Harvard Business School Press, 111.25 POR
MINTZBERG Henry (1998), *READINGS IN THE STRATEGY PROCESS*, Prentice Hall,
GHEMAWAT Pankaj (2001), *Strategy and the business landscape : core concepts*, Prentice Hall,
KAPLAN Robert S. (1997), *The balanced scorecard : translating strategy into action*, Harvard Business School Press, 113.18 KAP

MINTZBERG Henry (2003), The strategy process : concepts, contexts, cases, Pearson Education, 113.55
MIN

Français et Culture - French - Elementary

Time volume (in hour): 16,5 **Total student workload:** 70 **ECTS:** 3 **Semester:** Autumn

Module Manager: TALPAIN Iryna

Pre-requisites: None

Description: This class focuses primarily on teaching French as a foreign language in a general sense (FLE), while also providing some grounding in Business French (FOS). The aim of the module is to raise the student's language ability to the level where they can speak coherently in simple phrases, formulating responses to topics in their everyday lives and current events, both orally and in writing. Ultimately, they should feel comfortable communicating with native French speakers about their personal lives and to a certain extent their profession.

Vocabulary: family, professions, house – daily life : school, purchases, meals – shops, restaurant, receptions desks - public transports – directions, weather

Grammar: tenses (present, present perfect, past continuous, future, near future) – subject pronouns – possessive and demonstrative adjectives – interrogation – indefinite, definite articles, uncountables – few spatial prepositions and adverbs for directions

Learning objectives: At the end of this module, students should be able to:

- Communicate in a simple way about familiar and daily topics such as: nationalities, professions, timetables, meals, purchases, weather, seasons, dates, cities, travels.
- Understand the grammar described in the detailed content above
- Briefly describe past, present and future activities
- Ask personal questions and answer them, and then talk freely about that subject
- Recognize modern words and phrases, and understand short informative texts
- Orally understand the main subject of an audio extract and be able to discuss the topic

Methodology: The learning of French should be done in an environment where the classroom is considered a French-speaking social space, which places the students in practical situations where they must use their communication skills to carry out both real-life tasks and imagined scenarios.

Teaching Methods: Classroom support - Audio-visual learning – E-learning

Teaching tools: These tools are tailored to the kind of practical learning that best facilitates the uptake of the French language – Role play – Scenarios – Speaking exercises with particular linguistic constraints

Assessments:

Continuous individual assessment 100%

References:

Français.com, français professionnel. Niveau débutant. 2ème édition, Jean-Luc Penfornis, CLE international, novembre 2011.

Vocabulaire en dialogues. Niveau débutant, Evelyne Siréjols, CLE International, février 2017

Vocabulaire progressif du français, 2ème édition, Claire MIQUEL, CLE international, décembre 2010

Grammaire progressive du français, niveau intermédiaire, nouvelle édition, Maïa GREGOIRE, Odile THIEVENAZ, CLE international, 2010

Grammaire des premiers temps, A1-A2, Dominique ABRY, Marie-Laure CHALARON, Presses universitaires de Grenoble, 2014

Compréhension orale niveau 1, compétences A2, Michèle BARTEFY, CLE international, août 2015

Conjugaison progressive du français, Niveau débutant, Odile GRAND-CLEMENT, CLE international, 2013

DELATOUR Y. (1991), Grammaire du français : cours de civilisation française de la Sorbonne, Hachette F.L.E.

Français et Culture - French - Intermediate

Volume horaire en face à face : 16,5 Charge de travail totale : 70 ECTS : 3 Semestre : Automne

Responsable du module : TALPAIN Iryna

Prérequis : se soumettre au Test de français organisé avant le début des enseignements. Le positionnement est obligatoire avant les cours.

Description : Ce module est un enseignement généraliste du français langue étrangère (FLE) avec introduction partielle de l'enseignement du français des affaires (FOS). Le module vise à amener l'étudiant à produire un discours simple et cohérent, agir et interagir sur des sujets du domaine personnel et public dans un contexte français à l'oral et à l'écrit.

Lexique : la vie quotidienne, les personnes, les événements, le monde professionnel, les médias.

Grammaire : les temps du passé, les temps du futur, le conditionnel présent et passé, le discours rapporté au présent et au passé, la concordance des temps, le subjonctif, le passif, les pronoms relatifs simples et la mise en relief (ce qui / que, c'est...qui / que), les pronoms relatifs composés, ...

Objectifs d'apprentissage : L'apprenant doit être capable :

- d'utiliser le vocabulaire thématique étudié concernant des sujets tels que : le portrait moral et physique, les loisirs, le travail, les voyages, l'actualité
- de maîtriser les formes grammaticales indiquées dans le contenu détaillé du module
- de résumer une source d'informations factuelles : en faire le rapport, justifier des actions et donner son opinion
- de commencer, poursuivre et terminer une conversation sur des sujets du domaine personnel et public (portrait moral et physique, loisirs, travail, voyages)
- de comprendre les points significatifs d'un article de journal
- de comprendre une information factuelle contenue dans un document audiovisuel : travail, école, loisirs, voyages

Démarche pédagogique : L'apprentissage du français est organisé selon l'approche actionnelle, d'après laquelle la classe de langue est considérée comme un espace social francophone qui place les étudiants dans des situations de communication simulées ou naturelles et les fait agir comme des acteurs sociaux.

Outils pédagogiques : CD - Support Audio. E-learning. Support de cours

Méthodes pédagogiques : Étant la mieux adaptée à l'approche actionnelle car développant l'autonomie et favorisant l'apprentissage, la méthode applicative est privilégiée : jeux de rôles, simulations, exercices d'expression avec contraintes linguistiques, présentations orales, débats, internet

Évaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu 100%

Références bibliographiques :

GIRARDET Jacky, PÉCHEUR Jacques. Écho 3 – Méthode de français – B1, CLE International, 2009

PENFORNIS Jean-Luc. Français.com - Niveau intermédiaire, CLE International, 2011

STEELE Ross (2004), Civilisation progressive du français avec 400 activités : niveau intermédiaire, Nathan / CLE international, 903 STE

DELATOUR Y. (1991), Grammaire du français : cours de civilisation française de la Sorbonne, Hachette FLE (Français Langue Etrangère), 907 DEL

BARFÉTY Michèle, BEAUJOIN Patricia. Compréhension orale – Niveau 2 – B1, CLE International, 2005

CAQUINEAU-GÜNDÜZ Marie-Pierre, DELATOUR Yvonne, JENNEPIN Dominique, LESAGE-LANGOT Françoise. Les 500 exercices de grammaire B1 – Avec corrigés, HACHETTE F.L.E., 2005 GRÉGOIRE Maïa,

THIÉVENAZ Odile. Grammaire progressive du français – Niveau intermédiaire, CLE International, 2003 LEROY-MIQUEL Claire, GOLIOT-LÉTÉ Anne. Vocabulaire progressif du français - Niveau intermédiaire, CLE International, 2001 LEROY-MIQUEL Claire, GOLIOT-LÉTÉ Anne. Vocabulaire progressif du français - Niveau intermédiaire - Corrigés, CLE International, 2011 MAHEO-LE COADIC Michèle, MIMRAN Reine, POISSON-

QUINTON Sylvie. Grammaire expliquée du français – Niveau intermédiaire, CLE International, 2002 PENFORNIS Jean-Luc. Vocabulaire progressif du français des affaires, CLE International, 2013 PENFORNIS Jean-Luc. Vocabulaire progressif du français des affaires - Corrigés, CLE International, 2013 STEELE Ross. Civilisation progressive du français – Niveau intermédiaire, CLE International, 2004

Français et Culture - French - Advanced 1

Volume horaire en face à face : 16,5 Charge de travail totale : 70 ECTS: 3 Semestre : Automne

Responsable du module : TALPAIN Iryna

Prérequis : Se soumettre au Test de français organisé avant le début des enseignements. Le positionnement est obligatoire avant les cours.

Description : Il s'agit d'un module d'enseignement du français langue étrangère aux niveaux B2 - C1.

Ce module a pour but d'aider les apprenants à améliorer leur pratique de la langue française grâce à l'acquisition d'un lexique précis et la maîtrise de règles structurelles. Il vise aussi à approfondir ses connaissances de la culture et de la langue française à travers des situations quotidiennes, des thèmes d'actualité et des œuvres-phares.

Grammaire : • Passé composé / Imparfait / Plus-que-parfait : révision et difficultés particulières • Les conjonctions de temps : exprimer l'antériorité, la simultanéité, la postériorité • Le discours rapporté au passé • La voix passive • Les pronoms compléments : directs, indirects, postposés, "en" et "y" • La comparaison • La concession, l'opposition • L'expression du but • L'expression de la manière • La conséquence et l'intensité • Le conditionnel passé pour exprimer des regrets et des reproches • Le subjonctif : dans l'expression du sentiment et des jugements • Le subjonctif : dans l'expression du doute et de l'incertitude • L'expression de la cause et de la conséquence

Lexique : • Caractériser une personne, un groupe • Le langage SMS • L'informatique • Connaissances et savoir • Le travail et l'économie • Les émotions, les sentiments • La santé, les maladies • L'appréciation • L'architecture • Les transformations, les changements • Comptabiliser, quantifier • L'environnement, l'écologie

Objectifs d'apprentissage :

- Améliorer et affiner sa communication en langue française au quotidien dans une grande variété de situations.
- Acquérir des savoirs linguistiques, sociolinguistiques, culturels et pragmatiques permettant de perfectionner ses communications quotidiennes et d'approfondir ses connaissances de la culture française.
- Favoriser les échanges interculturels et l'intercompréhension entre les étudiants de nationalités différentes. Développer ses capacités communicatives en langue étrangère avec un public varié. Présenter sa culture d'origine, et élargir sa vision et sa compréhension des autres cultures et de l'altérité.
- S'impliquer dans des travaux personnels ou collectifs en mettant en pratique des savoirs pragmatiques concernant le discours : réaliser un exposé à l'oral, faire une synthèse de documents oraux, rédiger du courrier professionnel

Démarche pédagogique : La démarche souhaitée est communicative et actionnelle, elle a pour but de mettre les apprenants en situation d'interagir avec des locuteurs français et de réaliser des tâches utiles à la vie étudiante et professionnelle en France.

- Les activités de compréhension orale ou écrite permettent de développer des stratégies pour améliorer ses compétences dans ces domaines grâce à des documents authentiques de sources et de natures variées.
- Les fiches de grammaire visent la maîtrise de règles structurelles essentielles au langage courant, elles sont suivies d'exercices d'expression écrite qui ont pour but de favoriser la créativité et la pratique de la langue courante.
- Des fiches de vocabulaire récapitulent les mots et expressions utiles par thème, les exercices qui suivent incitent les étudiants à faire preuve de précision pour une communication plus efficace au quotidien.
- Les activités d'expression orale permettent d'interagir en petits groupes puis en groupe classe sur des thèmes d'actualité, culturels ou interculturels.
- Les productions écrites sont des tâches utiles pour la vie étudiante et professionnelles en France.

Outils pédagogiques : CD - Support Audio. E-learning. Support de cours

Méthodes pédagogiques : Exercices d'expression orale et écrite avec contraintes linguistiques, simulations des situations de communication, jeux de rôles, présentations orales, débats, interviews

Évaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu 100%

Références bibliographiques :

Édito, niveau B2, 3e édition. Les éditions Didier, 2015. Élodie Heu, Jean-Jacques Mabilat. Alter Ego 4, niveau B2. Hachette livre 2007. Catherine Dollez, Sylvie Pons. Livre de l'élève, cahier d'activités et documents audio. Alter Ego + 4, niveau B2. Hachette livre 2015. Marine Antier, Joelle Bonenfant, Gabrielle Chort, Catherine Dollez, Michel Guilloux, Sylvie Pons. Livre de l'élève, cahier d'activités et documents audio. ? Alter Ego 5, niveaux C1-C2. Hachette livre 2010. Michel Guilloux, Cécile Herry, Sylvie Pons. Livre de l'élève et documents audio.

Communication progressive du français, niveau avancé. Cle International 2016. Claire Miquel. Grammaire progressive du français, niveau avancé, 2e édition. Cle international 2012. Michèle Boularès, Jean-Louis Frérot. 450 nouveaux exercices, grammaire niveau avancé, nouvelle édition. Cle international 2004. Evelyne Siréjols, Pierre Claude. Grammaire progressive du français, niveau perfectionnement. Cle International 2012. Maïa Grégoire, Alina Kostucki. L'expression française écrite et orale, niveaux B2-C1. Presse universitaires de Grenoble 2003. Christian Abbadie, Bernadette Chovelon, Marie-Hélène Morsel. Vocabulaire progressif du français, niveau perfectionnement. Cle International 2015. Claire Miquel. Littérature progressive du français, 2e édition. Niveau intermédiaire. Cle International 2013. Nicole Blondeau, Ferroudja Allouche, Marie-Françoise Né. ? Expression orale, niveau 3, B2. Cle International 2015. Michèle Barféty.

Français et Culture - Intercultural Management and Communication

Time volume (in hour): 21 **Total student workload:** 90 **ECTS:** 4 **Semester:** Autumn

Responsable du module : TALPAIN Iryna

Pré-requis: English proficiency B1

Description: Foreign culture and communication: foreign students will be mixed in the class to share their experiences and are asked to understand other cultures. They will approach intercultural management during the sessions through exercises and scenarios from other cultures.

Objectifs d'apprentissage : At the end of this module, students should be able to communicate in foreign languages, and they should be more communicative with someone from a foreign culture, as well as having improved their team building skills.

Démarche pédagogique : Lectures, role plays, case studies, oral presentations

Outils pédagogiques : DVD - Support Vidéo. Cas. Support de cours

Méthodes pédagogiques : Séminaires. Recherches. Incidents critiques. Groupes de discussion. Présentations orales. Simulations. Activités théâtrales

Évaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu 70%

Contrôle collectif continu 30%

Références bibliographiques :

Cultures and Organizations: Software of the Mind, Mc Graw-Hill Cies, 2004

HOFSTEDE, Geert Cultural Intelligence, Intercultural Press, 2004

PETERSON Brooks When Cultures Collide, Nicholas Brealey International, 2006

LEWIS Richard D. Experiential Activities for Intercultural Learning, Intercultural Press, 1996

SEELYE H. Ned

BENNETT Milton J. (1998), Basic concepts of intercultural communication : selected readings, Intercultural Press

HOFSTEDE Geert (1994), Cultures and organizations : software of the mind : intercultural cooperation and its importance for survival, McGraw-Hill

PAIGE Michael (1993), EDUCATION FOR THE INTERCULTURAL EXPERIENCE, Intercultural Press

CHANEY Lillian H. (1995), Intercultural business communication, Prentice Hall

HALL Edward T. (1990), UNDERSTANDING CULTURAL DIFFERENCES, Intercultural Press