



# FRENCH



## DESCRIPTIF DE COURS

<b>Nom école/site:</b>	<b>HEG Fribourg</b>
<b>Domaine</b>	Economie et Services
<b>Filière</b>	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
<b>Orientation</b>	--
<b>Intitulé du cours</b>	Ad-Venture HEG
<b>Intitulé du module</b>	Options principales, S-C
<b>Professeur/e</b>	Ayer Jean-Marie (HEG)
<b>Nombre de leçons</b>	Max 25
<b>Nombre d'étudiants</b>	illimité
<b>Prérequis</b>	-
<b>Langue principale d'enseignement</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre
<b>Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage</b>	<p>Capacité de créer une opportunité entrepreneuriale, d'élaborer un plan et de travailler dans un groupe. Accent sur des compétences clés nécessaires à la vie professionnelle actuelle qui sont la créativité, les compétences d'analyse et le pouvoir de convaincre.</p> <p>Le programme s'adresse également à vous si vous avez un projet que vous voulez réaliser concrètement. A ce moment, nous élaborerons avec vous les objectifs à réaliser durant le cours et vous recevrez du coaching.</p>
<b>Contenu et formes d'enseignement</b>	<p><b>Partie I : Idéation</b> Vous apprenez et appliquez une méthodologie pour créer des idées en groupe ayant le même intérêt. A la fin de cette étape, vous êtes dans un groupe qui développera un plan sur l'idée choisie par le groupe. Vous pouvez également proposer au début du cours une idée que vous voulez développer concrètement.</p> <p><b>Partie II : Préparation d'un plan</b> Nous présentons chaque semaine un thème lié à la création d'un nouveau produit ou service. Chaque équipe travaille ensuite sur le thème et fait progresser son idée de semaine en semaine. Le cours est ainsi constitué d'une partie présentielle et d'une partie flexible dédiée au travail en groupe. Les groupes s'organisent à leur gré pour effectuer le travail.</p>



	<b>Partie III : Présentation</b> Nous vous proposerons des cours de pitching. Vous aurez l'occasion d'utiliser le studio vidéo pour améliorer vos compétences de présentation. Nous vous demandons également de préparer une vidéo de quelques minutes sur votre projet.
<b>Modalités d'évaluation et de validation</b>	Evaluation des différentes étapes de votre projet (identification du problème et de la solution, analyse du potentiel financier) et de la présentation finale dont vous choisirez la forme (vidéo, prototypes, etc). Note de groupe avec correction individuelle si nécessaire.
<b>Validation linguistique pour les études plurilingues</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre
<b>Dates et heures de cours</b>	Tous les jeudis du semestre d'automne de 13h45 à 17h05.



## COURSE DESCRIPTION

<b>Name of school/Location:</b>	<b>School of Management Fribourg</b>
<b>Field of study:</b>	Economics and Services
<b>Degree programme:</b>	Bachelor in Business Administration (full-time and part-time study)
<b>Major:</b>	--
<b>Module description:</b>	Minor options, S-C
<b>Course description:</b>	Business of fashion
<b>Instructor:</b>	Darren Sleeman
<b>Number of lessons:</b>	30
<b>Number of students:</b>	-
<b>Prerequisites:</b>	
<b>Main language of instruction:</b>	<input type="checkbox"/> German <input checked="" type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other Description:
<b>Teaching aims / General learning aims:</b>	The course objectives: <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Interpret the role of fashion in modern society</li> <li>2) Review the global nature of the fashion industry</li> <li>3) Relate how the fashion industry is evolving in response to the growth and challenges of digital channels.</li> <li>4) Analyze the worldwide importance of the sector to the global economy</li> </ol> Students will have an overview of the following topics: <ul style="list-style-type: none"> <li>-The worldwide economy of the fashion sector</li> <li>-Different types of fashion consumers</li> <li>-Internationalization and marketing strategies</li> <li>-Major fashion labels and their branding strategies</li> <li>-Fashion and luxury</li> <li>-Sustainability and ethical issues in the sector</li> <li>-Branding style from Armani to Zara</li> <li>-Fashion sourcing and distribution</li> <li>-Fashion and online retailing</li> <li>-Digital media</li> </ul>
<b>Content and form of instruction:</b>	The BUSINESS OF FASHION course proposes an overview of the fashion industry and its multiple brands (this includes fashion, textiles and accessories) from their conception to commercialization



	The course includes lectures, presentations, case studies, videos plus live online talks with fashion entrepreneurs and bloggers. Handouts are in English and French according to the texts used
<b>Examination and validation procedures:</b>	Group presentation and written report (80%)
<b>Language credits for a multilingual course of study:</b>	<input type="checkbox"/> German <input type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other
<b>Course dates and times:</b>	Monday 18.09.2023 from 17.15 to 21.00 Monday 25.09.2023 from 17.15 to 21.00 Monday 02.10.2023 from 17.15 to 21.00 Monday 09.10.2023 from 17.15 to 21.00 Monday 16.10.2023 from 17.15 to 21.00 Saturday 21.10.2023 from 8.35 to 11.55 and 13.00 to 16.20



## DESCRIPTIF DE COURS

<b>Nom école/site:</b>	<b>HEG Fribourg</b>
<b>Domaine</b>	Economie et Services
<b>Filière</b>	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
<b>Orientation</b>	--
<b>Intitulé du cours</b>	Communication par l'image
<b>Intitulé du module</b>	Options secondaires, S-C
<b>Professeur/e</b>	Isabelle Dufour
<b>Nombre de leçons</b>	30
<b>Nombre d'étudiants</b>	Max. 15
<b>Prérequis</b>	-
<b>Langue principale d'enseignement</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre
<b>Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage</b>	Maîtriser la communication d'un message par l'image. (vidéo) Maîtriser le tournage + montage. Scénariser un message Produire 2 vidéos max 2'30 en fonction du nombre d'étudiants
<b>Contenu et formes d'enseignement</b>	L'enseignement est essentiellement basé sur la pratique et est orienté « communication d'entreprise ». L'accent est mis sur « quel est le message ? comment le mettre en image ? »
<b>Modalités d'évaluation et de validation</b>	L'évaluation sera faite sur la vidéo « communication externe ». (50% production de la vidéo + 50% message synthétisé)
<b>Validation linguistique pour les études plurilingues</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre
<b>Dates et heures de cours</b>	<u>1<sup>er</sup> semestre</u> Samedi 04.11.2023 de 9h00 à 15h00 Mercredi 08.11.2023 de 17h15 à 20h30 Mercredi 15.11.2023 de 17h15 à 20h30 Mercredi 22.11.2023 de 17h15 à 20h30 Mercredi 29.11.2023 de 17h15 à 20h30 Mercredi 06.12.2023 de 17h15 à 20h30 Mercredi 13.12.2023 de 17h15 à 20h30



2<sup>ème</sup> semestre

Mercredi 01.05.2024 de 17h15 à 20h30

Samedi 04.05.2024 de 9h00 à 15h00

Mercredi 08.05.2024 de 17h15 à 20h30

Mercredi 15.05.2024 de 17h15 à 20h30

Mercredi 29.05.2024 de 17h15 à 20h30

Mercredi 05.06.2024 de 17h15 à 20h30

Mercredi 12.06.2024 de 17h15 à 20h30





## DESCRIPTIF DE COURS

<b>Nom école/site:</b>	<b>HEG Fribourg</b>
<b>Domaine</b>	Economie et Services
<b>Filière</b>	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
<b>Orientation</b>	--
<b>Intitulé du cours</b>	Créez une publicité de A à Z !
<b>Intitulé du module</b>	Options principales, S-C
<b>Professeur/e</b>	Intartaglia Julien
<b>Nombre de leçons</b>	60
<b>Nombre d'étudiants</b>	illimité
<b>Prérequis</b>	-
<b>Langue principale d'enseignement</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre
<b>Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage</b>	A la fin du cours, l'étudiant-e peut : <ul style="list-style-type: none"><li>• identifier un problème marketing/communication ;</li><li>• rédiger un brief stratégique (ou plan de travail créatif);</li><li>• utiliser certaines techniques de brainstorming pour dénicher des concepts ou des idées originales ;</li><li>• gérer un projet d'une campagne publicitaire de A à Z en passant par toutes les étapes allant de la stratégie marketing, à la stratégie publicitaire pour finir sur la création en publicité ;</li><li>• vendre un projet/un concept à des chefs d'entreprise.</li></ul>
<b>Contenu et formes d'enseignement</b>	<p>Il s'agit d'une expérience concrète de terrain avec des entreprises / organisations qui présentent leur problème de communication dans les premières semaines du cours. Après 1 mois et demi de cours ex-cathedra, l'étudiant-e va travailler sur le plan de travail créatif (et/ou brief stratégique) à partir de documents internes à l'entreprise (rapport d'étude) et suite à l'intervention orale du Directeur, du Responsable marketing/communication de l'organisation en question.</p> <p>L'étudiant-e, en qualité de créatif en publicité, travaille sur toutes les étapes suivantes du processus de création publicitaire : l'écriture d'un synopsis,</p>





	<p>la réalisation du storyboard, la mise en place du tournage pour finir sur le montage du spot publicitaire et la présentation au client.</p> <p>Environ 80% du temps est consacré à la pratique. Les étudiants bénéficient au fur et à mesure d'un coaching personnalisé.</p> <p>Ci-dessous figure le programme détaillé :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Introduction à la publicité</li><li>• Les enjeux de la publicité de nos jours</li><li>• 14 ans de vie derrière un écran de TV, ça marque !</li><li>• Persuasion consciente vs non conscient : apport des neurosciences et du neuromarketing</li><li>• Le pouvoir du nudge sur les comportements</li><li>• La stratégie des moyens : usage du modèle des points de contact</li><li>• Les acteurs de la publicité (visite d'une agence de publicité importante en Suisse)</li><li>• La stratégie marketing</li><li>• La stratégie créative</li><li>• Les différentes formes de publicité</li><li>• La publicité comparative</li><li>• La publicité TV</li><li>• La publicité digitale (médias sociaux et Youtube)</li><li>• La publicité print</li><li>• Les techniques de storyboard</li><li>• Initiation au logiciel de montage vidéo Final cut Pro X</li></ul>
<b>Modalités d'évaluation et de validation</b>	La campagne de communication représente le 100% de la note.
<b>Validation linguistique pour les études plurilingues</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre
<b>Dates et heures de cours</b>	Tous les vendredis du semestre de printemps de 13h45 à 17h05



## DESCRIPTIF DE COURS

<b>Nom école/site:</b>	<b>HEG Fribourg</b>
<b>Domaine</b>	Economie et Services
<b>Filière</b>	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
<b>Orientation</b>	--
<b>Intitulé du cours</b>	Egalité dans la vie professionnelle
<b>Intitulé du module</b>	Options secondaires, S-C
<b>Professeur/e</b>	Mathias Rossi
<b>Nombre de leçons</b>	30
<b>Nombre d'étudiants</b>	-
<b>Prérequis</b>	-
<b>Langue principale d'enseignement</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre
<b>Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage</b>	Connaître et pratiquer les leviers pour favoriser l'égalité en entreprise ; conseils, bonnes pratiques et outils à l'appui.
<b>Contenu et formes d'enseignement</b>	Option développée en collaboration avec le bureau de l'égalité et de la famille BEF de Fribourg. Cours, exercices pratiques, études de cas, interventions d'externes,
<b>Modalités d'évaluation et de validation</b>	Travaux individuels et de groupes durant l'option
<b>Validation linguistique pour les études plurilingues</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre
<b>Dates et heures de cours</b>	<u>1<sup>er</sup> semestre</u> Mercredi 20.09.2023 de 17h15 à 21h00 Mercredi 27.09.2023 de 17h15 à 21h00 Mercredi 04.10.2023 de 17h15 à 21h00 Mercredi 11.10.2023 de 17h15 à 21h00 Mercredi 18.10.2023 de 17h15 à 21h00 Samedi 21.10.2023 de 9h00 à 17h00



## DESCRIPTIF DE COURS

<b>Nom école/site:</b>	<b>HEG Fribourg</b>
<b>Domaine</b>	Economie et Services
<b>Filière</b>	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
<b>Orientation</b>	--
<b>Intitulé du cours</b>	Entrepreneuriat social et d'impact
<b>Intitulé du module</b>	Options principales, S-C
<b>Professeur/e</b>	Houmard Laurent
<b>Nombre de leçons</b>	60
<b>Nombre d'étudiants</b>	Max. 25
<b>Prérequis</b>	-
<b>Langue principale d'enseignement</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre
<b>Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage</b>	<p>L'objectif de ce module est de fournir une compréhension générale de l'entrepreneuriat social et d'impact et des différents types d'organisation et d'approche. L'entrepreneuriat social se réfère à la pratique consistant à combiner l'innovation pour aborder certains de nos problèmes sociaux, économiques et environnementaux les plus difficiles. Le cours examinera l'évolution de la pratique de l'entrepreneuriat qui se concentre sur la transformation des systèmes et des pratiques qui affectent les communautés et les écosystèmes. Le cours met l'accent sur le rôle de l'entrepreneuriat social en tant que nouvel espace stratégique, où l'innovation en matière de produits et de services de pointe et les mécanismes de marché sont mis à profit pour créer un changement positif, qui est de plus en plus considéré comme une puissante alternative aux interventions traditionnelles de la politique sociale, de l'État et du développement</p> <p>Durant le semestre, les étudiant-e-s, en groupe, vont développer un projet d'organisation capable de contribuer à résoudre l'enjeu identifié en proposant une solution spécifique et concrète sous la forme d'un service ou d'un produit.</p> <p>Les étudiants seront capables à la fin du cours de :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Identifier et expliquer les grands défis sociétaux d'aujourd'hui, leurs causes et conséquences</li><li>• Comprendre l'histoire et l'émergence de l'entrepreneuriat social</li><li>• Décrire la vision d'un entrepreneur social et d'expliquer la complexité des</li></ul>



	<p>objectifs et de maintenir une cohérence entre des objectifs sociétaux et économiques</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• D'expliquer l'écosystème et la multiplicité des modèles d'affaires possibles</li><li>• De décrire et analyser comment les entrepreneurs sociaux mobilisent différentes sources de financement et développement des produits et des services basés ou non sur des mécanismes de marché</li><li>• Comprendre et décrire la création de valeur par le biais de produits, services et/ou processus et le concept d'innovation de valeur dans le contexte de l'entrepreneuriat social</li><li>• Être capable d'exploiter les outils de management (Porter, PP, BMC, analyse de risque, etc.) appris durant les années d'étude</li></ul>
<b>Contenu et formes d'enseignement</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Introduction générale sur l'entrepreneuriat social et exemples de bonnes pratiques en Suisse et à l'étranger et présentation de l'entrepreneuriat social par l'organisation Ashoka, partenaire de la HEG</li><li>• Les grands enjeux sociétaux : descriptif, causes et conséquences</li><li>• Création et développement en groupe d'une organisation proposant de contribuer à un défi sociétal</li><li>• Intégration et utilisation de nombreux outils acquis dans différents cours de bachelor (en management stratégique, finance, marketing, RH, etc.)</li><li>• Réflexion sur le développement de la proposition de valeur de son organisation et son positionnement</li><li>• Concept de modèle d'affaires et de création de valeur sociétale positive</li><li>• Présentation des enjeux spécifiques organisationnels en termes RH et structure de l'organisation</li><li>• Présentation du concept de la mesure de l'impact social (sociétal)</li></ul> <p><b>Forme d'enseignement :</b> Présentation des concepts et théorie Pédagogie interactive (de type classe inversée) Construction progressive de son projet d'organisation Challenges entre groupes Interventions de praticiens et d'experts</p>
<b>Modalités d'évaluation et de validation</b>	Création d'une entreprise à impact sociétal positif : vidéo, rapport écrit, challenge soutenance orale (en groupe) et questions/réponses
<b>Validation linguistique pour les études plurilingues</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre
<b>Dates et heures de cours</b>	Tous les lundis du semestre de printemps de 13h45 à 17h05



## DESCRIPTIF DE COURS

<b>Nom école/site:</b>	<b>HEG Fribourg</b>
<b>Domaine</b>	Economie et Services
<b>Filière</b>	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
<b>Orientation</b>	--
<b>Intitulé du cours</b>	Evolution de la notion de performance dans les organisations
<b>Intitulé du module</b>	Options secondaires, S-C
<b>Professeur/e</b>	Egger Christophe
<b>Nombre de leçons</b>	30
<b>Nombre d'étudiants</b>	Max 50
<b>Prérequis</b>	--
<b>Langue principale d'enseignement</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre Description: cours en français mais possibilité de poser ses questions en allemand ou en anglais.
<b>Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Intégrer une vue d'ensemble de l'évolution chronologique de la notion de performance</li><li>• Rappeler les théories de l'organisation et du management</li><li>• Comprendre et interpréter l'évolution et la convergence de la performance (multidimensionnelle) dans les organisations</li><li>• Citer et décrire différents domaines, critères et indicateurs de performance</li><li>• Appliquer dans un travail de groupe les connaissances acquises</li><li>• Créer et présenter un outil (Dashboard/tableau de bord) de suivi de performance d'une organisation sélectionnée</li></ul>
<b>Contenu et formes d'enseignement</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• La théorie des organisations – Les fondements</li><li>• Le contrôle de gestion - Les bases</li><li>• Le management stratégique et le management opérationnel</li><li>• La théorie de la performance et son évolution</li><li>• La notion de performance "globale"</li><li>• La mesure de la performance – Les tableaux de bord</li><li>• Travail de groupe et présentation</li></ul>
<b>Modalités d'évaluation et de validation</b>	Travail de groupe et présentation des résultats



<b>Validation linguistique pour les études plurilingues</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre
<b>Dates et heures de cours</b>	Vendredi 12.04.2024 de 17h15 à 20h30 Samedi 13.04.2024 de 8h35 à 11h55 et de 13h00 à 16h20 Vendredi 19.04.2024 de 17h15 à 20h30 Vendredi 03.05.2024 de 17h15 à 20h30 Vendredi 17.05.2024 de 17h15 à 20h30 Vendredi 31.05.2024 de 17h15 à 20h30 Vendredi 07.06.2024 de 17h15 à 20h30



## DESCRIPTIF DE COURS

<b>Nom école/site:</b>	<b>HEG Fribourg</b>
<b>Domaine</b>	Economie et Services
<b>Filière</b>	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
<b>Orientation</b>	--
<b>Intitulé du cours</b>	Finance Durable
<b>Intitulé du module</b>	Options principales, S-C
<b>Professeur/e</b>	Philippe Spicher
<b>Nombre de leçons</b>	60
<b>Nombre d'étudiants</b>	Max. 25
<b>Prérequis</b>	-
<b>Langue principale d'enseignement</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Anglais
<b>Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Connaître les différentes approches de la finance durable</li><li>• Identifier les acteurs et décrire l'écosystème de la finance durable</li><li>• Comprendre les enjeux de la finance durable pour les acteurs du système financier</li><li>• Connaître le cadre réglementaire et les différentes initiatives qui promeuvent la finance durable</li><li>• Être capable d'évaluer les caractéristiques ESG/durable et la qualité des fonds de placement ESG/durable</li><li>• Comprendre les fondamentaux de l'analyse ESG (Environnement, Social, Gouvernance) et son utilisation dans les décisions d'investissement</li><li>• Expliquer le rôle de la finance dans la lutte contre le changement climatique</li></ul>





<b>Contenu et formes d'enseignement</b>	<p><b>Première partie – introduction et contexte</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Finance durable – définition(s) et évolution du concept</li><li>- Historique des pratiques de la finance durable</li><li>- Marché – état actuel et évolution récente</li><li>- Acteurs, écosystème : types d'investisseurs, coalitions d'investisseurs, gestionnaires d'actifs, fonds de placement, agences de notation ESG, initiatives multipartenaires associations professionnelles, ONG et Think Tanks</li><li>- Cadre réglementaire, Suisse et Europe, évolution récente, développements possibles</li><li>- Défis et enjeux</li></ul> <p><b>Deuxième partie – approches et pratiques</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Investissement ESG: exclusion, best-in-classe, intégration</li><li>- Investissement d'impact, private equity, microfinance</li><li>- Changements climatiques et investissements : empreinte carbone d'un portefeuille, 'décarbonisation' d'un portefeuille, financement de la transition énergétique, green bonds</li><li>- Financement des Objectifs de Développement Durable : financement d'infrastructures durables, social impact bonds</li><li>- Dialogue actionnarial et exercice des droits de vote</li><li>- Performance des investissements ESG</li></ul> <p><b>Troisième partie – reporting et notation ESG</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Le reporting ESG des entreprises – pratiques actuelles, normes et standards, réglementation</li><li>- La notation ESG des entreprises – critères, méthodologies, source de données, fournisseurs de notations</li></ul>
<b>Modalités d'évaluation et de validation</b>	Etude de cas (dossier et présentation) en groupe, en principe portant sur l'évaluation et la comparaison de fonds de placement durable
<b>Validation linguistique pour les études plurilingues</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Anglais
<b>Dates et heures de cours</b>	Tous les mardis du semestre d'automne de 17h15 à 20h30



## DESCRIPTIF DE COURS

<b>Nom école/site:</b>	<b>HEG Fribourg</b>
<b>Domaine</b>	Economie et Services
<b>Filière</b>	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
<b>Orientation</b>	--
<b>Intitulé du cours</b>	Finance PME
<b>Intitulé du module</b>	Options principales, S-C
<b>Professeur/e</b>	Michel Gauthier / Serge Migy
<b>Nombre de leçons</b>	60
<b>Nombre d'étudiants</b>	illimité
<b>Prérequis</b>	-
<b>Langue principale d'enseignement</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre
<b>Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Comprendre les mécanismes financiers spécifiques</li><li>• Connaître les instruments principaux de gestion financière</li><li>• Être en mesure d'apprécier la situation financière</li><li>• Savoir gérer une trésorerie (cash management)</li><li>• Savoir gérer les problèmes financiers liés aux successions</li><li>• Connaître et savoir maîtriser les aspects fiscaux du financement des entreprises (sociétés individuelles et sociétés de capitaux)</li><li>• Comprendre les enjeux fiscaux principaux d'une transmission d'entreprise (MBO, vente, etc.)</li><li>• Comprendre le rôle économique des banques</li><li>• Connaître les produits hypothécaires et commerciaux des banques</li><li>• Connaître les garanties possibles ou obligatoires d'un crédit</li><li>• Être en mesure de présenter une demande de crédit</li></ul>
<b>Contenu et formes d'enseignement</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ce module sera donné par des professeurs de l'école ainsi que par des professionnels de la banque et d'entreprises.</li><li>• Des praticiens de PME présenteront des cas pratiques</li><li>• Le cours sera basé sur les connaissances légales et fiscales ainsi que sur la résolution de cas.</li><li>• La participation est particulièrement recommandée aux étudiant-e-s qui travaillent ou envisagent de travailler dans une PME familiale. Leur</li></ul>



	expérience sera également intégrée dans le cours.
<b>Modalités d'évaluation et de validation</b>	2 examens écrits ; l'un pour la partie fiscalité, l'autre pour la partie bancaire Une seule note pondérée à 50% par chacun des deux examens précités. Les réponses de l'examen peuvent être rédigées en allemand.
<b>Validation linguistique pour les études plurilingues</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre
<b>Dates et heures de cours</b>	Tous les mardis du semestre de printemps de 17h15 à 20h30



## DESCRIPTIF DE COURS

<b>Nom école/site:</b>	<b>HEG Fribourg</b>
<b>Domaine</b>	Economie et Services
<b>Filière</b>	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
<b>Orientation</b>	--
<b>Intitulé du cours</b>	Fundamentals of sustainable business & management I
<b>Intitulé du module</b>	Options principales, S-C
<b>Professeur/e</b>	Houmard Laurent Divers intervenants
<b>Nombre de leçons</b>	60
<b>Nombre d'étudiants</b>	Max. 20
<b>Prérequis</b>	-
<b>Langue principale d'enseignement</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input checked="" type="checkbox"/> Anglais
<b>Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage</b>	<p>Depuis quelques années maintenant, les défis liés aux enjeux climatiques, écologiques et socio-économiques sont devenus centraux dans les agendas des politiques publiques internationales et nationales. Dans ce contexte, le désir de créer une économie mondiale plus inclusive et durable s'est avéré être l'un des dénominateurs communs dans la conception et le lancement des 17 objectifs de développement durable (ODD) en 2015. L'accent mis sur la création d'opportunités économiques pour relever les défis mondiaux en matière de durabilité implique que les entreprises doivent jouer un rôle important dans la mise en œuvre des 17 ODD. L'objectif des ODD de créer une économie responsable et plus inclusive implique que la réglementation seule ne pourra pas sauver la planète ; il faut investir dans des solutions innovantes qui permettent de relever efficacement les défis environnementaux et sociaux. Cette conception de la durabilité est formulée dans l'Agenda pour le développement durable (Agenda 2030), conçu pour mettre en œuvre les 17 ODD et unir les forces pour réaliser ce plan d'action en faveur des personnes, de la planète et de la prospérité.</p>

	<p><b>Compétences visées</b>  Outre des compétences techniques, la capacité à agir dans le domaine de la durabilité nécessite les compétences suivantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborer un savoir en durabilité en intégrant de nouvelles perspectives de façon ouverte sur le monde</li> <li>• Acquérir des connaissances interdisciplinaires en disposant d'aptitudes professionnelles nécessaires au management et à la prise de responsabilité</li> <li>• Être en mesure d'identifier et d'évaluer les risques, les dangers et les incertitudes et les opportunités</li> <li>• Pouvoir prendre en compte des objectifs contradictoires lors d'une réflexion sur des stratégies d'action</li> </ul> <p>A la fin du cours, les étudiants</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Connaissent les termes, concepts et modèles relatifs au développement durable comme la durabilité faible et forte</li> <li>• Décrivent et analysent à l'aide d'exemples concrets les différents enjeux de la durabilité dans le domaine de l'économie</li> <li>• Comprennent et dérivent la notion de la responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) et expliquent les critères d'évaluation de l'intégration ou non de la durabilité en entreprise (indicateurs – audit)</li> <li>• Sont capables d'appliquer des outils permettant d'évaluer et améliorer la performance globale - sociale, environnementale et économique - de l'entreprise et le long de sa chaîne de valeur</li> </ul>
<p><b>Contenu et formes d'enseignement</b></p>	<p>1) Enjeux sociétaux et concept du développement durable</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fresque du climat : Systémique des enjeux</li> <li>• Problématiques et défis planétaires : changement climatique, ressources naturelles, biodiversité, etc.</li> <li>• Historique du développement durable et les 17 ODDs</li> </ul> <p>2) Politiques publiques et enjeux économiques</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Agenda 2030 et la stratégie de la Confédération Suisse</li> <li>• Approches économique et sociale: théorie du Donut (K. Raworth), les limites à la croissance (D. Meadows)</li> </ul> <p>3) Analyse et contexte de l'entreprises</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entreprise en tant qu'acteur de la durabilité et intégration du management durable en entreprise</li> <li>• Contextualisation de l'approche RSE dans la société actuelle : besoins, freins et accélérateurs. De la durabilité 1.0 à 3.0.</li> <li>• SDG 8 et les entreprises</li> <li>• Sustainable business model - innovation</li> </ul>



	<p>4) Sustainable management : diagnostique performance</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Analyse de la performance environnementale et sociale (KPI)</li><li>• Analyse ESG et mesure des impacts</li><li>• Bilan carbone – théorie et exemple pratique Conduire un diagnostic bilan carbone en entreprise</li><li>• Science based Targets initiative – zero net</li><li>• Analyse de la chaîne de valeur dans le contexte du développement durable y inclus des questions éthiques (droits humains)</li></ul> <p>5) Evaluation RSE/ESG d'une entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Initiatives nationales en durabilité (STI) et référentiels/ normes associés à la durabilité (ISO, BCorp, etc.)</li><li>• Techniques de réalisation d'un audit en entreprise</li><li>• Connaissance des outils d'évaluation de la performance : Ok pilot, ESG2go, BCorp, Ecovadis, etc.</li></ul> <p>NB : Les contenus peuvent subir des modifications, notamment en fonction de l'évolution de l'actualité et du temps disponible.</p> <p><b>Forme d'enseignement :</b> Présentation des concepts et théorie Approche interdisciplinaire et par résolution de problème Etude de cas et intervention de praticiens et d'experts</p>
<b>Modalités d'évaluation et de validation</b>	Analyse de la Durabilité d'une entreprise Réalisation d'un travail en groupe: analyse d'une entreprise en termes d'intégration de la durabilité et rédaction d'un dossier et présentation (Evaluation en groupe et aussi individuel du module).
<b>Validation linguistique pour les études plurilingues</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input checked="" type="checkbox"/> Anglais
<b>Dates et heures de cours</b>	Tous les vendredis matin de 8h35 à 11h55 du semestre d'automne



## DESCRIPTIF DE COURS

<b>Nom école/site:</b>	<b>HEG Fribourg</b>
<b>Domaine</b>	Economie et Services
<b>Filière</b>	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
<b>Orientation</b>	--
<b>Intitulé du cours</b>	Fundamentals of sustainable business & management II
<b>Intitulé du module</b>	Options principales, S-C
<b>Professeur/e</b>	Houmard Laurent Divers intervenants
<b>Nombre de leçons</b>	60
<b>Nombre d'étudiants</b>	Max. 20
<b>Prérequis</b>	Avoir suivi le cours Fundamentals of Sustainable business & management I
<b>Langue principale d'enseignement</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input checked="" type="checkbox"/> Anglais
<b>Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage</b>	<p>Cette unité de cours est la suite du cours Fundamentals of Sustainable business &amp; management I. Il met l'accent sur les enjeux d'intégration des défis sociétaux dans l'organisation en termes éthique et de gouvernance, la gestion durable des ressources humaines et les défis d'une communication environnementale cohérente.</p> <p><b>Objectifs d'apprentissage :</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Acquérir des connaissances interdisciplinaires en disposant d'aptitudes professionnelles nécessaires au management et à la prise de responsabilité</li><li>• Être en mesure d'identifier et d'évaluer les enjeux éthiques, de ressources humaines et de gouvernance au sein d'une entreprise</li><li>• Comprendre les enjeux de communication environnementale et de gestion des achats responsables</li></ul>
<b>Contenu et formes d'enseignement</b>	1) Ethique et gouvernance des organisations <ul style="list-style-type: none"><li>• Gouvernance éthique, transparence</li><li>• Conformité légale et risque</li><li>• Etude de cas</li><li>• Outils de gestion au niveau de la corruption (ISO 37001)</li></ul>





	<p>2) Gestion durable et développement des ressources humaines</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Conditions de travail, égalité des chances et discrimination</li><li>• Santé et sécurité au travail</li><li>• Dialogue social</li></ul> <p>3) Communication environnementale</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Information aux clients consommateur</li><li>• Greenwashing et risques liés à la communication</li><li>• Rapports environnementaux et sociaux : bonnes pratiques</li></ul> <p>4) Gestion des achats responsables</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Méthode d'évaluation des besoins en achats</li><li>• Quels critères introduire pour acheter durablement</li><li>• Quelles politiques d'achats mettre en place</li></ul> <p>NB : Les contenus peuvent subir des modifications, notamment en fonction de l'évolution de l'actualité et du temps disponible.</p> <p><b>Forme d'enseignement :</b> Présentation des concepts et théorie Approche interdisciplinaire et par résolution de problème Etude de cas et intervention de praticiens et d'experts</p>
<b>Modalités d'évaluation et de validation</b>	Examen individuel ou en groupe sous forme de contrôle continu Rédaction d'un rapport final et soutenance sur une des thématiques vus durant le semestre
<b>Validation linguistique pour les études plurilingues</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input checked="" type="checkbox"/> Anglais
<b>Dates et heures de cours</b>	Tous les vendredis matin de 8h35 à 11h55 au semestre de printemps



## DESCRIPTIF DE COURS

<b>Nom école/site:</b>	<b>HEG Fribourg</b>
<b>Domaine</b>	Economie et Services
<b>Filière</b>	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
<b>Orientation</b>	--
<b>Intitulé du cours</b>	Gestion immobilière
<b>Intitulé du module</b>	Options secondaires, S-C
<b>Professeur/e</b>	Pasquier Marilyne
<b>Nombre de leçons</b>	30
<b>Nombre d'étudiants</b>	Max. 50
<b>Prérequis</b>	-
<b>Langue principale d'enseignement</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre
<b>Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage</b>	Il s'agit d'une part de familiariser les étudiants avec la structure et les particularités du marché immobilier en Suisse. D'autre part, il vise à appliquer les connaissances de base acquises en gestion d'entreprise à ce domaine.
<b>Contenu et formes d'enseignement</b>	Avec la participation d'intervenants du domaine de l'immobilier, les questions spécifiques suivantes structurent ce cours : > Qu'est-ce que le marché immobilier en Suisse ? > Pourquoi devenir propriétaire et avec quels fonds ? > Quelle est la valeur d'un bien immobilier, ses charges, ses revenus, ses incidences fiscales ? Comment s'y retrouver ? > Comment rechercher et sélectionner un bien immobilier ? Comment établir une promotion immobilière ? > Locataires, quels sont vos droits et vos obligations ? > Bailleurs, quels sont vos frais et loyers ; à la recherche du juste prix ? > Construire oui, mais comment ?
<b>Modalités d'évaluation et de validation</b>	L'examen écrit en français de 60 minutes composé de questions de compréhension et de développement, ainsi que d'exercices ou études de cas pour contrôler l'atteinte des objectifs spécifiques du contenu du cours.



<b>Validation linguistique pour les études plurilingues</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre
<b>Dates et heures de cours</b>	<p><u>Cours n°1 pour les étudiants à <b>plein temps</b> :</u></p> <p>Mardi 07.11.2023 de 13h45 à 17h05 Mardi 14.11.2023 de 13h45 à 17h05 Mardi 21.11.2023 de 13h45 à 17h05 Mardi 28.11.2023 de 13h45 à 17h05 Mardi 05.12.2023 de 13h45 à 17h05 Mardi 12.12.2023 de 13h45 à 17h05 Mardi 19.12.2023 de 13h45 à 17h05 Mardi 09.01.2024 de 13h45 à 14h45 (Examen)</p> <p><u>Cours n°2 pour les étudiants <b>en emploi</b> :</u></p> <p>Lundi 04.03.2024 de 17h15 à 20h30 Lundi 11.03.2024 de 17h15 à 20h30 Lundi 18.03.2024 de 17h15 à 20h30 Lundi 25.03.2024 de 17h15 à 20h30 Lundi 08.04.2024 de 17h15 à 20h30 Lundi 15.04.2024 de 17h15 à 20h30 Lundi 22.04.2024 de 17h15 à 20h30 Lundi 29.04.2024 de 17h15 à 18h15 (Examen)</p>



## DESCRIPTIF DE COURS

<b>Nom école/site:</b>	<b>HEG Fribourg</b>
<b>Domaine</b>	Economie et Services
<b>Filière</b>	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
<b>Orientation</b>	--
<b>Intitulé du cours</b>	Integrated HR Practices
<b>Intitulé du module</b>	Options principales, S-C
<b>Professeur/e</b>	Rossi Mathias et intervenants
<b>Nombre de leçons</b>	60
<b>Nombre d'étudiants</b>	illimité
<b>Prérequis</b>	-
<b>Langue principale d'enseignement</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre
<b>Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Avoir un aperçu du rôle et de la place de la GRH en organisation, des principaux enjeux qui affectent la GRH aujourd'hui</li><li>• Porter un regard critique sur le processus à travers la question de la mesure de la performance</li><li>• Savoir développer et articuler les instruments et les interventions RH, en particulier le processus de recrutement: analyse de poste et description de fonction, compétences, outils de recrutement;</li><li>• Connaître les pratiques des entreprises par des contacts directs avec des responsables de ressources humaines.</li><li>• Développer ses connaissances du marché du travail et de ses différentes facettes ; se familiariser aux entretiens de sélection par des jeux de rôle.</li><li>• Avoir un aperçu des questions liées à la santé au travail pour la fonction RH</li></ul>
<b>Contenu et formes d'enseignement</b>	Cours, intervenants externes, études de cas, travaux individuels et de groupes
<b>Modalités d'évaluation et de validation</b>	Examen écrit individuel ou en groupe, français



<b>Validation linguistique pour les études plurilingues</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre
<b>Dates et heures de cours</b>	Tous les vendredis du semestre d'automne de 13h45 à 17h05



## COURSE DESCRIPTION

<b>Name of school/Location:</b>	School of Management Fribourg
<b>Field of study:</b>	Economics and Services
<b>Degree programme:</b>	Bachelor in Business Administration (full-time and part-time study)
<b>Major:</b>	--
<b>Module description:</b>	Secondary options, S-C
<b>Course description:</b>	International Distributions for Luxury Goods
<b>Instructor:</b>	Faessler Robert
<b>Number of lessons:</b>	30
<b>Number of students:</b>	unlimited
<b>Prerequisites:</b>	-
<b>Main language of instruction:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> German <input checked="" type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other
<b>Teaching aims / General learning aims:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• To learn what and how luxury brands from Switzerland and from outside Switzerland are moving successfully in the world market</li><li>• What are they doing?</li><li>• How are they doing?</li><li>• How do they distribute in the International markets?</li><li>• Why are they successful?</li><li>• Risk and options?</li><li>• Case study in team</li></ul>
<b>Content and form of instruction:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Definition of the luxury distributions</li><li>• Definition of luxury products</li><li>• Definition of the prices in the luxury segments</li><li>• Strategy and messages of the brands</li><li>• Example: What kind of distribution is existing in the Swiss Watch industry and in other luxury consumer products</li><li>• Example: China market and the luxury potentials</li><li>• Case study by region and by distribution channels</li></ul>
<b>Examination and validation procedures:</b>	Presentation of a case study in group



<b>Language credits for a multilingual course of study:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> German <input checked="" type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other
<b>Course dates and times:</b>	Monday, 30.10.2023 / 13h45 – 17h05 or 17.15 – 20.30 Monday, 06.11.2023 / 13h45 – 17h05 or 17.15 – 20.30 Monday, 13.11.2023 / 13h45 – 17h05 or 17.15 – 20.30 Monday, 20.11.2023 / 13h45 – 17h05 or 17.15 – 20.30 Monday, 27.11.2023 / 13h45 – 17h05 or 17.15 – 20.30 Monday, 04.12.2023 / 13h45 – 17h05 or 17.15 – 20.30 Monday, 11.12.2023 / 13h45 – 17h05 or 17.15 – 20.30 Monday, 18.12.2023 / 13h45 – 17h05 or 17.15 – 20.30





## DESCRIPTIF DE COURS

<b>Nom école/site:</b>	<b>HEG Fribourg</b>
<b>Domaine</b>	Economie et Services
<b>Filière</b>	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
<b>Orientation</b>	--
<b>Intitulé du cours</b>	Leadership development orientation «Coach-responsable de conduite»
<b>Intitulé du module</b>	Options principales, S-C
<b>Professeur/e</b>	Rossi Mathias
<b>Nombre de leçons</b>	60
<b>Nombre d'étudiants</b>	illimité
<b>Prérequis</b>	-
<b>Langue principale d'enseignement</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre
<b>Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Connaître le rôle, les compétences et les responsabilités d'un leader</li><li>• Identifier son style de conduite et apprendre à connaître les collaborateurs afin de mieux s'adapter à eux</li><li>• Connaître les différents styles de conduite</li><li>• Connaître et sélectionner les "outils" de conduite</li><li>• Savoir communiquer efficacement avec les collaborateurs et maîtriser la communication persuasive et motivante</li><li>• Prendre conscience du rôle du leader par rapport à la motivation des collaborateurs</li><li>• Savoir identifier et gérer les conflits</li></ul>
<b>Contenu et formes d'enseignement</b>	Parties théoriques, exercices pratiques issus de la réalité, entretiens didactiques
<b>Modalités d'évaluation et de validation</b>	Examen écrit
<b>Validation linguistique pour les études plurilingues</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre
<b>Dates et heures de cours</b>	Tous les vendredis du semestre de printemps de 8h35 à 11h55



## DESCRIPTIF DE COURS

<b>Nom école/site:</b>	<b>HEG Fribourg</b>
<b>Domaine</b>	Economie et Services
<b>Filière</b>	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
<b>Orientation</b>	--
<b>Intitulé du cours</b>	Management collaboratif et Facilitation de l'intelligence collective
<b>Intitulé du module</b>	Options secondaires, S-C
<b>Professeur/e</b>	Geneviève Morand
<b>Nombre de leçons</b>	30
<b>Nombre d'étudiants</b>	max. 20
<b>Prérequis</b>	Être intéressé à articuler sa contribution individuelle avec celle d'un groupe de travail et d'une équipe apprenante Vouloir explorer le savoir-être et le savoir-agir ensemble
<b>Langue principale d'enseignement</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre
<b>Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- être capable de résoudre des problèmes complexes</li><li>- maîtriser plusieurs outils pratico-pratiques et savoir quand les utiliser</li><li>- animer des réunions « organiques » et créatives efficaces</li><li>- savoir résoudre les conflits/tensions et les envisager comme un précieux carburant d'amélioration et d'innovation</li><li>- être conscient de ses talents et savoir les renforcer</li><li>- maîtriser quelques concepts importants : complexité, grille de l'évolution, changement de paradigme, intelligence émotionnelle, réseautage</li><li>- savoir animer/faciliter une réunion</li></ul>
<b>Contenu et formes d'enseignement</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- formation essentiellement basée sur l'expérimentation</li><li>- compréhension du contexte et de l'époque actuelle</li><li>- contenu adapté aux exigences du management dans un contexte complexe et de changement toujours plus rapide</li></ul>
<b>Modalités d'évaluation et de validation</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- remise d'une synthèse de l'application potentielle des outils vus en cours par les participants dans leur pratique, d'une à deux pages après chaque session (les 3 premières sessions) en français, anglais ou allemand, contextualisé et illustré avec photo</li><li>- note de cahier (chaque étudiant reçoit un cahier en début de cours) , soit la prise de note et les réflexions de l'étudiant pendant un mois sur ces thématiques</li></ul>
<b>Validation linguistique pour les études plurilingues</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Français



<b>Dates et heures de cours</b>	<u>Cours a) :</u>
	Samedi 23.09.2023 de 8h35 à 11h55 et 13h00 à 16h20 Samedi 30.09.2023 de 8h35 à 11h55 et 13h00 à 16h20 Samedi 07.10.2023 de 8h35 à 11h55 et 13h00 à 16h20 Samedi 14.10.2023 de 8h35 à 11h55 et 13h00 à 16h20
	<u>Cours b) :</u>
	Samedi 25.11.2023 de 8h35 à 11h55 et 13h00 à 16h20 Samedi 02.12.2023 de 8h35 à 11h55 et 13h00 à 16h20 Samedi 09.12.2023 de 8h35 à 11h55 et 13h00 à 16h20 Samedi 16.12.2023 de 8h35 à 11h55 et 13h00 à 16h20
	<u>Cours c) :</u>
	Samedi 24.02.2024 de 8h35 à 11h55 et 13h00 à 16h20 Samedi 02.03.2024 de 8h35 à 11h55 et 13h00 à 16h20 Samedi 09.03.2024 de 8h35 à 11h55 et 13h00 à 16h20 Samedi 16.03.2024 de 8h35 à 11h55 et 13h00 à 16h20



## DESCRIPTIF DE COURS

<b>Nom école/site:</b>	<b>HEG Fribourg</b>
<b>Domaine</b>	Economie et Services
<b>Filière</b>	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
<b>Orientation</b>	--
<b>Intitulé du cours</b>	Management international
<b>Intitulé du module</b>	Options principales, S-C
<b>Professeur/e</b>	Denis Robichaud
<b>Nombre de leçons</b>	60
<b>Nombre d'étudiants</b>	illimité
<b>Prérequis</b>	-
<b>Langue principale d'enseignement</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre
<b>Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage</b>	<p>Le cours <i>Management international</i> a pour but d'initier les étudiants aux fondements du commerce international, aux grandes dimensions de l'environnement économique international ainsi qu'aux procédures et aux démarches d'importation.</p> <p>Plus précisément, le cours permettra de :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- comprendre le rôle du commerce international dans la stratégie d'une entreprise,</li><li>- réaliser un diagnostic-export,</li><li>- développer un plan marketing d'exportation,</li><li>- vous familiariser avec les méthodes de sélection et de prospection des marchés étrangers,</li><li>- maîtriser les principes, les règles et les procédures à respecter pour réaliser une stratégie de marketing d'exportation,</li><li>- vous sensibiliser à l'importance des aspects culturels du commerce international,</li><li>- vous familiariser avec le vocabulaire en usage dans le domaine du commerce international,</li><li>- réaliser l'importance de se tenir au courant des événements susceptibles d'exercer une influence sur les échanges avec l'étranger.</li></ul>
<b>Contenu et formes</b>	Le cours est divisé en cinq parties couvrant treize chapitres du manuel de base.



<b>d'enseignement</b>	<p>Partie 1 : couvre les semaines 1 et 2. Ces deux chapitres se veulent une initiation au monde du commerce international.</p> <p>Partie 2 : comprend les semaines 3, 4 et 5, qui traitent de l'importation et de l'exportation.</p> <p>Partie 3 : regroupe les semaines 6, 7 et 8 consacrées au marchéage (marketing mix) dans le contexte du commerce international.</p> <p>Partie 4 : basée sur les semaines 9 et 10, cette section vous présente la stratégie d'entrée sur les marchés étrangers.</p> <p>Partie 5 : regroupe les semaines 11, 12 et 13, qui se penchent sur les aspects pratiques de l'exportation.</p>
<b>Modalités d'évaluation et de validation</b>	<p>Ce cours est conçu en vue d'une démarche <b>d'étude autonome</b>, selon un rythme qui convient à l'étudiant. Néanmoins, il bénéficie du soutien du professeur pendant toute la durée du cours. Son rôle consiste à le guider dans son apprentissage. Il pourra répondre entre autres aux questions relatives aux aspects administratifs du cours, à la matière, aux travaux et à l'examen. C'est lui qui évalue et commente les travaux.</p> <p>L'évaluation des apprentissages du cours se fonde sur les éléments suivants : un travail noté, comptant pour 10 % et deux examens sous surveillance qui compteront respectivement pour 20 % et 70% de la note finale.</p>
<b>Validation linguistique pour les études plurilingues</b>	<p><input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre</p>
<b>Dates et heures de cours</b>	<p>Mercredi 24.04.2024 examen à la HEG de 17h15 à 20h30 Mercredi 01.05.2024 cours de 17h15 à 20h30 Mercredi 08.05.2024 cours de 17h15 à 20h30 Mercredi 15.05.2024 examen à la HEG de 17h15 à 20h30</p>



## DESCRIPTIF DE COURS

<b>Nom école/site:</b>	<b>HEG Fribourg</b>
<b>Domaine</b>	Economie et Services
<b>Filière</b>	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
<b>Orientation</b>	--
<b>Intitulé du cours</b>	Le Plan Marketing
<b>Intitulé du module</b>	Options principales, S-C
<b>Professeur/e</b>	Intartaglia Julien
<b>Nombre de leçons</b>	60
<b>Nombre d'étudiants</b>	illimité
<b>Prérequis</b>	-
<b>Langue principale d'enseignement</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre
<b>Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage</b>	A la fin du cours, l'étudiant-e peut : <ul style="list-style-type: none"><li>• identifier un problème marketing/communication ;</li><li>• rédiger un plan marketing ;</li><li>• gérer un projet en équipe ;</li><li>• vendre une stratégie marketing et un plan d'actions opérationnelles et des recommandations managériales à des chefs d'entreprise.</li></ul>
<b>Contenu et formes d'enseignement</b>	<p>Il s'agit d'une expérience concrète de terrain avec des entreprises / organisations qui présentent leur problème managérial dans les premières semaines du cours. Après deux mois de cours ex-cathedra, l'étudiant-e va travailler sur le plan marketing à partir de documents internes à l'entreprise et suite à l'intervention orale du Directeur, du Responsable marketing/communication de l'organisation en question.</p> <p>L'étudiant-e, en qualité de consultant en marketing, travaille sur les deux étapes du processus de réalisation du plan marketing :</p> <p><b>1. La définition de la stratégie marketing</b> (par le biais de l'analyse du marché, du benchmarking, des études de marché...)</p>



	<p><b>2. La proposition d'une stratégie de marketing opérationnelle</b> (objectifs, segmentation, proposition de valeur, plan d'actions etc.).</p> <p>Environ 70% du temps est consacré à la pratique. Les étudiants bénéficient au fur et à mesure d'un coaching personnalisé.</p> <p>Ci-dessous figure le programme détaillé :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Définition du plan marketing ;</li><li>• Définition de la mission, de la vision et des valeurs ;</li><li>• L'élaboration du diagnostic marketing ;</li><li>• La fixation d'une stratégie ;</li><li>• Le marketing mix;</li><li>• Changer les comportements du consommateur : approche nudge et neuroscientifique ;</li><li>• Le marketing opérationnel digital et offline ;</li><li>• Budget et calendrier du plan ;</li><li>• La rédaction et la structure du plan marketing</li></ul>
<b>Modalités d'évaluation et de validation</b>	Le plan marketing représente le 100% de la note.
<b>Validation linguistique pour les études plurilingues</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre
<b>Dates et heures de cours</b>	Tous les vendredis du semestre d'automne de 7h50 à 11h10