

Intitulé de l'Unité d'Enseignement	Management stratégique et langue étrangère		Code de l'UE	5AExx
Rédacteurs (principaux, 3 maxi) de l'UE				
Nom, Prénom, qualité	DELIGANT Michael, MdC	LASAGNE Marc, MdC		
Laboratoire ou équipe de recherche	DynFluid, Equipe Turbo			
Adresse	Arts et Métiers ParisTech 151, Boulevard de l'Hôpital 75013 PARIS	Arts et Métiers ParisTech 151, Boulevard de l'Hôpital 75013 PARIS		
Téléphone :	01.44.24.63.91	01.44.24.63.96		
e-mail:	Michael.deligant@ensam.eu	Marc.lasagne@ensam.eu		
Descriptif de l'UE				
Volumes horaires globaux (CM + TD + TP)	30 CM + 30 TD			
Nombre de crédits de l'UE	6 ECTS			
Spécialité où l'UE est proposée	Energétique et Environnement			
Semestre où l'enseignement est proposé	S3			
Effectifs prévus	18			
<p>a) Objectifs de l'Unité d'Enseignement :</p> <ul style="list-style-type: none"> * Permettre aux étudiants de comprendre et de participer à la définition et à la mise en œuvre de la stratégie de l'entreprise et de sa composante marketing * Leur donner les bases de la gestion d'un projet industriel * Apporter les éléments de réflexion indispensables pour resituer la prise de décision dans le contexte économique de l'entreprise et de son marché, et pouvoir optimiser la prévention des risques industriels. * Clôturer l'enseignement de la Langue Vivante Principale et faire parvenir l'élève ingénieur au niveau opérationnel requis par son futur emploi <p>b) Contenu de l'Unité d'Enseignement :</p> <p style="text-align: center;">Management stratégique :</p> <p>Environnement de l'entreprise et parties prenantes : investisseurs, concurrents, marché, pouvoirs publics... Niveaux d'objectifs : stratégiques, tactiques, opérationnels. Définition d'une politique : rôles et responsabilités des différents acteurs dans l'élaboration d'une stratégie. Mise en œuvre : indicateurs, tableaux de bord, résultats. Les différents styles de management – Exemples. Exemple commenté d'un événement tiré de l'actualité (fusions, OPA...)</p> <p>Marketing : Définition et positionnement dans la stratégie de l'entreprise. Les différents types de marketing : biens de grande consommation, industrie. Outils – méthodes de collecte et d'analyse des informations, études de marché. La fonction achat, réflexion enjeux/risques, le marketing des achats.</p> <p>Gestion de projet : Description de la construction et de la réalisation du projet. Le management du périmètre, des délais, des coûts, de la qualité, des ressources humaines, de la communication et des risques.</p> <p style="text-align: center;">Langue étrangère :</p> <ul style="list-style-type: none"> * Entraînement intensif à la compréhension auditive, la prise de notes, la retransmission de l'information donnée, dans le but de permettre une certaine aisance lors d'entretiens et réunions * Apprentissage de vocabulaire en contexte à partir de documents écrits et oraux en rapport avec l'ingénierie * Exposés individuels et en groupes * Rapports 				

c) Pré-requis :

Formation de base en management.
Notions de base dans la langue choisie.

d) Modalités de contrôle des Connaissances :

Formation classique sous forme de cours magistraux et travaux dirigés en laboratoire de langue. Polycopié du cours avec exercices et examens antérieurs. Contrôle de connaissances en Management (CCIM) et en Langue étrangère (CCIL)
NOTE FINALE = CCIM*0.5 + CCIL*0,5
Enseignements faits à Arts et Métiers ParisTech.

e) Références bibliographiques :

Polycopié du cours

Organisation pédagogique

Enseignements présentsiels	Volume horaire total	Horaire hebdomadaire	Effectif par groupe
Cours	30	3	18
Enseignements dirigés	30	2	18
Travaux pratiques Expérimentaux			