

# Fiches des cours

## BTS Gestionnaire en commerce et marketing

## BTS Gestionnaire en commerce et marketing (Grille horaire)

<b>Grille Gestionnaire en commerce et marketing</b>				
<b>Cours</b>	<b>Semestre</b>	<b>ECTS</b>	<b>Leçons hebdo.</b>	<b>Leçons de 50'</b>
<b>Module Techniques et outils de marketing</b>				
<i>Communication média et hors-média</i>	1	2	2	34
<i>Introduction au marketing</i>	1	3	3	51
<i>Techniques de présentation et de communication</i>	1	2	2	34
<i>Communication digitale</i>	2	2	2	34
<i>Études de marché 1</i>	2	2	2	34
<i>Techniques de vente et de négociation</i>	2	2	2	34
<i>Marketing stratégique et marketing opérationnel</i>	2	4	4	68
<i>Études de marché 2</i>	3	2	2	34
<i>Politiques, stratégies et tactiques du marketing</i>	3	3	3	51
<i>Tactiques et stratégies de communication</i>	3	2	2	34
<b>Module Commerce international, économie et droit</b>				
<i>Économie générale et actualité économique 1</i>	1	2	2	34
<i>Introduction générale au droit</i>	1	2	2	34
<i>Techniques du commerce international 1</i>	1	3	3	51
<i>Droit du travail</i>	2	2	2	34
<i>Économie générale et actualité économique 2</i>	2	2	2	34
<i>Techniques du commerce international 2</i>	2	2	2	34
<i>Droit de la concurrence et droit de la consommation</i>	3	2	2	34
<i>Économie générale et actualité économique 3</i>	3	2	2	34
<i>Pratiques du commerce international</i>	3	2	2	34
<i>Techniques du commerce international 3</i>	3	2	3	51
<b>Module Techniques et outils de gestion</b>				
<i>Entrepreneuriat 1</i>	1	2	2	34
<i>Mathématiques commerciales</i>	1	2	2	34
<i>Cadre fiscal luxembourgeois</i>	1	3	3	51
<i>TIC 1 : L'environnement du PC et le traitement du texte</i>	1	3	3	51
<i>Entrepreneuriat 2</i>	2	2	2	34
<i>Analyse des comptes annuels</i>	2	2	2	34
<i>Technologies multimédia</i>	2	2	3	51
<i>TIC 2 : Le tableur</i>	2	2	3	51
<i>Entrepreneuriat 3</i>	3	2	2	34
<i>Statistiques</i>	3	2	2	34
<i>Publication assistée par ordinateur</i>	3	2	2	34
<i>TIC 3 : Les bases de données</i>	3	3	3	51
<b>Module Langues</b>				
<i>Anglais 1</i>	1	3	3	51
<i>Français 1</i>	1	3	3	51
<i>Anglais 2</i>	2	3	3	51
<i>Français 2</i>	2	3	3	51
<i>Anglais 3</i>	3	3	3	51
<i>Français 3</i>	3	3	3	51
<b>Module Stage</b>				
<i>Stage partie 1</i>	4	5	40	160
<i>Stage partie 2</i>	4	20	40	400
<i>Stage partie 3</i>	4	5	40	160

### Répartition des ECTS :

ECTS				
1. SEM	2. SEM	3. SEM	4. SEM	TOTAL
30	30	30	30	120

## Remarques concernant les fiches descriptives des cours

### 1. Charge de travail

Les fiches descriptives indiquent le nombre d'ECTS (European Credits Transfert System) pour le cours en question. En principe 1 ECTS équivaut à une charge de travail de 25 à 30 heures pour l'étudiant. Cette charge de travail comprend la présence au cours, la préparation de l'étudiant et tout autre travail. La charge de travail de l'étudiant est exprimée en heures pour chaque cours. Le travail peut se faire en individuel ou en groupe. La pondération est indiquée dans la fiche descriptive du cours.

### 2. Evaluation

Dans les formations BTS à l'ECG, l'évaluation des étudiants se fait en principe par contrôle continu. Il n'y a pas d'examens durant le semestre. Seules les épreuves supplémentaires (ajournements) sont organisées sous forme d'examen. Ces épreuves supplémentaires ont lieu lors de séances d'examen à des périodes définies.

Au cours d'un semestre, l'évaluation des étudiant se fait par **contrôle continu**. Ce contrôle peut revêtir deux formes :

- Tests : épreuves d'une durée d'au moins 50 minutes, sauf pour les tests qui se font sous forme orale (la durée peut être inférieure à 50 minutes)
- Autres contrôles et travaux :
  - Contrôles des connaissances réguliers (par exemple contrôle hebdomadaire au début de leçon, exposé, etc.)
  - Travaux individuels et/ou travaux de groupe (par exemple contrôle des travaux à domicile, rapports, etc.)

Les fiches descriptives indiquent les modalités de l'évaluation du semestre (contrôle continu). Il peut s'agir de contrôles de connaissance sous forme de **tests** et de l'évaluation des **travaux** de l'étudiant (par travaux, il faut entendre ici les productions de l'étudiant telles que les devoirs et les rapports mais aussi les contrôles des connaissances autres que les tests). La pondération des tests et travaux est indiquée pour chaque cours.

Les modalités d'évaluation de l'ajournement sont indiquées dans la rubrique « Évaluation épreuve supplémentaire ».

### 3. L'utilisation de la langue anglaise

Si les fiches descriptives des cours indiquent le français et l'anglais comme langues d'enseignement, cela signifie que ces deux langues sont à utiliser. Les fiches indiquent dans ce cas les parties du cours que le titulaire peut traiter en anglais. Il lui est loisible de choisir d'autres parties du cours qu'il traite en anglais.

## COURS

Module Techniques et outils de marketing .....	6
Semestre 1 Cours Communication média et hors-média .....	7
Semestre 1 Cours Introduction au marketing.....	8
Semestre 1 Cours Techniques de présentation et de communication .....	9
Semestre 2 Cours Communication digitale.....	10
Semestre 2 Cours Études de marché 1 .....	11
Semestre 2 Cours Techniques de vente et de négociation.....	12
Semestre 2 Cours Marketing stratégique et marketing opérationnel.....	13
Semestre 3 Cours Études de marché 2 .....	14
Semestre 3 Cours Politiques, stratégies et tactiques du marketing .....	15
Semestre 3 Cours Tactiques et stratégies de communication.....	16
Module Commerce international, économie et droit.....	17
Semestre 1 Cours Économie générale et actualité économique 1 .....	18
Semestre 1 Cours Introduction générale au droit.....	19
Semestre 1 Cours Techniques du commerce international 1.....	20
Semestre 2 Cours Droit du travail .....	21
Semestre 2 Cours Économie générale et actualité économique 2 .....	22
Semestre 2 Cours Techniques du commerce international 2.....	23
Semestre 3 Cours Droit de la concurrence et droit de la consommation.....	24
Semestre 3 Cours Économie générale et actualité économique 3 .....	25
Semestre 3 Cours Pratiques du commerce international .....	26
Semestre 3 Cours Techniques du commerce international 3 .....	27
Module Techniques et outils de gestion.....	28
Semestre 1 Cours Entrepreneuriat 1.....	29
Semestre 1 Cours Mathématiques commerciales .....	30
Semestre 1 Cours Cadre fiscal luxembourgeois.....	31
Semestre 1 Cours TIC 1 : L'environnement du PC et le traitement du texte .....	32
Semestre 2 Cours Entrepreneuriat 2.....	33
Semestre 2 Cours Analyse des comptes annuels .....	34
Semestre 2 Cours Technologies multimédia.....	35
Semestre 2 Cours TIC2 : Le tableur .....	36
Semestre 3 Cours Entrepreneuriat 3.....	37
Semestre 3 Cours Statistiques.....	38
Semestre 3 Cours Publication assistée par ordinateur .....	39

Semestre	3 Cours TIC 3 : Les bases de données.....	40
Module Langues.....		41
Semestre	1 Cours Anglais 1 : Advanced .....	42
Semestre	1 Cours Anglais 1 : Intermediate.....	43
Semestre	1 Cours Anglais 1 : Upper Intermediate.....	44
Semestre	1 Cours Français 1 .....	45
Semestre	2 Cours Anglais 2 : Advanced .....	46
Semestre	2 Cours Anglais 2 : Intermediate.....	47
Semestre	2 Cours Anglais 2 : Upper Intermediate.....	48
Semestre	2 Cours Français 2 .....	49
Semestre	3 Cours Anglais 3 : Advanced .....	50
Semestre	3 Cours Anglais 3 : Intermediate.....	51
Semestre	3 Cours Anglais 3 : Upper intermediate.....	52
Semestre	3 Cours Français 3 .....	53
Module Stage.....		54
Semestre	4 Stage partie 1 .....	55
Semestre	4 Stage partie 2 .....	56
Semestre	4 Stage partie 3 .....	57

# Module Techniques et outils de marketing

# Module Techniques et outils de marketing

## Semestre 1 Cours Communication média et hors-média

<b>Section</b>	BTS - Gestionnaire en commerce et marketing
<b>Module</b>	Techniques et outils de marketing
<b>Semestre</b>	1
<b>Cours</b>	Communication média et hors-média
<b>Crédits ECTS</b>	2
<b>Leçons par semaine</b>	2
<b>Travail individuel</b>	Min. 50 %
<b>Travail de groupe</b>	Max. 50 %
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	Français et anglais
<b>Évaluation du semestre</b>	Au moins un test et travaux (voir pondération ci-dessous)
<b>Pondération travaux</b>	50 %
<b>Pondération tests</b>	50 %
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Épreuve écrite
<b>Support de cours</b>	PowerPoint et notes distribuées par l'enseignant
<b>Prérequis</b>	Aucun
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
1	Définir la publicité et ses principales caractéristiques
2	Différencier les différentes formes de publicité
3	Comprendre le fonctionnement d'une agence de publicité
4	Comprendre les besoins de communication d'un client
5	Conseiller le client en fonction de ses besoins
6	Déterminer les mass médias les mieux adaptés à une campagne
7	Elaborer une stratégie de communication qui s'intègre dans une stratégie marketing
8	Présenter une stratégie de communication au client de manière professionnelle
<b>Contenu du cours</b>	
1	Définitions / terminologie anglaise
2	Les différents niveaux de communication
3	L'agence de publicité, ses différents départements et les régies publicitaires
4	Les différentes formes de publicité : média et hors-média
5	Les médias de masse
6	Elaboration d'une stratégie de communication

# Module Techniques et outils de marketing

## Semestre 1 Cours Introduction au marketing

<b>Section</b>	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
<b>Module</b>	Techniques et outils de marketing
<b>Semestre</b>	1
<b>Cours</b>	Introduction au marketing
<b>Crédits ECTS</b>	3
<b>Leçons par semaine</b>	3
<b>Travail individuel</b>	Max. 75 %
<b>Travail de groupe</b>	Min. 25 %
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	Français et anglais
<b>Évaluation du semestre</b>	Au moins deux tests et travaux (voir pondération ci-dessous)
<b>Pondération travaux</b>	Max. 1/3
<b>Pondération tests</b>	Min. 2/3
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Examen : épreuve écrite
<b>Support de cours</b>	Présentation PowerPoint, Documents de travail (textes), Séquences vidéo, Exercices
<b>Prérequis</b>	Néant
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
<b>1</b>	Maîtriser la terminologie de base du marketing en français et en anglais
<b>2</b>	Situer la place du marketing dans une organisation
<b>3</b>	Identifier les déterminants de la valeur perçue
<b>4</b>	Réaliser une analyse SWOT
<b>5</b>	Appliquer le modèle SOSTAC à un cas concret
<b>6</b>	Décrire un marché, le quantifier et identifier les acteurs en présence
<b>7</b>	Retracer le comportement du consommateur en intégrant des acquis de l'économie comportementale
<b>8</b>	Identifier la problématique d'une marque et formuler des objectifs
<b>Contenu du cours</b>	
<b>1</b>	Introduction : Découvrir le marketing, définition, rôle, acteurs, composante
<b>2</b>	La démarche marketing
<b>3</b>	Marketing d'études
<b>4</b>	L'analyse des acteurs
<b>5</b>	Etablir un diagnostic marketing
<b>6</b>	La formulation des objectifs



# Module Techniques et outils de marketing

## Semestre 1 Cours Techniques de présentation et de communication

<b>Section</b>	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
<b>Module</b>	Techniques et outils de marketing
<b>Semestre</b>	1
<b>Cours</b>	Techniques de présentation et de communication
<b>Crédits ECTS</b>	2
<b>Leçons par semaine</b>	2
<b>Travail individuel</b>	Min. 75%
<b>Travail de groupe</b>	Max. 25%
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	Français et anglais
<b>Évaluation du semestre</b>	Tests oraux (20 %) + 1 exposé avec support visuel (50 %) + rapport d'analyse des leçons (30 %)
<b>Pondération travaux</b>	80 %
<b>Pondération tests</b>	20 %
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Épreuve orale (présentation d'un exposé)
<b>Support de cours</b>	Documents écrits et audio-visuels ; conférenciers externes
<b>Prérequis</b>	Néant
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
<b>1</b>	Faire une présentation correcte du point de vue de la technique
<b>2</b>	Sélectionner le contenu adapté au sujet de la présentation
<b>3</b>	Faire une présentation correcte à la fois au niveau de l'expression verbale et non verbale
<b>4</b>	Adapter sa manière de communiquer en fonction du public cible
<b>5</b>	Prendre conscience de ses forces et de ses faiblesses dans la communication
<b>6</b>	S'organiser à l'intérieur d'un groupe
<b>7</b>	Utiliser les techniques de la programmation neurolinguistique dans ses transactions professionnelles
<b>8</b>	Organiser des réunions efficaces
<b>Contenu du cours</b>	
<b>1</b>	Comment se présenter en public et sur Internet ?
<b>2</b>	La présentation d'un exposé avec les moyens techniques adaptés
<b>3</b>	La conduite de réunion et le travail en groupe
<b>4</b>	La maîtrise de la technique de brainstorming et de <i>mindmapping</i> (en anglais)
<b>5</b>	La communication verbale et non verbale
<b>6</b>	La médiation
<b>7</b>	La programmation neurolinguistique
<b>8</b>	L'organisation de réunions

## Module Techniques et outils de marketing

Semestre 2 Cours Communication digitale

<b>Section</b>	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
<b>Module</b>	Techniques et outils de marketing
<b>Semestre</b>	2
<b>Cours</b>	Communication digitale
<b>Crédits ECTS</b>	2
<b>Leçons par semaine</b>	2
<b>Travail individuel</b>	Min. 50 %
<b>Travail de groupe</b>	Max. 50 %
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	Français et anglais
<b>Évaluation du semestre</b>	Au moins un test et travaux (voir pondération ci-dessous)
<b>Pondération travaux</b>	Max. 50 %
<b>Pondération tests</b>	Min. 50 %
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Examen : épreuve écrite
<b>Support de cours</b>	Présentation Powerpoint
<b>Prérequis</b>	Notions de base en marketing
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
1	Comprendre comment la communication digitale s'insère dans une stratégie globale de marketing
2	Détailler les spécificités du marketing digital par rapport au marketing traditionnel
3	Connaître le comportement du consommateur en ligne
4	Développer une stratégie de création de site web
5	Optimiser le référencement d'un site web
6	Communiquer à bon escient sur chaque réseau social
7	Combiner les différents réseaux sociaux en fonction des objectifs marketing
8	Utiliser les nouvelles technologies (p.ex. réalité augmentée) afin de moderniser le marketing
<b>Contenu du cours</b>	
1	Le paysage médiatique digital
2	Le comportement du consommateur en ligne
3	Le site web (en anglais)
4	Le référencement
5	Les réseaux sociaux
6	Étude de différents cas d'utilisation de nouvelles technologies

## Module Techniques et outils de marketing

Semestre 2 Cours Études de marché 1

<b>Section</b>	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
<b>Module</b>	Techniques et outils de marketing
<b>Semestre</b>	2
<b>Cours</b>	Études de marché 1
<b>Crédits ECTS</b>	2
<b>Leçons par semaine</b>	2
<b>Travail individuel</b>	Max. 50 %
<b>Travail de groupe</b>	Min. 50 %
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	Français et anglais
<b>Évaluation du semestre</b>	Au moins un test et travaux (voir pondération ci-dessous)
<b>Pondération travaux</b>	Max. 50 %
<b>Pondération tests</b>	Min. 50 %
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Examen : épreuve écrite
<b>Support de cours</b>	Syllabus ; Présentation PowerPoint
<b>Prérequis</b>	Néant
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
1	Maitriser la terminologie associée aux marchés
2	Se familiariser avec les terminologies utilisées dans le domaine des études de marché
3	Analyser un marché et les environnements d'une entreprise
4	Décrire un marché sur base d'indicateurs quantitatifs
5	Reconnaitre les différentes sources d'informations
6	Différencier entre les types d'enquêtes
7	Maitriser les techniques des études de marché
8	Présenter les résultats en groupe et devant un public
<b>Contenu du cours</b>	
1	<b>L'ANALYSE DES MARCHÉS ET DE LEURS ACTEURS</b>
2	Typologie et classification (en anglais)
3	Les marchés de l'entreprise (partenaires et environnements)
4	L'analyse de l'offre
5	L'analyse de la demande et la prévision des ventes
6	<b>INTRODUCTION AUX ÉTUDES DE MARCHÉ</b>
7	Objet et fonctions
8	Besoins en informations
9	Sources d'informations
10	Choix d'une démarche d'étude
11	Différents types d'enquêtes

## Module Techniques et outils de marketing

### Semestre 2 Cours Techniques de vente et de négociation

<b>Section</b>	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
<b>Module</b>	Techniques et outils de marketing
<b>Semestre</b>	2
<b>Cours</b>	Techniques de vente et de négociation
<b>Crédits ECTS</b>	2
<b>Leçons par semaine</b>	2
<b>Travail individuel</b>	Min. 50 %
<b>Travail de groupe</b>	Max. 50 %
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	Français et anglais
<b>Évaluation du semestre</b>	Un test et travaux (voir pondération ci-dessous)
<b>Pondération travaux</b>	Max. 50 % (dossier à préparer et à présenter)
<b>Pondération tests</b>	Min. 50 %
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Epreuve écrite
<b>Support de cours</b>	PowerPoint Prise de notes
<b>Prérequis</b>	Néant
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
<b>1</b>	Rechercher toutes les informations nécessaires à la vente du produit
<b>2</b>	Utiliser les informations au sujet du prospect en vue d'un premier contact prometteur
<b>3</b>	Accueillir le client d'une façon professionnelle
<b>4</b>	Utiliser des techniques de base afin d'éveiller l'attention et l'intérêt du prospect et de créer une relation de confiance
<b>5</b>	Détecter les besoins et motivations du client
<b>6</b>	Appliquer des techniques en vue de convaincre le prospect
<b>7</b>	Ecarter les objections
<b>8</b>	Reconnaître le bon moment pour conclure et de clôturer un entretien avec succès
<b>Contenu du cours</b>	
<b>1</b>	Les différentes formes de vente
<b>2</b>	L'évolution du contexte économique et l'adaptation des entreprises
<b>3</b>	Le contact avec le client
<b>4</b>	Les principales qualités requises d'un vendeur (en anglais)
<b>5</b>	Les techniques de questionnement, d'écoute et de silence
<b>6</b>	Les 4 "C" de la vente
<b>7</b>	La réponse aux objections et réclamations
<b>8</b>	L'art de conclure un entretien

## Module Techniques et outils de marketing

### Semestre 2 Cours Marketing stratégique et marketing opérationnel

<b>Section</b>	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
<b>Module</b>	Techniques et outils de marketing
<b>Semestre</b>	2
<b>Cours</b>	Marketing stratégique et marketing opérationnel
<b>Crédits ECTS</b>	4
<b>Leçons par semaine</b>	4
<b>Travail individuel</b>	Min. 75 %
<b>Travail de groupe</b>	Max. 25 %
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	Français et anglais
<b>Évaluation du semestre</b>	Au moins deux tests et travaux (voir pondération ci-dessous)
<b>Pondération travaux</b>	Max. 1/3
<b>Pondération tests</b>	Min. 2/3
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Examen : épreuve écrite
<b>Support de cours</b>	Présentation PowerPoint, Documents de travail (textes), Séquences vidéo, Exercices
<b>Prérequis</b>	Notions de base en marketing et en études de marché
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
1	Maîtriser la terminologie de base du marketing en français et en anglais
2	Distinguer entre les différentes étapes du marketing stratégique
3	Segmenter une population et analyser l'attractivité des différents segments
4	Déterminer les cibles et identifier des couples produit-marché
5	Reconnaître le lien entre positionnement d'une marque et les différents leviers du marketing-mix
6	Identifier et mettre en place des politiques commerciales cohérentes
7	Maîtriser différentes méthodes en vue de déterminer un prix
8	Identifier les canaux de distribution les mieux adaptés
9	Identifier les composants d'un merchandising efficace
<b>Contenu du cours</b>	
1	Segmentation et ciblage
2	Le positionnement
3	La politique de produit/service
4	La politique de prix
5	La politique de distribution (techniques, circuit et méthodes) (en anglais)

## Module Techniques et outils de marketing

Semestre 3 Cours Études de marché 2

<b>Section</b>	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
<b>Module</b>	Techniques et outils de marketing
<b>Semestre</b>	3
<b>Cours</b>	Études de marché 2
<b>Crédits ECTS</b>	2
<b>Leçons par semaine</b>	2
<b>Travail individuel</b>	Min. 25 %
<b>Travail de groupe</b>	Max. 75 %
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	Français et anglais
<b>Évaluation du semestre</b>	1 travail de recherche « Etude de marché » (en groupe) avec rédaction d'un dossier de synthèse complet. Evaluation de la partie « étude qualitative » et de la partie « étude quantitative » sur base du dossier remis
<b>Pondération travaux</b>	100 %
<b>Pondération tests</b>	0 %
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Examen : épreuve écrite
<b>Support de cours</b>	Syllabus ; Présentation ; PowerPoint
<b>Prérequis</b>	Notions de base en études de marché
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
<b>1</b>	Identifier et isoler les hypothèses de base à clarifier à l'aide d'une étude de marché
<b>2</b>	Choisir la méthode d'enquête la mieux adaptée au problème à résoudre
<b>3</b>	Planifier, organiser et effectuer toutes les tâches liées à une étude quantitative
<b>4</b>	Déterminer la taille d'un échantillon de sondage
<b>5</b>	Élaborer un questionnaire d'étude quantitative
<b>6</b>	Travailler avec un logiciel d'études de marchés
<b>7</b>	Élaborer un guide d'entretien à la base d'une étude qualitative
<b>8</b>	Exploiter et interpréter les résultats
<b>9</b>	Rédiger un rapport d'étude structuré
<b>10</b>	Présenter les résultats en groupe, devant un public
<b>Contenu du cours</b>	
<b>1</b>	<b>LES ÉTUDES QUALITATIVES</b>
<b>2</b>	Objectifs, spécificités et démarches
<b>3</b>	Techniques d'études qualitatives classiques, (entretien individuel, réunion de groupe)
<b>4</b>	Terminologie anglaise
<b>5</b>	<b>LES ÉTUDES QUANTITATIVES</b>
<b>6</b>	Détermination de l'échantillon
<b>7</b>	Elaboration du questionnaire
<b>8</b>	Méthodes d'enquêtes
<b>9</b>	Exploitation des résultats
<b>10</b>	Terminologie anglaise

## Module Techniques et outils de marketing

### Semestre 3 Cours Politiques, stratégies et tactiques du marketing

<b>Section</b>	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
<b>Module</b>	Techniques et outils de marketing
<b>Semestre</b>	3
<b>Cours</b>	Politiques, stratégies et tactiques du marketing
<b>Crédits ECTS</b>	2
<b>Leçons par semaine</b>	3
<b>Travail individuel</b>	Max. 75%
<b>Travail de groupe</b>	Min. 25%
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	Français et anglais
<b>Évaluation du semestre</b>	1 test et 2 présentations orales (1 en individuel et 1 en groupe) basées sur un travail de recherche
<b>Pondération travaux</b>	Max. 2/3
<b>Pondération tests</b>	Min. 1/3
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Examen : épreuve écrite
<b>Support de cours</b>	Syllabus élaboré par le titulaire ; Présentations PowerPoint des étudiants
<b>Prérequis</b>	Notions de base en marketing stratégique et opérationnel ; Techniques de présentation
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
	1 Recueillir un maximum d'informations sur une thématique marketing
	2 Traiter la pertinence de ces données pour n'en retenir que l'essentiel
	3 Analyser les stratégies mises en place par des entreprises
	4 Appliquer des concepts théoriques de marketing à des cas d'entreprises réelles
	5 Dégager une réflexion conceptuelle de grandes décisions prises en matière de stratégies marketing
	6 Produire un PowerPoint d'un niveau professionnel (textes, illustrations et créativité)
	7 Respecter des contraintes de présentation (délais, minutage, contenu, ...)
	8 S'exprimer de manière convaincante (débit, rythme, charisme, ...)
	9 Faire une présentation en anglais
<b>Contenu du cours</b>	
	1 Politiques marketing : analyse et prise de décisions au niveau de l'entreprise (ex : son marché, ses produits, ses clients, ses concurrents, sa croissance, ...)
	2 Stratégies marketing : ciblage spécifiques (ex : mkt ethnique, mkt adolescent, mkt gay, mkt tribal, gender mkt, senior mkt, ...) et techniques originales (ex : celebrity mkt, street mkt, green mkt, retro mkt, mkt polysensoriel, convenaient mkt, ambush mkt, marketing, ...)
	3 Tactiques marketing : échanges de vues sur des study case de marques (ex : Mr Propre, Ice Watch, Rosport Viva, Kiosk, Michel & Augustin, ...) et sur des approches pragmatiques du marché (ex : critères d'achat, évolution du client, besoins des consommateurs, ...)

## Module Techniques et outils de marketing

### Semestre 3 Cours Tactiques et stratégies de communication

<b>Section</b>	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
<b>Module</b>	Techniques et outils de marketing
<b>Semestre</b>	3
<b>Cours</b>	Tactiques et stratégies de communication
<b>Crédits ECTS</b>	2
<b>Leçons par semaine</b>	2
<b>Travail individuel</b>	Max. 75 %
<b>Travail de groupe</b>	Min. 25 %
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	Français et anglais
<b>Évaluation du semestre</b>	Au moins un test et travaux (voir pondération ci-dessous)
<b>Pondération travaux</b>	Max. 50 %
<b>Pondération tests</b>	Min. 50 %
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Examen : épreuve écrite
<b>Support de cours</b>	PowerPoint
<b>Prérequis</b>	Néant
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
1	Connaître les objectifs d'une campagne publicitaire (image, notoriété) et les différents outils y relatifs
2	Savoir réaliser un plan de communication
3	Être en mesure d'élaborer ou d'interpréter un brief agence
4	Comprendre les différents modèles de stratégie publicitaire
5	Connaître les principaux éléments constitutifs d'une publicité
6	Savoir élaborer un média planning sur base de critères quantitatifs et qualitatifs
7	Connaître le paysage médiatique luxembourgeois
8	Savoir calculer différents indicateurs de choix publicitaires
<b>Contenu du cours</b>	
1	<b>INTRODUCTION</b>
2	Le marché de la publicité
3	Définitions / terminologie anglaise
4	<b>STRATEGIE DE COMMUNICATION</b>
5	Intégration marketing – communication
6	Objectifs
7	Plan et budget de communication
8	La stratégie de communication au niveau global
9	<b>LANCEMENT D'UNE COMPAGNE PUBLICITAIRE : le brief agence</b>
10	Stratégie publicitaire (au niveau de la campagne spécifique)
11	Création et contenu de la campagne
12	Média et média planning
13	Mesure de l'efficacité d'une campagne



# Module Commerce international, économie et droit

# Module Commerce international, économie et droit

## Semestre 1 Cours Économie générale et actualité économique 1

<b>Section</b>	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
<b>Module</b>	Commerce international, économie et droit
<b>Semestre</b>	1
<b>Cours</b>	Économie générale et actualité économique 1
<b>Crédits ECTS</b>	2
<b>Leçons par semaine</b>	2
<b>Travail individuel</b>	Min. 75 %
<b>Travail de groupe</b>	Max. 25 %
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	Français et anglais
<b>Évaluation du semestre</b>	Au moins deux tests et travaux (voir pondération ci-dessous)
<b>Pondération travaux</b>	Max. 25 %
<b>Pondération tests</b>	Min. 75 %
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Examen : épreuve(s) écrite(s) et/ou orale(s)
<b>Support de cours</b>	« L'économie » ; Sophie LOISEAU, Renaud CHARTOIRE ; Éditions NATHAN ; Collection : Repères pratiques, numéro 14 ; ISBN-13 : 978-2091654591
<b>Prérequis</b>	Néant
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
<b>1</b>	S'exprimer dans un langage économique approprié et cohérent, aussi bien à l'écrit qu'à l'oral
<b>2</b>	Rechercher et exploiter une documentation économique (textes, graphiques, tableaux)
<b>3</b>	Repérer les idées principales d'un texte, retrouver les enchaînements d'idées et les argumentations, savoir utiliser ces informations afin de rédiger une synthèse
<b>4</b>	Se familiariser avec une situation particulière de l'économie luxembourgeoise (économie de petite taille, marché atypique du travail, place financière, etc.)
<b>5</b>	Décrire les principales écoles contemporaines d'économie politique (classiques, néo-classiques, keynésienne, monétaristes, etc.)
<b>6</b>	Expliquer et résumer les mécanismes économiques généraux par le biais d'illustrations
<b>7</b>	Maîtriser la terminologie technique en anglais
<b>Contenu du cours</b>	
<b>1</b>	<b>PARTIE I : LES FONDEMENTS DE L'ÉCONOMIE</b>
<b>2</b>	Généralités
<b>3</b>	Les principaux courants de pensée économique
<b>4</b>	Les agents économiques et leurs opérations
<b>5</b>	Le circuit économique (en anglais)
<b>6</b>	<b>PARTIE II : LES FONCTIONS ÉCONOMIQUES</b>
<b>7</b>	La production
<b>8</b>	La répartition
<b>9</b>	La consommation et l'épargne

## Module Commerce international, économie et droit

### Semestre 1 Cours Introduction générale au droit

<b>Section</b>	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
<b>Module</b>	Commerce international, économie et droit
<b>Semestre</b>	1
<b>Cours</b>	Introduction générale au droit
<b>Crédits ECTS</b>	2
<b>Leçons par semaine</b>	2
<b>Travail individuel</b>	Min. 75 %
<b>Travail de groupe</b>	Max. 25 %
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	Français et anglais
<b>Évaluation du semestre</b>	Au moins deux tests et travaux (voir pondération ci-dessous)
<b>Pondération travaux</b>	Max. 25 %
<b>Pondération tests</b>	Min. 75 %
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Examen : épreuve écrite
<b>Support de cours</b>	Cours élaboré par les titulaires du cours Extraits de codes, de lois et de règlements, du Mémorial, de jugements, de publications, etc.
<b>Prérequis</b>	Néant
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
1	S'exprimer dans un langage juridique approprié et cohérent, aussi bien à l'écrit qu'à l'oral
2	Rechercher et examiner une documentation juridique
3	Comprendre les principes de base du droit des contrats
4	Maîtriser les règles concernant les mécanismes contractuels
5	Connaître l'organisation judiciaire luxembourgeoise
6	Maîtriser la terminologie technique en anglais
<b>Contenu du cours</b>	
1	Généralités
2	Définition du droit
3	Divisions du droit
4	Sources du droit
5	Initiation au droit civil
6	Définition et objet
7	Contrats et les obligations
8	Organisation judiciaire
9	Terminologie technique (en Anglais)

## Module Commerce international, économie et droit

### Semestre 1 Cours Techniques du commerce international 1

<b>Section</b>	BTS - Gestionnaire en commerce et marketing
<b>Module</b>	Commerce international, économie et droit
<b>Semestre</b>	1
<b>Cours</b>	Techniques du commerce international 1
<b>Crédits ECTS</b>	3
<b>Leçons par semaine</b>	3
<b>Travail individuel</b>	100%
<b>Travail de groupe</b>	0%
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	Français ; Apprentissage du vocabulaire technique anglais
<b>Évaluation du semestre</b>	Au moins deux tests
<b>Pondération travaux</b>	0%
<b>Pondération tests</b>	100%
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Examen : épreuve écrite
<b>Support de cours</b>	Syllabus élaboré par les titulaires + Textes en français et en anglais
<b>Prérequis</b>	Néant
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
1	Comprendre les étapes de l'intégration économique et douanière européenne
2	Situer le Luxembourg dans le contexte de l'intégration européenne
3	Etudes de cas concrets d'intégration économique et douanière
4	Appliquer correctement la terminologie économique et douanière
5	Savoir calculer les indicateurs du commerce international
6	Savoir interpréter les indicateurs du commerce international
7	Etudes de cas concrets
8	Synthèse analytique
<b>Contenu du cours</b>	
1	Introduction
2	Exemples d'entreprises nationales du commerce extérieur (Cas concrets d'entreprises ayant leur centre d'intérêt économique au Luxembourg)
3	Aperçu statistique du commerce extérieur au Luxembourg
4	Les indicateurs du commerce international
5	Vocabulaire et glossaire du commerce international
6	Approche macroéconomique du Commerce Extérieur : Cas pratique du Grand-Duché du Luxembourg
7	Synthèse et conclusion

## Module Commerce international, économie et droit

### Semestre 2 Cours Droit du travail

<b>Section</b>	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
<b>Module</b>	Commerce international, économie et droit
<b>Semestre</b>	2
<b>Cours</b>	Droit du travail
<b>Crédits ECTS</b>	2
<b>Leçons par semaine</b>	2
<b>Travail individuel</b>	Min. 75 %
<b>Travail de groupe</b>	Max. 25 %
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	Français et anglais
<b>Évaluation du semestre</b>	Au moins deux tests et travaux (voir pondération ci-dessous)
<b>Pondération travaux</b>	Max. 25 %
<b>Pondération tests</b>	Min. 75 %
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Examen : épreuve(s) écrite(s) et/ou orale(s)
<b>Support de cours</b>	Cours élaboré par les titulaires du cours Extraits de codes, de lois et de règlements, du Mémorial, de jugements, de publications, etc.
<b>Prérequis</b>	Avoir suivi le cours DROAP1
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
<b>1</b>	Distinguer les différents types de contrats de travail
<b>2</b>	Rédiger et analyser un contrat de travail
<b>3</b>	Maîtriser les procédures et les conséquences du licenciement et de la démission
<b>4</b>	Connaître les causes de cessation du contrat
<b>5</b>	Maîtriser les principes régissant le travail intérimaire
<b>6</b>	Maîtriser la terminologie technique en anglais
<b>Contenu du cours</b>	
<b>1</b>	<b>GÉNÉRALITÉS</b>
<b>2</b>	<b>LE CONTRAT DE TRAVAIL</b>
<b>3</b>	Contrat de travail en général
<b>4</b>	Contrat de travail à durée déterminée
<b>5</b>	Travail à temps partiel
<b>6</b>	Résiliation du contrat de travail
<b>7</b>	Cessation du contrat de travail
<b>8</b>	<b>LE TRAVAIL INTERIMAIRE</b>
<b>9</b>	Réglementation du travail intérimaire
<b>10</b>	Prêt temporaire de main-d'œuvre
<b>11</b>	<b>ADMINISTRATIONS ET ORGANES</b>
<b>12</b>	Inspection du travail et des mines
<b>13</b>	Agence pour le développement de l'emploi (ADEM)
<b>14</b>	Terminologie technique (en anglais)

## Module Commerce international, économie et droit

### Semestre 2 Cours Économie générale et actualité économique 2

<b>Section</b>	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
<b>Module</b>	Commerce international, économie et droit
<b>Semestre</b>	2
<b>Cours</b>	Économie générale et actualité économique 2
<b>Crédits ECTS</b>	2
<b>Leçons par semaine</b>	2
<b>Travail individuel</b>	Min. 75 %
<b>Travail de groupe</b>	Max. 25 %
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	Français et anglais
<b>Évaluation du semestre</b>	Au moins deux tests et travaux (voir pondération ci-dessous)
<b>Pondération travaux</b>	Max. 25 %
<b>Pondération tests</b>	Min. 75 %
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Examen : écrite(s) et/ou orale(s)
<b>Support de cours</b>	« L'économie » ; Sophie LOISEAU, Renaud CHARTOIRE ; Éditions NATHAN ; Collection : Repères pratiques, numéro14 ; ISBN-13 : 978-2091654591
<b>Prérequis</b>	Avoir suivi le cours ACECO1
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
1	S'exprimer dans un langage économique approprié et cohérent, aussi bien à l'écrit qu'à l'oral
2	Rechercher et exploiter une documentation économique (textes, graphiques, tableaux)
3	Repérer les idées principales d'un texte, retrouver les enchaînements d'idées et les argumentations, savoir utiliser ces informations afin de rédiger une synthèse
4	Expliquer et résumer les mécanismes économiques généraux par le biais d'illustrations
5	Se familiariser avec la situation particulière de l'économie luxembourgeoise (économie de petite taille, marché atypique du travail, place financière, etc.)
6	Maîtriser la terminologie technique en anglais
<b>Contenu du cours</b>	
1	<b>PARTIE III : LE FINANCEMENT DE L'ÉCONOMIE</b>
2	La monnaie et sa création
3	L'inflation et ses conséquences
4	Le marché des capitaux et la bourse (en anglais)
5	<b>PARTIE IV : LA RÉGULATION DE L'ÉCONOMIE</b>
6	<b>LA RÉGULATION PAR LE MARCHÉ</b>
7	La formation du prix d'équilibre
8	Les limites de la régulation par le marché
9	<b>LA RÉGULATION PAR L'ÉTAT</b>
10	Les objectifs de l'intervention de l'État
11	Les politiques économiques
12	Les limites de la régulation par l'État

## Module Commerce international, économie et droit

### Semestre 2 Cours Techniques du commerce international 2

<b>Section</b>	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
<b>Module</b>	Commerce international, économie et droit
<b>Semestre</b>	2
<b>Cours</b>	Techniques du commerce international 2
<b>Crédits ECTS</b>	2
<b>Leçons par semaine</b>	2
<b>Travail individuel</b>	50%
<b>Travail de groupe</b>	50%
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	Français/Apprentissage du vocabulaire technique anglais
<b>Évaluation du semestre</b>	Au moins un test et travaux (voir pondération ci-dessous)
<b>Pondération travaux</b>	Max. 50%
<b>Pondération tests</b>	Min. 50%
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Examen : épreuve écrite
<b>Support de cours</b>	Syllabus élaboré par les titulaires, Travail de recherche
<b>Prérequis</b>	Néant
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
	1 Comprendre l'utilité d'une stratégie commerciale à l'international
	2 Caractériser les marchés cibles à l'export
	3 Déterminer une stratégie commerciale internationale optimale en fonction des marchés cibles à l'export
	4 Comprendre les choix logistiques liés à une stratégie commerciale à l'international
	5 Différencier les choix logistiques selon les modes de transport
	6 Comprendre les incoterms
	7 Appliquer les incoterms en fonction des pays cibles à l'export et à l'import
<b>Contenu du cours</b>	
	1 Les incoterms (en anglais)
	2 L'influence des incoterms sur l'offre des prix

## Module Commerce international, économie et droit

Semestre 3 Cours Droit de la concurrence et droit de la consommation

<b>Section</b>	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
<b>Module</b>	Commerce international, économie et droit
<b>Semestre</b>	3
<b>Cours</b>	Droit de la concurrence et droit de la consommation
<b>Crédits ECTS</b>	2
<b>Leçons par semaine</b>	2
<b>Travail individuel</b>	Max. 75 %
<b>Travail de groupe</b>	Min. 25 %
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	Français et anglais
<b>Évaluation du semestre</b>	Au moins deux tests et travaux (voir pondération ci-dessous)
<b>Pondération travaux</b>	Max. 1/3
<b>Pondération tests</b>	Min. 2/3
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Examen : épreuve écrite
<b>Support de cours</b>	Support de cours écrit (extrait du PowerPoint) Extraits de codes, lois, règlements, jugements et publications
<b>Prérequis</b>	Des connaissances de base du droit des contrats et du fonctionnement des tribunaux peuvent s'avérer utiles
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
<b>1</b>	Déterminer si des publications respectent le code de la concurrence
<b>2</b>	Indiquer les conditions de ventes en solde et sur trottoir
<b>3</b>	Distinguer les pratiques trompeuses en publicité
<b>4</b>	Mettre en évidence le contenu de l'obligation d'information qui pèse sur le vendeur professionnel
<b>5</b>	Pouvoir mettre en œuvre le droit à la garantie
<b>6</b>	Repérer les clauses abusives d'un contrat
<b>7</b>	Déceler les différentes situations de concurrence déloyale
<b>8</b>	Identifier les situations de pratiques commerciales réglementées ou interdites
<b>9</b>	Différencier concentration, entente et abus de position dominante (au niveau national et communautaire)
<b>10</b>	Respecter les exigences de la protection des données
<b>11</b>	Terminologie anglaise
<b>Contenu du cours</b>	
<b>1</b>	<b>DROIT DE LA CONCURRENCE</b>
<b>2</b>	Définitions, sources juridiques
<b>3</b>	Concurrence et pratiques commerciales
<b>4</b>	Concurrence et marché
<b>5</b>	<b>DROIT DE LA CONSOMMATION</b>
<b>6</b>	Généralités, définitions, sources juridiques
<b>7</b>	Informations des consommateurs et pratiques commerciales déloyales
<b>8</b>	Contrats conclus avec les consommateurs
<b>9</b>	Mise en œuvre du droit de la consommation
<b>10</b>	Règlement sur la protection des données



## Module Commerce international, économie et droit

### Semestre 3 Cours Économie générale et actualité économique 3

<b>Section</b>	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
<b>Module</b>	Commerce international, économie et droit
<b>Semestre</b>	3
<b>Cours</b>	Économie générale et actualité économique 3
<b>Crédits ECTS</b>	2
<b>Leçons par semaine</b>	2
<b>Travail individuel</b>	Min. 75 %
<b>Travail de groupe</b>	Max. 25 %
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	Français et anglais
<b>Évaluation du semestre</b>	Au moins deux tests et travaux (voir pondération ci-dessous)
<b>Pondération travaux</b>	Max. 25 %
<b>Pondération tests</b>	Min. 75 %
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Examen : épreuve(s) écrite(s) et/ou orale(s)
<b>Support de cours</b>	« L'économie » ; Sophie LOISEAU, Renaud CHARTOIRE ; Éditions NATHAN ; Collection : Repères pratiques, numéro 14 ; ISBN-13 : 978-2091654591
<b>Prérequis</b>	Avoir suivi les cours ACECO1 et ACECO2
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
<b>1</b>	S'exprimer dans un langage économique approprié et cohérent, aussi bien à l'écrit qu'à l'oral
<b>2</b>	Rechercher et exploiter une documentation économique (textes, graphiques, tableaux)
<b>3</b>	Repérer les idées principales d'un texte, retrouver les enchaînements d'idées et les argumentations, savoir utiliser ces informations afin de rédiger une synthèse
<b>4</b>	Se familiariser avec le contexte économique et financier international
<b>5</b>	Maîtriser la terminologie technique en anglais
<b>Contenu du cours</b>	
<b>1</b>	<b>PARTIE V : LES FONDEMENTS DES ÉCHANGES INTERNATIONAUX</b>
<b>2</b>	Le libre-échange
<b>3</b>	Le protectionnisme
<b>4</b>	<b>PARTIES VI : LA MESURE DES ÉCHANGES INTERNATIONAUX (en anglais)</b>
<b>5</b>	La balance des paiements
<b>6</b>	L'évolution du commerce international
<b>7</b>	<b>PARTIES VII : LA RÉGULATION DU COMMERCE INTERNATIONAL (en anglais)</b>
<b>8</b>	L'organisation mondiale du commerce
<b>9</b>	L'intégration économique régionale
<b>10</b>	<b>PARTIES VIII : LE MARCHÉ DES CHANGES</b>
<b>11</b>	Le marché des changes et le SMI
<b>12</b>	Les régimes de change
<b>13</b>	Les politiques de change

## Module Commerce international, économie et droit

### Semestre 3 Cours Pratiques du commerce international

<b>Section</b>	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
<b>Module</b>	Commerce international, économie et droit
<b>Semestre</b>	3
<b>Cours</b>	Pratiques du commerce international
<b>Crédits ECTS</b>	2
<b>Leçons par semaine</b>	2
<b>Travail individuel</b>	Max. 75 %
<b>Travail de groupe</b>	Min. 25 %
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	Français et anglais
<b>Évaluation du semestre</b>	Au moins un test et travaux (voir pondération ci-dessous)
<b>Pondération travaux</b>	Max. 50 %
<b>Pondération tests</b>	Min. 50 %
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Examen : épreuve écrite
<b>Support de cours</b>	Syllabus élaboré par les titulaires + Recueil d'exercices
<b>Prérequis</b>	Notions de techniques du commerce international
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
1	Choix d'Incoterms
2	Compréhension des chaînes logistiques
3	Application des principes de tarification maritime
4	Application des principes de tarification aérienne
5	Application des principes de tarification ferroviaire et terrestre
6	Application des procédures de dédouanement
7	Calculs des droits de douane, des droits d'accise et de la TVA
8	Réalisation d'offres de prix en fonction des choix logistiques
<b>Contenu du cours</b>	
1	Les incoterms : la cotation export
2	Le transport maritime : principes de tarification
3	Le transport aérien : principes de tarification
4	Le transport ferroviaire : principes de tarification
5	Exercices
6	Cas pratiques d'opérations douanières
7	Exercices de synthèse

## Module Commerce international, économie et droit

### Semestre 3 Cours Techniques du commerce international 3

<b>Section</b>	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
<b>Module</b>	Commerce international, économie et droit
<b>Semestre</b>	3
<b>Cours</b>	Techniques du commerce international 3
<b>Crédits ECTS</b>	3
<b>Leçons par semaine</b>	3
<b>Travail individuel</b>	100%
<b>Travail de groupe</b>	0%
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	Français/Apprentissage du vocabulaire technique anglais des modes de transport multimodaux et maritimes et des techniques douanières
<b>Evaluation du semestre</b>	Au moins deux tests
<b>Pondération travaux</b>	0%
<b>Pondération tests</b>	100%
<b>Evaluation épreuve supplémentaire</b>	Examen : épreuve écrite
<b>Support de cours</b>	Syllabus élaboré par le titulaire + Recueil d'exercices
<b>Prérequis</b>	Néant
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
1	Connaissance du contexte maritime international et national
2	Connaissance du contexte aérien international et national
3	Connaissance du contexte ferroviaire et routier européen et national
4	Connaissance des procédures techniques de dédouanement et de leur application concrète en U-E et hors U-E
5	Prise de conscience de la complexité des chaînes de transport logistiques internationales
<b>Contenu du cours</b>	
1	Les Incoterms : répartition des coûts et des risques
2	Les transports internationaux
3	Le transport maritime
4	Le transport aérien
5	Le transport ferroviaire
6	L'Administration des douanes et accises et la déclaration en douane
7	La destination douanière
8	La réalisation des opérations de dédouanement

# Module Techniques et outils de gestion

## Module Techniques et outils de gestion

### Semestre 1 Cours Entrepreneuriat 1

<b>Section</b>	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
<b>Module</b>	Techniques et outils de gestion
<b>Semestre</b>	1
<b>Cours</b>	Entrepreneuriat 1
<b>Crédits ECTS</b>	2
<b>Leçons par semaine</b>	2
<b>Travail individuel</b>	Min. 50 %
<b>Travail de groupe</b>	Max. 50 %
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	Français et anglais
<b>Evaluation du semestre</b>	Au moins un test et travaux (voir pondération ci-dessous)
<b>Pondération travaux</b>	Min. 50 %
<b>Pondération tests</b>	Max. 50 %
<b>Evaluation épreuve supplémentaire</b>	Epreuve écrite portant sur la partie théorique
<b>Support de cours</b>	Syllabus distribué par le titulaire
<b>Prérequis</b>	Aucun
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
1	Reconnaître l'importance de la gestion de projets dans les organisations contemporaines et identifier les facteurs clés de succès d'un projet ;
2	Identifier les parties prenantes ainsi que leurs intérêts et rôles respectifs et faire une analyse des risques
3	Définir les objectifs du projet, faire un découpage, affecter les tâches, le planifier dans le temps et le piloter
4	Savoir prendre des initiatives et faire preuve d'imagination pour trouver des solutions aux problèmes
5	Savoir travailler en équipe et aborder les conflits de manière constructive
6	Analyser son propre mode comportemental et comprendre celui des autres
7	Améliorer ses modes de communication (verbale et non-verbale) en respect des autres
8	Adapter sa demande de stage/d'emploi par rapport à l'offre et par rapport à sa personnalité
9	Bien préparer un entretien d'embauche
10	Savoir conduire une réunion
11	Intervenir positivement dans un groupe, être à l'écoute et vouloir résoudre des conflits
12	Gérer le stress
<b>Contenu du cours</b>	
1	<b>INTRODUCTION À LA GESTION DE PROJET</b>
2	Le cahier des charges d'un projet
3	Les intervenants au projet
4	Les activités de gestion de projet
5	L'organisation et le séquençement des tâches
6	Le pilotage du projet
7	<b>COMPÉTENCES SOCIALES</b>
8	Le bilan personnel et professionnel
9	La demande d'emploi/de stage et l'entretien d'embauche
10	La communication verbale et non-verbale
11	La gestion du stress

## Module Techniques et outils de gestion

### Semestre 1 Cours Mathématiques commerciales

<b>Section</b>	BTS - Gestionnaire en commerce et marketing
<b>Module</b>	Techniques et outils de gestion
<b>Semestre</b>	1
<b>Cours</b>	Mathématiques commerciales
<b>Crédits ECTS</b>	2
<b>Leçons par semaine</b>	2
<b>Travail individuel</b>	100 %
<b>Travail de groupe</b>	0%
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	Français et anglais (terminologie)
<b>Évaluation du semestre</b>	Au moins deux tests et travaux (voir pondération ci-dessous)
<b>Pondération travaux</b>	Max. 25 %
<b>Pondération tests</b>	Min. 75 %
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Examen : épreuve écrite
<b>Support de cours</b>	Support de cours élaboré par les titulaires du cours
<b>Prérequis</b>	Connaissances de base en algèbre
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
1	Faire des calculs commerciaux simples (calcul de pourcentages)
2	Calculer des coûts et des marges
3	Calculer des prix en tenant compte des coûts, des marges et de la TVA
4	Déterminer le seuil de rentabilité
5	Calculer les intérêts (intérêts simples et intérêts composés)
6	Calculer la valeur actuelle d'un capital ou d'un flux de capitaux
7	Calculer la valeur acquise par un capital ou par un flux de capitaux
8	Déterminer la rentabilité d'un investissement
9	Etablir le tableau d'amortissement d'un emprunt indivis
<b>Contenu du cours</b>	
1	Calculs de pourcentages
2	Calculs de coûts, de marges et de prix
3	Détermination du seuil de rentabilité
4	Les bases de calcul des intérêts simples et des intérêts composés
5	Valeur actuelle et valeur acquise
6	Rentabilité d'un investissement
7	Emprunt indivis

## Module Techniques et outils de gestion

### Semestre 1 Cours Cadre fiscal luxembourgeois

<b>Section</b>	BTS - Gestionnaire en commerce et marketing
<b>Module</b>	Techniques et outils de gestion
<b>Semestre</b>	1
<b>Cours</b>	Cadre fiscal luxembourgeois
<b>Crédits ECTS</b>	3
<b>Leçons par semaine</b>	3
<b>Travail individuel</b>	Min. 75 %
<b>Travail de groupe</b>	Max. 25 %
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	Français et anglais
<b>Évaluation du semestre</b>	Au moins trois tests
<b>Pondération travaux</b>	0%
<b>Pondération tests</b>	100%
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Examen : épreuve écrite
<b>Support de cours</b>	Syllabus élaboré par les titulaires + Recueil d'exercices
<b>Prérequis</b>	Néant
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
1	Situer la fiscalité dans le contexte du budget de l'Etat
2	Calculer l'impôt suivant barème et l'impôt dû
3	Etablir un décompte d'impôt
4	Sur base du décompte, calculer les avances d'impôts
5	Calculer les différents abattements
6	Remplir une déclaration pour l'impôt sur le revenu des personnes physiques (simple) : modèle 100
7	Remplir l'annexe « Revenu de la location de propriétés bâties » (modèle 190)
8	Détailler les différents éléments relatifs à l'imposition des collectivités
9	Calculer la TVA due
<b>Contenu du cours</b>	
1	Les principaux impôts luxembourgeois
2	L'impôt sur le revenu des personnes physiques
3	L'impôt sur le revenu des collectivités
4	La TVA (en anglais)

# Module Techniques et outils de gestion

## Semestre 1 Cours TIC 1 : L'environnement du PC et le traitement du texte

Section	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
Module	Techniques et outils de gestion
Semestre	1
Cours	TIC 1 : L'environnement du PC et le traitement du texte
Crédits ECTS	3
Leçons par semaine	3
Travail individuel	100 %
Travail de groupe	0 %
Langue(s) d'enseignement	Français (langue véhiculaire) et anglais (logiciels)
Évaluation du semestre	Au moins un test (épreuve(s) sur ordinateur) et travaux (voir pondération ci-dessous)
Pondération travaux	Max. 25 %
Pondération tests	Min. 75 %
Évaluation épreuve supplémentaire	Une épreuve sur ordinateur
Support de cours	Cours ; Système d'aide (du logiciel, en ligne) ; Accès aux sources publiques, p.ex. sur YouTube
Prérequis	Avoir un minimum de connaissances sur la manipulation des fonctionnalités de base d'un ordinateur
Acquis d'apprentissage visés	
1	Travailler de manière performante et efficace avec les outils informatiques
2	Savoir utiliser rationnellement des techniques de recherche dans l'Internet
3	Créer des illustrations de type dessin et image, organigramme, qui serviront à renforcer la communication
4	Réaliser des présentations multimédias combinant des textes, des éléments graphiques, audio et vidéo, pour une réunion, une conférence, un stand d'information, etc.
5	Recourir de façon professionnelle aux fonctions avancées d'un traitement de texte
6	Insérer les données provenant d'autres sources dans un document-texte
7	Comprendre et définir la structure d'un document
8	Réviser un document en faisant appel aux fonctions offertes par les logiciels
9	Mettre en page un long document
10	Manipuler des documents en format PDF
Contenu du cours	
1	<b>OUTILS ET TECHNIQUES USUELS</b>
2	Compression de fichiers
3	Applications portables
4	<b>PRÉSENTATION ASSISTÉE PAR ORDINATEUR</b>
5	Slide Master, hyperliens, transitions, animations
6	Insertion d'images, de tableaux, de fichiers, graphiques, organigrammes
7	<b>TRAVAILLER UN DOCUMENT EN FORMAT PDF</b>
8	Combiner différents documents ; Organiser les pages
9	Commenter un document ; Sécuriser un document
10	Développer un formulaire et récupérer les données des formulaires complétés
11	<b>FONCTIONS AVANCÉES D'UN TRAITEMENT DE TEXTE</b>
12	Révision des bases supposées connues : formatage de la page (page setup); formatage des caractères ; formatage des paragraphes ; bordures ; insertion d'illustration, d'image, de texte box
13	Structure du document : sections, entêtes et pieds de page courants, saut de page forcé, colonnes, numérotation des pages
14	Feuille de styles : caractères, paragraphes
15	Table des matières, tables basées sur des étiquettes créées, index
16	Manipulation d'objets
17	Révision d'un document : FIND, REPLACE, commentaire, track changes, vérificateur d'orthographe/grammaire, autocorrect, synonymes
18	Tableaux : conversion, mise en page
19	Listes : puces, numéro, liste hiérarchisée
20	Références : footnote, endnote, renvoi dans le texte, bookmark, bibliographie
21	Publipostage : source des données, FILL IN, ASK, SET, REF, IF, IF imbriqué, formula, variables (date actuelle, page, ...)
22	Master document, modèle
23	<b>EXPORT/IMPRESSION DU DOCUMENT</b>



## Module Techniques et outils de gestion

### Semestre 2 Cours Entrepreneuriat 2

Section	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
Module	Techniques et outils de gestion
Semestre	2
Cours	Entrepreneuriat 2
Crédits ECTS	2
Leçons par semaine	2
Travail individuel	Min. 50 %
Travail de groupe	Max. 50 %
Langue(s) d'enseignement	English and French
Evaluation du semestre	1 written test and at least 1 report/research project
Pondération travaux	Min. 50 %
Pondération tests	Max. 50 %
Evaluation épreuve supplémentaire	Written test
Support de cours	Syllabus developed by the teacher; Online tools; Online platforms and webinars
Prérequis	None
Acquis d'apprentissage visés	
1	Understand social entrepreneurship and legal forms of social enterprises in Luxembourg and in Europe
2	Understand alignment of business with sustainable development goals
3	Use design thinking tools to develop creative solutions: social business model canvas, stakeholders map, double diamond model, JTBD (jobs to be done) canvas, ...
4	Collaborate with the team and divide the roles according to competences
5	Develop convergent and divergent thinking skills (collecting and analysing data)
6	Develop research skills allowing to define customer needs
7	Understand the new technologies and ideas that are shaping the future
8	Use change management tools
Contenu du cours	
1	Social entrepreneurship: principles and case studies
2	Legal issues, actors, challenges
3	Societal and environmental issues
4	Social enterprise: creation step by step
5	Business sustainability and new business models with societal impact
6	Basics of trend analysis
7	New technologies analysis (AI, Virtual reality, smart city, edtech, ...)
8	Managing innovation/change management

## Module Techniques et outils de gestion

### Semestre 2 Cours Analyse des comptes annuels

<b>Section</b>	BTS - Gestionnaire en commerce et marketing
<b>Module</b>	Techniques et outils de gestion
<b>Semestre</b>	2
<b>Cours</b>	Analyse des comptes annuels
<b>Crédits ECTS</b>	2
<b>Leçons par semaine</b>	2
<b>Travail individuel</b>	100%
<b>Travail de groupe</b>	0%
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	Français et anglais
<b>Évaluation du semestre</b>	Au moins deux tests
<b>Pondération travaux</b>	0%
<b>Pondération tests</b>	100%
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Examen : épreuve écrite
<b>Support de cours</b>	Syllabus élaboré par les titulaires + Recueil d'exercices
<b>Prérequis</b>	Néant
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
	1 Appliquer les grands principes comptables (en anglais)
	2 Etablir un bilan et un compte de profits et pertes
	3 Situer l'impact des différentes opérations commerciales sur le bilan et le compte de profits et pertes
	4 Distinguer entre impact sur la rentabilité et impact sur la liquidité
	5 Interpréter les comptes annuels et se prononcer sur la situation financière d'une entreprise
<b>Contenu du cours</b>	
	1 Lecture et analyse des comptes annuels
	2 Le bilan
	3 Le compte de résultat

## Module Techniques et outils de gestion

### Semestre 2 Cours Technologies multimédia

<b>Section</b>	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
<b>Module</b>	Techniques et outils de gestion
<b>Semestre</b>	2
<b>Cours</b>	Technologies multimédia
<b>Crédits ECTS</b>	2
<b>Leçons par semaine</b>	3
<b>Travail individuel</b>	100%
<b>Travail de groupe</b>	0%
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	Français (langue véhiculaire) et anglais (logiciels)
<b>Évaluation du semestre</b>	Au moins un test (épreuve(s) sur ordinateur) et travaux (voir pondération ci-dessous)
<b>Pondération travaux</b>	Max. 25%
<b>Pondération tests</b>	Min. 75%
<b>Evaluation épreuve supplémentaire</b>	Une épreuve sur ordinateur
<b>Support de cours</b>	Cours Système d'aide (du logiciel, en ligne) Accès aux sources publiques, p.ex. sur YouTube
<b>Prérequis</b>	Néant
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
<b>1</b>	Travailler de manière performante et efficace avec les outils informatiques
<b>2</b>	Retoucher des images
<b>3</b>	Extraire des éléments d'image
<b>4</b>	Préparer des images pour les rendre accessibles à d'autres types de logiciels
<b>5</b>	Réaliser des photocompositions
<b>6</b>	Réaliser un montage vidéo
<b>7</b>	Créer un site Web et le mettre en ligne
<b>8</b>	Recourir de façon professionnelle aux fonctionnalités des logiciels
<b>Contenu du cours</b>	
<b>1</b>	<b>TRAITEMENT DES IMAGES</b>
<b>2</b>	Les concepts de base d'une image digitale
<b>3</b>	Le réglage de qualité d'une image et son redimensionnement
<b>4</b>	Le redressement et le cadrage d'image
<b>5</b>	Les outils de sélection
<b>6</b>	Le détourage d'objets complexes
<b>7</b>	L'utilisation des couleurs
<b>8</b>	Le trucage d'images
<b>9</b>	L'utilisation de calques et les masques de calques
<b>10</b>	Les différents formats d'enregistrement
<b>11</b>	L'utilisation de filtres
<b>12</b>	L'ajout de texte et de formes
<b>13</b>	La création de composition
<b>14</b>	<b>REALISATION D'UN MONTAGE VIDEO</b>
<b>15</b>	Conception d'un scénario de tournage
<b>16</b>	Le montage et la sonorisation
<b>17</b>	L'ajout d'une voix off
<b>18</b>	L'édition (DVD, site web)
<b>19</b>	<b>INITIATION À LA CRÉATION ET À LA GESTION DE SITE WEB</b>
<b>20</b>	La création de site
<b>21</b>	La mise en page
<b>22</b>	L'intégration de formulaire
<b>23</b>	La mise en ligne

## Module Techniques et outils de gestion

### Semestre 2 Cours TIC2 : Le tableur

<b>Section</b>	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
<b>Module</b>	Techniques et outils de gestion
<b>Semestre</b>	2
<b>Cours</b>	TIC2 : Le tableur
<b>Crédits ECTS</b>	3
<b>Leçons par semaine</b>	3
<b>Travail individuel</b>	100 %
<b>Travail de groupe</b>	0 %
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	Français (langue véhiculaire) et anglais (logiciels)
<b>Évaluation du semestre</b>	Au moins un test (épreuve(s) sur ordinateur) et travaux (voir pondération ci-dessous)
<b>Pondération travaux</b>	Max. 25 %
<b>Pondération tests</b>	Min. 75 %
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Une épreuve sur ordinateur
<b>Support de cours</b>	Cours ; Système d'aide (du logiciel, en ligne) ; Accès aux sources publiques, p.ex. sur YouTube
<b>Prérequis</b>	Avoir un minimum de connaissances sur la manipulation des fonctionnalités de base d'un ordinateur personnel
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
<b>1</b>	Travailler de manière performante, efficace et structuré avec les outils informatiques
<b>2</b>	Utiliser rationnellement des techniques de recherche dans l'Internet
<b>3</b>	Importer et exporter/imprimer les données
<b>4</b>	Utiliser le tableur pour réaliser selon les règles de l'art des tableaux structurés et formatés
<b>5</b>	Recourir de façon professionnelle aux fonctions avancées d'un tableur
<b>6</b>	Utiliser le tableur pour réaliser selon les règles de l'art des graphiques
<b>7</b>	Manipuler des données sous forme de listes
<b>8</b>	Se servir de façon professionnelle des tableaux croisés dynamiques
<b>9</b>	Lier et consolider des données de différentes sources
<b>10</b>	Réaliser des macros par enregistrement
<b>11</b>	Protéger les données
<b>12</b>	Réviser un document en faisant appel aux fonctions offertes par les logiciels
<b>Contenu du cours</b>	
<b>1</b>	Révision des bases supposées connues : Adresses des cellules, des plages ; adressages simples ; formatage ; priorité des opérateurs (transcription de formules complexes) y compris exposant et $\sqrt[n]{x} = x^{\frac{1}{n}}$ ; séries ; tri ; fonctions simples : SUM, AVERAGE, COUNT, COUNTA, COUNTBLANK
<b>2</b>	Alternatives simples et imbriquées, opérateurs logiques
<b>3</b>	Fonctions d'agrégation : COUNTIF(S), COUNTBLANK, SUMIF(S), AVERAGEIF(S), etc.
<b>4</b>	Fonctions imbriquées
<b>5</b>	Fonctions texte (y compris FIND, SEARCH)
<b>6</b>	Fonctions date et heure
<b>7</b>	Fonction de recherche (INDEX MATCH de tout type [0, 1, -1]) simple et à double entrée
<b>8</b>	Fonctions supplémentaires : MOD, QUOTIENT, ISBLANK, ISNUMBER, ISTEXT, ISNA, ...
<b>9</b>	Formatage conditionnel, validation des données
<b>10</b>	Protections à différents niveaux
<b>11</b>	Graphiques
<b>12</b>	Importation / exportation des données
<b>13</b>	Révision et traitement des données (enlever doublons, transposer des données, filtres, etc.)
<b>14</b>	Liens dynamiques (entre feuilles de calculs et entre fichiers)
<b>15</b>	Tableaux croisés dynamiques
<b>16</b>	Macros à enregistrer
<b>17</b>	Optimisations par solver

## Module Techniques et outils de gestion

### Semestre 3 Cours Entrepreneuriat 3

Section	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
Module	Techniques et outils de gestion
Semestre	3
Cours	Entrepreneuriat 3
Crédits ECTS	2
Leçons par semaine	2
Travail individuel	Min. 50 %
Travail de groupe	Max. 50 %
Langue(s) d'enseignement	Français et anglais
Evaluation du semestre	1 test sur les aspects juridiques de la création d'entreprise et 1 test sur la planification financière Travail en groupe : Elaboration d'un plan d'affaires
Pondération travaux	Min. 50 %
Pondération tests	Max. 50 %
Evaluation épreuve supplémentaire	Epreuve écrite portant sur la partie théorique
Support de cours	Syllabus distribué par le titulaire
Prérequis	Connaissances de base en gestion de projet
Acquis d'apprentissage visés	
1	Travailler en équipe afin de concrétiser une idée commerciale
2	Choisir la forme juridique la plus appropriée
3	Décrire un marché ainsi que les chances et les risques liés à une idée commerciale
4	Développer une stratégie commerciale
5	Faire des choix judicieux en vue de mettre en place une bonne organisation interne
6	Traduire les choix commerciaux et organisationnels en chiffres
7	Faire une estimation du chiffre d'affaires et du seuil de rentabilité
8	Présenter un compte de résultat prévisionnel et un tableau de financement sur 2 ans
9	Rédiger un plan d'affaires
10	Présenter une idée commerciale et un plan d'affaires devant un jury
Contenu du cours	
1	Le contexte actuel de l'entrepreneuriat et de la création d'entreprise au Luxembourg
2	Les aspects juridiques de la création d'entreprise au Luxembourg
3	L'itinéraire de créateur
4	Le plan d'affaires
5	Les aspects financiers

## Module Techniques et outils de gestion

### Semestre 3 Cours Statistiques

<b>Section</b>	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
<b>Module</b>	Techniques et outils de gestion
<b>Semestre</b>	3
<b>Cours</b>	Statistiques
<b>Crédits ECTS</b>	2
<b>Leçons par semaine</b>	2
<b>Travail individuel</b>	Min. 75 %
<b>Travail de groupe</b>	Max. 25 %
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	Français et anglais
<b>Evaluation du semestre</b>	Au moins un test et travaux (voir pondération ci-dessous)
<b>Pondération travaux</b>	Max. 50 %
<b>Pondération tests</b>	Min. 50 %
<b>Evaluation épreuve supplémentaire</b>	Épreuve réalisée sur ordinateur
<b>Support de cours</b>	Support de cours élaboré par les titulaires du cours
<b>Prérequis</b>	Notions de tableur
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
	1 Mettre en œuvre les techniques statistiques descriptives nécessaires au traitement et à l'analyse des données commerciales
	2 Interpréter les résultats
	3 Savoir rassembler les informations
	4 Utiliser les outils informatiques pour réaliser tableaux et graphiques
<b>Contenu du cours</b>	
	<b>1 SÉRIES STATISTIQUES SIMPLES</b>
	2 Observation et présentation des séries
	3 Tableaux et graphiques
	4 Paramètres de position
	5 Paramètres de dispersion
	<b>6 SÉRIES STATISTIQUES DOUBLES</b>
	7 Étude de corrélation
	<b>8 SÉRIES CHRONOLOGIQUES</b>
	9 Observation et présentation des résultats
	10 Estimation de la tendance, des indices saisonniers, des variations cycliques et irrégulières
	11 Prévisions
	<b>12 INFÉRENCE STATISTIQUE</b>
	13 Séries statistiques simples
	14 Observation et présentation des séries
	15 Tableaux et graphiques
	16 Paramètres de position
	17 Paramètres de dispersion
	18 Séries statistiques doubles
	19 Étude de corrélation
	20 Séries chronologiques
	21 Observation et présentation des résultats
	22 Estimation de la tendance, des indices saisonniers, des variations cycliques et irrégulières
	23 Prévisions (en Anglais)

## Module Techniques et outils de gestion

### Semestre 3 Cours Publication assistée par ordinateur

<b>Section</b>	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
<b>Module</b>	Techniques et outils de gestion
<b>Semestre</b>	2
<b>Cours</b>	Publication assistée par ordinateur
<b>Crédits ECTS</b>	2
<b>Leçons par semaine</b>	2
<b>Travail individuel</b>	100%
<b>Travail de groupe</b>	0%
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	Français (langue véhiculaire) et anglais (logiciels)
<b>Évaluation du semestre</b>	Au moins un test (épreuve(s) sur ordinateur) et travaux (voir pondération ci-dessous)
<b>Pondération travaux</b>	Max. 25%
<b>Pondération tests</b>	Min. 75%
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Épreuve sur ordinateur
<b>Support de cours</b>	Cours Système d'aide (du logiciel, en ligne) Accès aux sources publiques, p.ex. sur YouTube
<b>Prérequis</b>	Avoir des notions de traitement de texte.
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
<b>1</b>	Travailler de manière performante et efficace avec les outils informatiques
<b>2</b>	Structurer un document
<b>3</b>	Insérer des objets provenant d'autres sources
<b>4</b>	Gérer la disposition des blocs
<b>5</b>	Mettre en forme des documents simples
<b>6</b>	Recourir de façon professionnelle aux fonctionnalités du logiciel
<b>Contenu du cours</b>	
<b>1</b>	<b>Introduction à l'utilisation d'un logiciel de PAO</b>
<b>2</b>	L'interface
<b>3</b>	Les principes du fonctionnement par blocs
<b>4</b>	Les différents types de blocs
<b>5</b>	La conversion de la forme des objets
<b>6</b>	Les points de référence
<b>7</b>	Les blocs texte (importation, colonnes, retrait, chaînage)
<b>8</b>	Les blocs image (importation, ajustement)
<b>9</b>	Mise en page des blocs texte (retrait, couleur, caractères, paragraphes, justifications verticale et horizontale, césure, encombrement)
<b>10</b>	Les habillages
<b>11</b>	Les tableaux
<b>12</b>	La disposition des blocs
<b>13</b>	Les effets sur un objet

## Module Techniques et outils de gestion

### Semestre 3 Cours TIC 3 : Les bases de données

<b>Section</b>	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
<b>Module</b>	Techniques et outils de gestion
<b>Semestre</b>	3
<b>Cours</b>	TIC 3 : Les bases de données
<b>Crédits ECTS</b>	3
<b>Leçons par semaine</b>	3
<b>Travail individuel</b>	100 %
<b>Travail de groupe</b>	0 %
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	Français (langue véhiculaire) et anglais (logiciels)
<b>Évaluation du semestre</b>	Au moins un test (épreuve(s) sur ordinateur) et travaux (voir pondération ci-dessous)
<b>Pondération travaux</b>	Max. 25 %
<b>Pondération tests</b>	Min. 75 %
<b>Evaluation épreuve supplémentaire</b>	Une épreuve sur ordinateur
<b>Support de cours</b>	Cours ; Système d'aide (du logiciel, en ligne) ; Accès aux sources publiques, p.ex. sur YouTube
<b>Prérequis</b>	Avoir un minimum de connaissances sur la manipulation des fonctionnalités de base d'un ordinateur personnel.
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
<b>1</b>	Travailler de manière performante, efficace et structuré avec les outils informatiques
<b>2</b>	Utiliser rationnellement des techniques de recherche dans l'Internet
<b>3</b>	Modéliser selon la méthode UML un système d'information
<b>4</b>	Utiliser un outil de gestion de base de données pour mettre en place, selon les règles de l'art, un système de gestion de base de données complexe
<b>5</b>	Définir et réaliser la structuration de la base de données en tables
<b>6</b>	Réaliser la description des tables
<b>7</b>	Déterminer et mettre en place les liens nécessaires entre tables
<b>8</b>	Formuler des requêtes de sélection et de manipulation des données
<b>9</b>	Développer et réaliser des formulaires permettant l'accès facile à la base de données
<b>10</b>	Développer et réaliser des rapports permettant la présentation des données, notamment pour l'impression
<b>11</b>	Utiliser de façon performante et à bon escient les outils de bureautique
<b>Contenu du cours</b>	
<b>1</b>	<b>PRINCIPES DE MODÉLISATION D'UN SYSTÈME D'INFORMATION SIMPLE</b>
<b>2</b>	Création de modèles conceptuels des données (MCD) : Classes, Attributs, Identifiants, Associations, Multiplicités
<b>3</b>	Passage d'un MCD vers un modèle logique des données ; règles de transformation
<b>5</b>	<b>PRINCIPES DE BASE DE LA CONCEPTION D'UNE BASE DE DONNÉES</b>
<b>6</b>	Création de tables et des relations liant les tables entre elles
<b>7</b>	Saisie de données formatées, validées, utilisation de contrôles
<b>9</b>	Création de requêtes mono-tables et multi-tables, intégration des différents éléments dans un menu
<b>10</b>	Élaboration de formulaires et d'états (rapports)
<b>12</b>	<b>FONCTIONS ÉVOLUÉES D'UN SYSTÈME DE GESTION DE BASE DE DONNÉES</b>
<b>13</b>	Les sous-formulaires ; les sous-rapports ; les macros ; la navigation
<b>17</b>	<b>CRÉATION ET MISE EN PLACE D'UNE APPLICATION COMPLEXE</b>



# Module Langues

## Module Langues

### Semestre 1 Cours Anglais 1 : Advanced

<b>Section</b>	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
<b>Module</b>	Langues
<b>Semestre</b>	1
<b>Cours</b>	Anglais 1 : Advanced
<b>Crédits ECTS</b>	3
<b>Leçons par semaine</b>	3
<b>Travail individuel</b>	90 %
<b>Travail de groupe</b>	10 %
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	English
<b>Évaluation du semestre</b>	Au moins deux tests et travaux (voir pondération ci-dessous)
<b>Pondération travaux</b>	Max. 10 %
<b>Pondération tests</b>	Min. 90 %
<b>Evaluation épreuve supplémentaire</b>	Examen : épreuve écrite
<b>Support de cours</b>	Market Leader Advanced Business English Course Book (3rd Edition) Iwonna Dubicka and Margaret O'Keeffe (Pearson Longman) Student's Book (ISBN 978-1408237038) or newer edition (once available) or equivalent publication from an alternative editor (if necessary)
<b>Prérequis</b>	Néant
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
<b>1</b>	Understanding, analyzing and discussing topic-based reading texts Communicating effectively by speaking fluently in a variety of contexts such as interviews, meetings, presentations, telephoning...etc. Using language accurately in relation to organization
<b>2</b>	Comprehending a selection of current issues with reference to the business world
<b>3</b>	Mastering diverse writing tasks (reports, minutes, formal and informal e-mails and business correspondence)
<b>4</b>	Preparing and delivering effective oral presentations (enhancing multiple presentation skills, concentrating on verbal and non-verbal communication, creating concise yet informative handouts and elaborating clear and impressive digital slides)
<b>Contenu du cours</b>	
<b>1</b>	Module 1 : First Impressions (unit 1)
<b>2</b>	Language work: Adverbs
<b>3</b>	Writing: Formal letter
<b>4</b>	Module 2 : Training (unit 2)
<b>5</b>	Language work: Emphasizing your point
<b>6</b>	Writing: E-mail
<b>7</b>	Module 3: Energy (unit 3)
<b>8</b>	Language work: Countable and uncountable nouns
<b>9</b>	Writing: Report
<b>10</b>	Module 4: Marketing (unit 4)
<b>11</b>	Language work: Defining and non-defining clauses
<b>12</b>	Writing: Presentation slides
<b>13</b>	Module 5: Current issues
<b>14</b>	A selection of topics of general interest will be explored through a range of reading texts and other relevant materials.

# Module Langues

## Semestre 1 Cours Anglais 1 : Intermediare

<b>Section</b>	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
<b>Module</b>	Langues
<b>Semestre</b>	1
<b>Cours</b>	Anglais 1 : Intermediare
<b>Crédits ECTS</b>	3
<b>Leçons par semaine</b>	3
<b>Travail individuel</b>	90 %
<b>Travail de groupe</b>	10 %
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	English
<b>Évaluation du semestre</b>	Au moins deux tests et travaux (voir pondération ci-dessous)
<b>Pondération travaux</b>	Max. 10 %
<b>Pondération tests</b>	Min. 90 %
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Examen : épreuve écrite
<b>Support de cours</b>	Market Leader Intermediate (3rd Edition) David Cotton, David Falvey, Simon Kent (Pearson Longman) Student's Book (ISBN 978-1408236956) or newer edition (once available) or equivalent publication from an alternative editor (if necessary)
<b>Prérequis</b>	Néant
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
<b>1</b>	Understanding, analyzing and discussing topic-based reading texts Communicating effectively by speaking fluently in a variety of contexts such as interviews, meetings, presentations, telephoning...etc. Using language accurately in relation to organization
<b>2</b>	Comprehending a selection of current issues with reference to the business world
<b>3</b>	Mastering diverse writing tasks (reports, minutes, formal and informal e-mails and business correspondence)
<b>4</b>	Preparing and delivering effective oral presentations (enhancing multiple presentation skills, concentrating on verbal and non-verbal communication, creating concise yet informative handouts and elaborating clear and impressive digital slides)
<b>Contenu du cours</b>	
<b>1</b>	Module 1 : Brands (unit 1)
<b>2</b>	Language work: Present simple and present continuous
<b>3</b>	Module 2 : Travel (unit 2)
<b>4</b>	Language work: The future
<b>5</b>	Module 3 : Change (unit 3)
<b>6</b>	Language work: Past simple and present perfect
<b>7</b>	Module 4 : Organisation (unit 4)
<b>8</b>	Language work: Noun combinations
<b>9</b>	Module 5 : Current issues
<b>10</b>	A selection of topics of general interest will be explored through a choice of reading texts and other relevant materials.

## Module Langues

### Semestre 1 Cours Anglais 1 : Upper Intermediate

<b>Section</b>	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
<b>Module</b>	Langues
<b>Semestre</b>	1
<b>Cours</b>	Anglais 1 : Upper intermediate
<b>Crédits ECTS</b>	3
<b>Leçons par semaine</b>	3
<b>Travail individuel</b>	90 %
<b>Travail de groupe</b>	10 %
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	English
<b>Évaluation du semestre</b>	Au moins deux tests et travaux (voir pondération ci-dessous)
<b>Pondération travaux</b>	Max. 10 %
<b>Pondération tests</b>	Min. 90 %
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Examen : épreuve écrite
<b>Support de cours</b>	Market Leader Upper Intermediate (3rd Edition) David Cotton, David Falvey, Simon Kent (Pearson Longman) Student's Book (ISBN 978-1408237090) Comprehending a selection of current issues with reference to the business world Mastering diverse writing tasks (reports, minutes, formal and informal e-mails and business correspondence) Preparing and delivering effective oral presentations (enhancing multiple presentation skills, concentrating on verbal and non-verbal communication, creating concise yet informative handouts and elaborating clear and impressive digital slides)
<b>Prérequis</b>	Néant
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
<b>1</b>	Understanding, analyzing and discussing topic-based reading texts Communicating effectively by speaking fluently in a variety of contexts such as interviews, meetings, presentations, telephoning...etc. Using language accurately in relation to organization
<b>2</b>	Comprehending a selection of current issues with reference to the business world
<b>3</b>	Mastering diverse writing tasks (reports, minutes, formal and informal e-mails and business correspondence)
<b>4</b>	Preparing and delivering effective oral presentations (enhancing multiple presentation skills, concentrating on verbal and non-verbal communication, creating concise yet informative handouts and elaborating clear and impressive digital slides)
<b>Contenu du cours</b>	
<b>1</b>	Module 1: Communication (unit 1)
<b>2</b>	Language work: Idioms
<b>3</b>	Writing: E-mail
<b>4</b>	Module 2: International Marketing (unit 2)
<b>5</b>	Language work: Noun compounds and noun phrases
<b>6</b>	Writing: Action minutes
<b>7</b>	Module 3: Building Relationships (unit 3)
<b>8</b>	Language work: Multiword verbs
<b>9</b>	Writing: Letter
<b>10</b>	Module 4: Success (unit 4)
<b>11</b>	Language work: Present and past tenses
<b>12</b>	Writing: Press release
<b>13</b>	Module 5: Current issues
<b>14</b>	A selection of topics of general interest will be explored through a choice of reading texts and other relevant materials.

## Module Langues

### Semestre 1 Cours Français 1

<b>Section</b>	BTS - Gestionnaire en commerce et marketing
<b>Module</b>	Langues
<b>Semestre</b>	1
<b>Cours</b>	Français 1
<b>Crédits ECTS</b>	3
<b>Leçons par semaine</b>	3
<b>Travail individuel</b>	75%
<b>Travail de groupe</b>	25%
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	Français
<b>Évaluation du semestre</b>	Épreuve écrite/orale (théorie, analyse de texte, commentaire, exposé oral)
<b>Pondération travaux</b>	25%
<b>Pondération tests</b>	75%
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Épreuve écrite
<b>Support de cours</b>	Cours photocopié (textes de magazines et extraits de livres) élaboré par les enseignants.
<b>Prérequis</b>	Néant
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
<b>1</b>	Développer une réponse critique argumentée à un ensemble d'interrogations qui portent sur l'actualité sociale, politique et économique
<b>2</b>	Développer la capacité de porter un jugement en fonction d'arguments préexistants
<b>3</b>	Citer et intégrer des opinions tirées de documents
<b>Contenu du cours</b>	
<b>1</b>	Méthodes de l'analyse de texte et du commentaire de texte sur base de documents
<b>2</b>	Développement de la maîtrise et de la justesse de la langue

## Module Langues

### Semestre 2 Cours Anglais 2 : Advanced

<b>Section</b>	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
<b>Module</b>	Langues
<b>Semestre</b>	2
<b>Cours</b>	Anglais 2 : Advanced
<b>Crédits ECTS</b>	3
<b>Leçons par semaine</b>	3
<b>Travail individuel</b>	90 %
<b>Travail de groupe</b>	10 %
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	English
<b>Évaluation du semestre</b>	Au moins deux tests et travaux (voir pondération ci-dessous)
<b>Pondération travaux</b>	Max. 10 %
<b>Pondération tests</b>	Min. 90 %
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Examen : épreuve écrite
<b>Support de cours</b>	Market Leader Advanced Business English Course Book (3rd Edition) Iwonna Dubicka and Margaret O'Keeffe (Pearson Longman) Student's Book (ISBN 978-1408237038) or newer edition (once available) or equivalent publication from an alternative editor (if necessary)
<b>Prérequis</b>	Néant
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
<b>1</b>	Understanding, analyzing and discussing topic-based reading texts Communicating effectively by speaking fluently in a variety of contexts such as interviews, meetings, presentations, telephoning...etc. Using language accurately in relation to organization
<b>2</b>	Comprehending a selection of current issues with reference to the business world
<b>3</b>	Mastering diverse writing tasks (reports, minutes, formal and informal e-mails and business correspondence)
<b>4</b>	Preparing and delivering effective oral presentations (enhancing multiple presentation skills, concentrating on verbal and non-verbal communication, creating concise yet informative handouts and elaborating clear and impressive digital slides)
<b>Contenu du cours</b>	
<b>1</b>	Module 6: Employment trends (unit 5)
<b>2</b>	Language work: -ing forms and infinitives
<b>3</b>	Writing: E-mail
<b>4</b>	Module 7: Ethics (unit 6)
<b>5</b>	Language work: Modal perfect
<b>6</b>	Writing: Meetings and action points
<b>7</b>	Module 8: Finance (unit 7)
<b>8</b>	Language work: Multiword verbs
<b>9</b>	Writing: E-mail
<b>10</b>	Module 9: Consultants (unit 8)
<b>11</b>	Language work: Ellipsis
<b>12</b>	Writing: Terms and conditions
<b>13</b>	Module 10: Current issues
<b>14</b>	A selection of topics of general interest will be explored through a choice of reading texts and other relevant materials.

## Module Langues

### Semestre 2 Cours Anglais 2 : Intermediae

<b>Section</b>	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
<b>Module</b>	Langues
<b>Semestre</b>	2
<b>Cours</b>	Anglais 2 : Intermediae
<b>Crédits ECTS</b>	3
<b>Leçons par semaine</b>	3
<b>Travail individuel</b>	90 %
<b>Travail de groupe</b>	10 %
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	English
<b>Évaluation du semestre</b>	Au moins deux tests et travaux (voir pondération ci-dessous)
<b>Pondération travaux</b>	Max. 10 %
<b>Pondération tests</b>	Min. 90 %
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Examen : épreuve écrite
<b>Support de cours</b>	Market Leader Intermediate (3rd Edition) David Cotton, David Falvey, Simon Kent (Pearson Longman) Student's Book (ISBN 978-1408236956) or newer edition (once available) or equivalent publication from an alternative editor (if necessary)
<b>Prérequis</b>	Néant
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
<b>1</b>	Understanding, analyzing and discussing topic-based reading texts Communicating effectively by speaking fluently in a variety of contexts such as interviews, meetings, presentations, telephoning...etc. Using language accurately in relation to organization
<b>2</b>	Comprehending a selection of current issues with reference to the business world
<b>3</b>	Mastering diverse writing tasks (reports, minutes, formal and informal e-mails and business correspondence)
<b>4</b>	Preparing and delivering effective oral presentations (enhancing multiple presentation skills, concentrating on verbal and non-verbal communication, creating concise yet informative handouts and elaborating clear and impressive digital slides)
<b>Contenu du cours</b>	
<b>1</b>	Module 6: Advertising (unit 5)
<b>2</b>	Language work: Articles
<b>3</b>	Module 7: Money (unit 6)
<b>4</b>	Language work: Describing trends
<b>5</b>	Module 8: Cultures (unit 7)
<b>6</b>	Language work: Advice, obligation and necessity
<b>7</b>	Module 9: Human resources (unit 8)
<b>8</b>	Language work: -ing forms
<b>9</b>	Module 10: Current issues
<b>10</b>	A selection of topics of general interest will be explored through a choice of reading texts and other relevant materials.

## Module Langues

### Semestre 2 Cours Anglais 2 : Upper Intermediate

<b>Section</b>	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
<b>Module</b>	Langues
<b>Semestre</b>	2
<b>Cours</b>	Anglais 2 : Upper intermediate
<b>Crédits ECTS</b>	3
<b>Leçons par semaine</b>	3
<b>Travail individuel</b>	90 %
<b>Travail de groupe</b>	10 %
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	English
<b>Évaluation du semestre</b>	Au moins deux tests et travaux (voir pondération ci-dessous)
<b>Pondération travaux</b>	Max. 10 %
<b>Pondération tests</b>	Min. 90 %
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Examen : épreuve écrite
<b>Support de cours</b>	Market Leader Upper Intermediate (3rd Edition) David Cotton, David Falvey, Simon Kent (Pearson Longman) Student's Book (ISBN 978-1408237090) or newer edition (once available) or equivalent publication from an alternative editor (if necessary)
<b>Prérequis</b>	Néant
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
<b>1</b>	Understanding, analyzing and discussing topic-based reading texts Communicating effectively by speaking fluently in a variety of contexts such as interviews, meetings, presentations, telephoning...etc. Using language accurately in relation to organization
<b>2</b>	Comprehending a selection of current issues with reference to the business world
<b>3</b>	Mastering diverse writing tasks (reports, minutes, formal and informal e-mails and business correspondence)
<b>4</b>	Preparing and delivering effective oral presentations (enhancing multiple presentation skills, concentrating on verbal and non-verbal communication, creating concise yet informative handouts and elaborating clear and impressive digital slides)
<b>Contenu du cours</b>	
<b>1</b>	Module 6: Job Satisfaction (unit 5)
<b>2</b>	Language work: Passives
<b>3</b>	Writing: Guidelines
<b>4</b>	Module 7: Risk (unit 6)
<b>5</b>	Language work: Adverbs of degree
<b>6</b>	Writing: report
<b>7</b>	Module 8: Management Styles (unit 7)
<b>8</b>	Language work: Text reference
<b>9</b>	Writing: Report
<b>10</b>	Module 9: Team Building (unit 8)
<b>11</b>	Language work: Modal perfect
<b>12</b>	Writing: Letter
<b>13</b>	Module 10: Current issues
<b>14</b>	A selection of topics of general interest will be explored through a choice of reading texts and other relevant materials.



## Module Langues

### Semestre 2 Cours Français 2

<b>Section</b>	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
<b>Module</b>	Langues
<b>Semestre</b>	2
<b>Cours</b>	Français 2
<b>Crédits ECTS</b>	3
<b>Leçons par semaine</b>	3
<b>Travail individuel</b>	75%
<b>Travail de groupe</b>	25%
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	Français
<b>Évaluation du semestre</b>	Travaux : exercices multiples d'application comme des analyses d'affiches Tests : une présentation orale d'envergure, un compte rendu sur table
<b>Pondération travaux</b>	25%
<b>Pondération tests</b>	75%
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Un compte rendu sur table
<b>Support de cours</b>	Cours photocopié élaboré par les enseignants
<b>Prérequis</b>	Néant
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
<b>1</b>	Déceler quel est le message, la structure, l'idée directrice, la finalité du document
<b>2</b>	Analyser un document de manière structurée et réfléchie, en tenant compte de son contexte
<b>3</b>	Comment structurer un texte
<b>4</b>	Reformuler les idées d'un document avec ses propres mots en soignant l'orthographe et la grammaire
<b>5</b>	Appliquer les règles grammaticales d'usage
<b>Contenu du cours</b>	
<b>1</b>	Méthodes de l'analyse de documents
<b>2</b>	Technique de l'exposé oral

## Module Langues

### Semestre 3 Cours Anglais 3 : Advanced

<b>Section</b>	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
<b>Module</b>	Langues
<b>Semestre</b>	3
<b>Cours</b>	Anglais 3 : Advanced
<b>Crédits ECTS</b>	3
<b>Leçons par semaine</b>	3
<b>Travail individuel</b>	90 %
<b>Travail de groupe</b>	10 %
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	English
<b>Évaluation du semestre</b>	Au moins deux tests et travaux (voir pondération ci-dessous)
<b>Pondération travaux</b>	Max. 10 %
<b>Pondération tests</b>	Min. 90 %
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Examen : épreuve écrite
<b>Support de cours</b>	Market Leader Advanced Business English Course Book (3rd Edition) Iwonna Dubicka and Margaret O'Keeffe (Pearson Longman) Student's Book (ISBN 978-1408237038) or newer edition (once available) or equivalent publication from an alternative editor (if necessary)
<b>Prérequis</b>	Néant
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
<b>1</b>	Understanding, analyzing and discussing topic-based reading texts Communicating effectively by speaking fluently in a variety of contexts such as interviews, meetings, presentations, telephoning...etc. Using language accurately in relation to organization
<b>2</b>	Comprehending a selection of current issues with reference to the business world
<b>3</b>	Mastering diverse writing tasks (reports, minutes, formal and informal e-mails and business correspondence)
<b>4</b>	Preparing and delivering effective oral presentations (enhancing multiple presentation skills, concentrating on verbal and non-verbal communication, creating concise yet informative handouts and elaborating clear and impressive digital slides)
<b>Contenu du cours</b>	
<b>1</b>	Module 11: Strategy (unit 9)
<b>2</b>	Language work: Rhetorical questions
<b>3</b>	Writing: Mission statements
<b>4</b>	Module 12: Online business (unit 10)
<b>5</b>	Language work: Rhetorical devices
<b>6</b>	Writing: Summary
<b>7</b>	Module 13: New business (unit 11)
<b>8</b>	Language work: Cleft sentences
<b>9</b>	Writing: A letter chasing payment
<b>10</b>	Module 14: Project management (unit 12)
<b>11</b>	Language work: Instructive texts
<b>12</b>	Writing: Report
<b>13</b>	Module 15: Current issues
<b>14</b>	A selection of topics of general interest will be explored through a choice of reading texts and other relevant materials.

## Module Langues

### Semestre 3 Cours Anglais 3 : Intermediae

<b>Section</b>	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
<b>Module</b>	Langues
<b>Semestre</b>	3
<b>Cours</b>	Anglais 3 : Intermediae
<b>Crédits ECTS</b>	3
<b>Leçons par semaine</b>	3
<b>Travail individuel</b>	90 %
<b>Travail de groupe</b>	10 %
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	English
<b>Évaluation du semestre</b>	Au moins deux tests et travaux (voir pondération ci-dessous)
<b>Pondération travaux</b>	Max. 10 %
<b>Pondération tests</b>	Min. 90 %
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Examen : épreuve écrite
<b>Support de cours</b>	Market Leader Intermediate (3rd Edition) David Cotton, David Falvey, Simon Kent (Pearson Longman) Student's Book (ISBN 978-1408236956) or newer edition (once available) or equivalent publication from an alternative editor (if necessary)
<b>Prérequis</b>	Néant
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
<b>1</b>	Understanding, analyzing and discussing topic-based reading texts Communicating effectively by speaking fluently in a variety of contexts such as interviews, meetings, presentations, telephoning...etc. Using language accurately in relation to organization
<b>2</b>	Comprehending a selection of current issues with reference to the business world
<b>3</b>	Mastering diverse writing tasks (reports, minutes, formal and informal e-mails and business correspondence)
<b>4</b>	Preparing and delivering effective oral presentations (enhancing multiple presentation skills, concentrating on verbal and non-verbal communication, creating concise yet informative handouts and elaborating clear and impressive digital slides)
<b>Contenu du cours</b>	
<b>1</b>	Module 11: International market (unit 9)
<b>2</b>	Language work: Conditions
<b>3</b>	Module 12: Ethics (unit 10)
<b>4</b>	Language work: Narrative tenses
<b>5</b>	Module 13: Leadership (unit 11)
<b>6</b>	Language work: Relative clauses
<b>7</b>	Module 14: Competition (unit 12)
<b>8</b>	Language work: Passives
<b>9</b>	Module 15: Current issues
<b>10</b>	A selection of topics of general interest will be explored through a choice of reading texts and other relevant materials.

## Module Langues

### Semestre 3 Cours Anglais 3 : Upper intermediate

<b>Section</b>	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
<b>Module</b>	Langues
<b>Semestre</b>	3
<b>Cours</b>	Anglais 3 : Upper intermediate
<b>Crédits ECTS</b>	3
<b>Leçons par semaine</b>	3
<b>Travail individuel</b>	90 %
<b>Travail de groupe</b>	10 %
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	English
<b>Évaluation du semestre</b>	Au moins deux tests et travaux (voir pondération ci-dessous)
<b>Pondération travaux</b>	Max. 10 %
<b>Pondération tests</b>	Min. 90 %
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Examen : épreuve écrite
<b>Support de cours</b>	Market Leader Upper Intermediate (3rd Edition) David Cotton, David Falvey, Simon Kent (Pearson Longman) Student's Book (ISBN 978-1408237090) or newer edition (once available) or equivalent publication from an alternative editor (if necessary)
<b>Prérequis</b>	Néant
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
<b>1</b>	Understanding, analyzing and discussing topic-based reading texts Communicating effectively by speaking fluently in a variety of contexts such as interviews, meetings, presentations, telephoning...etc. Using language accurately in relation to organization
<b>2</b>	Comprehending a selection of current issues with reference to the business world
<b>3</b>	Mastering diverse writing tasks (reports, minutes, formal and informal e-mails and business correspondence)
<b>4</b>	Preparing and delivering effective oral presentations (enhancing multiple presentation skills, concentrating on verbal and non-verbal communication, creating concise yet informative handouts and elaborating clear and impressive digital slides)
<b>Contenu du cours</b>	
<b>1</b>	Module 11: Raising Finance (unit 9)
<b>2</b>	Language work: Dependent prepositions
<b>3</b>	Writing: Summary
<b>4</b>	Module 12: Customer Service (unit 10)
<b>5</b>	Language work: Gerunds
<b>6</b>	Writing: Report
<b>7</b>	Module 13: Crisis Management (unit 11)
<b>8</b>	Language work: Conditionals
<b>9</b>	Writing: Article/report
<b>10</b>	Module 14: Mergers and Acquisitions (unit 12)
<b>11</b>	Language work: Prediction and probability
<b>12</b>	Writing: Report
<b>13</b>	Module 15: Current issues
<b>14</b>	A selection of topics of general interest will be explored through a choice of reading texts and other relevant materials.

## Module Langues

### Semestre 3 Cours Français 3

<b>Section</b>	<b>BTS - Gestionnaire en commerce et marketing</b>
<b>Module</b>	Langues
<b>Semestre</b>	3
<b>Cours</b>	Français 3
<b>Crédits ECTS</b>	3
<b>Leçons par semaine</b>	3
<b>Travail individuel</b>	100%
<b>Travail de groupe</b>	0%
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	Français
<b>Évaluation du semestre</b>	Travaux : exercices multiples d'application comme des analyses d'affiches Tests : une présentation orale d'envergure, un compte rendu sur table
<b>Pondération travaux</b>	25%
<b>Pondération tests</b>	75%
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Épreuve écrite : synthèse de documents entièrement rédigée
<b>Support de cours</b>	Cours photocopié élaboré par les enseignants
<b>Prérequis</b>	Néant
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
<b>1</b>	Analyser et mettre en évidence les divers aspects d'un problème en se fondant uniquement sur le dossier à étudier
<b>2</b>	Reformuler objectivement les informations contenues dans les documents, sans trahir la pensée des auteurs
<b>3</b>	Mettre en évidence une argumentation et les structures du raisonnement
<b>4</b>	Synthétiser et confronter les idées de chacun des documents
<b>5</b>	Ordonner les idées maîtresses et les argumentations tirées de cette confrontation
<b>6</b>	Être en mesure de s'exprimer dans un style personnel sans reprendre les mots et expressions du texte d'origine
<b>7</b>	Faire preuve de concision et d'esprit de méthode
<b>8</b>	Structurer son travail de fin d'études
<b>9</b>	Utiliser un vocabulaire adéquat lors de la rédaction du travail de fin d'études
<b>10</b>	Citer correctement les sources utilisées
<b>11</b>	Elaborer une bibliographie
<b>Contenu du cours</b>	
<b>1</b>	Synthèse d'informations tirées de documents divers : textes, statistiques, graphiques, images
<b>2</b>	Méthodologie de la rédaction du TFE

# Module Stage

## Module Stage

### Semestre 4 Stage partie 1

<b>Section</b>	<b>BTS-Gestionnaire comptable et fiscal</b>
<b>Module</b>	Stage
<b>Semestre</b>	4
<b>Cours</b>	Stage partie 1
<b>Crédits ECTS</b>	5
<b>Leçons par semaine</b>	40 (heures de travail en entreprise)
<b>Travail individuel</b>	100 %
<b>Travail de groupe</b>	0 %
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	Français, allemand ou anglais
<b>Évaluation du semestre</b>	Rapport de stage et travail en entreprise Carnet de bord Planification du thème et préparation de l'avenant à la convention de stage
<b>Pondération travaux</b>	100 %
<b>Pondération tests</b>	0 %
<b>Evaluation épreuve supplémentaire</b>	Rapport de stage et travail en entreprise Définition et découpage du thème Préparation d'un carnet de bord
<b>Support de cours</b>	Aide-mémoire du stage
<b>Prérequis</b>	Connaissance des matières de la spécialité
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
<b>1</b>	Travailler en équipe
<b>2</b>	Assumer ses responsabilités en autonomie
<b>3</b>	Appliquer des méthodes de travail professionnelles
<b>4</b>	Appliquer des méthodes de conduite de projet
<b>5</b>	Communiquer et rendre des comptes
<b>6</b>	Prendre des initiatives et des décisions
<b>7</b>	Rechercher des sources d'information, trier et sélectionner l'information
<b>8</b>	Définir un thème et en faire le découpage et éventuellement la planification
<b>9</b>	Communiquer l'enjeu du thème et argumenter logiquement
<b>Contenu du cours</b>	
<b>1</b>	Recherche d'un stage en relation avec la spécialité
<b>2</b>	Travail en entreprise
<b>3</b>	Rédaction d'un rapport de stage
<b>4</b>	Définition d'un thème (sujet ou projet)
<b>5</b>	Découpage du sujet ou planification du projet
<b>6</b>	Rédaction du carnet de bord

## Module Stage

### Semestre 4 Stage partie 2

<b>Section</b>	<b>BTS- Gestionnaire comptable et fiscal</b>
<b>Module</b>	Stage
<b>Semestre</b>	4
<b>Cours</b>	Stage partie 2
<b>Crédits ECTS</b>	20
<b>Leçons par semaine</b>	40
<b>Travail individuel</b>	100 %
<b>Travail de groupe</b>	0 %
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	Français, allemand ou anglais
<b>Évaluation du semestre</b>	Fiches d'évaluation
<b>Pondération travaux</b>	100 %
<b>Pondération tests</b>	0 %
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Stage en entreprise
<b>Support de cours</b>	Aide-mémoire du stage
<b>Prérequis</b>	Connaissance des matières de la spécialité
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
	1 Appliquer des méthodes de conduite de projet
	2 Communiquer et rendre des comptes
	3 Prendre des initiatives et des décisions
	4 Rechercher des sources d'information, de trier et de sélectionner l'information
	5 Organiser et synthétiser
	6 Respecter un planning et gérer l'incertitude
	7 Faire le lien entre différentes disciplines de la formation
	8 Gérer le stress
<b>Contenu du cours</b>	
	1 Travail en entreprise



## Module Stage

### Semestre 4 Stage partie 3

<b>Section</b>	<b>BTS- Gestionnaire comptable et fiscal</b>
<b>Module</b>	Stage
<b>Semestre</b>	4
<b>Cours</b>	Stage partie 3
<b>Crédits ECTS</b>	5
<b>Leçons par semaine</b>	40
<b>Travail individuel</b>	100 %
<b>Travail de groupe</b>	0 %
<b>Langue(s) d'enseignement</b>	Français, allemand ou anglais
<b>Evaluation du semestre</b>	Travail de fin d'études et présentation orale
<b>Pondération travaux</b>	100 %
<b>Pondération tests</b>	0 %
<b>Évaluation épreuve supplémentaire</b>	Travail de fin d'études ; Présentation orale
<b>Support de cours</b>	Aide-mémoire du stage
<b>Prérequis</b>	Connaissance de matières de la spécialité
<b>Acquis d'apprentissage visés</b>	
	1 Appliquer des méthodes de conduite de projet
	2 Communiquer et rendre des comptes
	3 Prendre des initiatives et des décisions
	4 Rechercher des sources d'information, de trier et de sélectionner l'information
	5 Organiser et synthétiser
	6 Respecter un planning et gérer l'incertitude
	7 Faire le lien entre différentes disciplines de la formation
	8 Gérer le stress
<b>Contenu du cours</b>	
	1 Réalisation du travail de fin d'études
	2 Soutenance du thème et du travail de fin d'études devant un jury