



MASTER IN MANAGEMENT

Grande Ecole

L3

ELECTIVE COURSES CATALOG

Semester 1-2025/2026

SUMMARY

COMMUNICATION AND MARKETING	4
POLITIQUE, CRISES, COMMUNICATION	4
STORYTELLING & HISTOIRES DE MARKETING	6
CULTURE ET MEDIA	11
NO BUSINESS LIKE SHOW BUSINESS: STRATEGIES IN THE GLOBAL FILM INDUSTRY	11
LE MARCHE DU TRAVAIL DANS LES PAYS ARABES	15
DÉCOUVERTE DE LA LANGUE ET DE LA CULTURE CHINOISES	18
INTRODUCTION A LA LANGUE ET A LA CULTURE ITALIENNES	21
INTRODUCTION AU JAPONAIS - COMMUNICATION INTERCULTURELLE ET PROFESSIONNELLE	25
DECOUVERTE DE LA CULTURE BRESILIENNE A TRAVERS SA LANGUE	28
INTRODUCTION A LA LANGUE ET CULTURE RUSSE	31
CULTURE, BUSINESS AND THE WORKING WORLD IN SPAIN AND LATIN AMERICA	34
POETRY AND PAINTING: THE POWER OF WORD AND IMAGE	40
UNDERSTAND THE NEWS: UNDERSTAND YOUR WORLD	43
EXPERIENCING FILM ANALYSIS	48
ENTREPRENEURSHIP & INNOVATION	51
FINANCEMENT DES STARTUPS – MÉTHODES ET OUTILS	51
FINANCE & ECONOMICS	56
BEHAVIORAL ECONOMICS	56
THE ECONOMICS OF CLIMATE CHANGE	59
THE ECONOMY FROM BELOW – SOME ANTHROPOLOGICAL PERSPECTIVES	62
LAW, POLICY, SOCIETY	66
DROIT DU TRAVAIL	66
INEQUALITY AND BUSINESS IN THE 21 st CENTURY	73
AFFAIRES EUROPÉENNES	79
SPONSORING & COMMUNICATION : CONSTRUIRE DES PARTENARIATS QUI MARQUENT	81
SCALABLE IMPACT BUSINESSES	85

FRONTIERES HYBRIDES : HUMANITAIRE, BUSINESS ET DEVELOPPEMENT DANS UN MONDE EN CRISE 89

STRATEGY, MANAGEMENT, MARKETING..... 94

STRATEGIC PEOPLE MANAGEMENT 94

LES DÉFIS DE LA TRANSITION ÉNERGETIQUE 97

MOOC / ONLINE 103

Vous ne pouvez avoir qu'une seule inscription dans un MOOC par bimestre

ONLINE COURSE : CRÉER ET DÉVELOPPER UNE STARTUP..... 103

ONLINE COURSE: GENAI FOR BUSINESS..... 108

MOOC DATA ANALYTICS – Découvrir les fondamentaux de la Data Analyse 113

MOOC DATA ANALYTICS – Acquérir une maîtrise avancée du langage de programmation SQL 116

MOOC DATA ANALYTICS – Maîtriser l’outil de Datavisualisation Tableau Software 119

MOOC OMIND – Transformative Leadership Through Cognitive Neuroscience and Gaming..... 121

ASSOCIATIONS..... 125

Pas d’inscription dans la session de choix pour l'un de ces électifs

Si vous souhaitez prendre l'un de ces électifs, merci d’écrire à l’adresse egalitedeschances@hec.fr avant le 14/09/2025

FLEUR DE BITUME - PROGRAMME POUR LES SPORTIFS 125

FLEUR DE BITUME – PROGRAMME PREP’ETOILE..... 128

FLEUR DE BITUME – PROGRAMME CPES PALAISEAU 130

COMMUNICATION AND MARKETING

POLITIQUE, CRISES, COMMUNICATION

Enseignant(s) / Teacher(s): Gaspard GANTZER

Niveau / Education Level	Période / Period	Langue d'enseignement / Language of instruction	Effectif max / Max. Staffing	Mode / Teaching Mode
L3 & M1 & EXCHANGE	B2	Français	50	Présentiel

Prérequis / Prerequisites:

Non applicable

SYNOPSIS / OVERVIEW

Ukraine, attentats, changement climatique, retraite, dépression économique, comment comprendre les mutations de la communication politique dans un monde en crises permanentes ? A partir de l'étude de cas concrets de crises contemporaines, nous apprendrons ensemble les fondamentaux de la communication moderne.

La vie politique est scandée par des crises successives : crises politiques, crises économiques, crises sociales, crises géopolitiques et même crises privées.

La communication constitue un des principaux leviers pour répondre à ces crises protéiformes et complexes qui mettent en difficulté les dirigeants politiques. Instrument stratégique majeur, elle permet de gérer l'imprévisible, l'improbable, l'inattendu et de tenter d'en maîtriser l'impact, pour l'image des dirigeants et la perception de leur action.

Pour tenter de cerner au mieux les enjeux et les méthodes de la communication de crise dans le champ politique, chaque séance abordera des situations concrètes, issues de l'actualité récente, et reviendra sur des expériences réelles, en France, au cours des dernières années.

DESCRIPTION DETAILLEE / DETAILED DESCRIPTION

Organisation du cours – plan détaillé / Course organization - detailed outline:

6 séances de 3h, une fois par semaine, pendant un bimestre

Le cours sera organisé en 6 séances :

Séance 1 : Introduction – Présentations des concepts (Politique, Communication, Crise) – Analyse de l'évolution du champ médiatique et politique et des règles de base de la communication de crise.

Séance 2 : Les crises sanitaires

- L'affaire du sang contaminé
- L'épidémie de Coronavirus dans le monde

Séance 3 : Les crises politiques

- Le mouvement des Gilets jaunes
- Les réformes des retraites en France

Séance 4 : Le risque terroriste

- Le 11 septembre 2001
- Les attentats de Paris et de Saint-Denis de novembre 2015

Séance 5 : La guerre

- Les interventions militaires américaines en Irak
- L'intervention française au Mali

Séance 6 : L'entreprise face aux crises

- L'affaire Ghosn
- L'affaire Cambridge Analytica

METHODS PEDAGOGIQUES / TEACHING METHODS

Chaque étudiant devra réaliser au moins une étude de cas, en groupe. Nous réaliserons aussi des exercices de gestion de crise et mises en situation à la fin de chaque séance.

TRAVAUX ET ÉVALUATIONS / WORK AND EVALUATIONS

Outils / support / mode d'évaluation Tool/method of evaluation	Durée et format Duration	Pondération dans la notation finale Weight in the final grading
<i>Etude de cas</i>		50%
<i>Participation</i>	<i>Individuel</i>	50%

BIOGRAPHIE(S) / BIOGRAPHY

[Gaspard Gantzer](#)

STORYTELLING & HISTOIRES DE MARKETING

Enseignant(s) / Teacher(s): Antoine MEUNIER

Niveau / Education Level	Période / Period	Langue d'enseignement / Language of instruction	Effectif max / Max. Staffing	Mode / Teaching Mode
L3 & M1 & EXCHANGE	B2	Français	50	Présentiel

Prérequis / Prerequisites:

Ce cours de culture marketing ne nécessite pas de compétences spécifiques en marketing pour pouvoir le suivre. Le **cours est délivré en français**, vous pouvez assister au cours à partir du moment où vous comprenez le français. Pour les étudiants toujours en apprentissage de la langue des explications complémentaires pourront être faites en anglais. Les évaluations sont essentiellement des restitutions orales lors de travaux de groupe, et peuvent être en faites en français ou en anglais.

SYNOPSIS / OVERVIEW

« Les meilleurs marketeurs sont des conteurs d'histoires auxquelles les consommateurs ont choisi de croire ... » Seth Godin dans *Tous les marketeurs sont des menteurs* ... Comment une histoire peut-elle faire vendre une idée, un produit, un service ? Exploration via des cas pratiques réels à la lumière de quelques principes essentiels, nouveaux et immémoriaux, pour comprendre le pouvoir du Storytelling. Exemple de cas : « Elon Musk, Joe Rogan, Greta Thunberg, Leon XIV, Jul vs. PNL, Coca-Cola, Patagonia, Taylor Swift, Donald Trump etc. ».

La problématique : comment une histoire peut-elle faire vendre une idée, un produit, un service ? Ce cours vous guide dans une exploration via des cas pratiques réels à la lumière de quelques principes essentiels, nouveaux et immémoriaux, pour comprendre le rôle essentiel du Storytelling dans une stratégie Marketing.

Un des objectifs principaux est de comprendre l'importance d'inscrire l'effort marketing dans un récit cohérent, attractif, compréhensible et qui a un impact (positif !) sur la marque, les ventes, la notoriété, les objectifs business.

- Cours basé sur des cas pratiques marketing / storytelling
- Exploration des principes identifiés par quelques grands auteurs, d'Aristote sur les principes de la rhétorique, à Joseph Campbell et son Hero's journey, en passant par Marx ou Baudrillard pour certains concepts clés (Fétichisme de la marchandise, Simulacre et simulation etc.). Études de cas systématiques pour illustrer les principes
- Comprendre le « système » socio-technologique dans lequel les marques évoluent aujourd'hui, notamment sa dimension digitale bien sûr.
- Apprendre à construire un récit cohérent et efficace d'un point de vue marketing.
- Se construire une solide culture des contenus pour naviguer efficacement dans l'ère digitale.
- Savoir mesurer l'impact des actions menées, quels KPIs utiliser et pourquoi.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES / LEARNING OUTCOMES

1. Comprendre le pouvoir des histoires et le potentiel du storytelling dans le marketing en général
2. Mémoriser et évaluer les notions de Planning Stratégique, de création de plateforme de marque, de marketing d'influence, de marketing des contenus, à l'ère digitale
3. Comprendre la relation profondément culturelle du marketing
4. Savoir fabriquer un récit pour vendre une idée, un service, un produit dans un monde incertain, désenchanté et imprévisible (*Learn to craft a narrative to sell an idea, a service, or a product in an uncertain, disillusioned, and unpredictable world.*).

DESCRIPTION DETAILLEE / DETAILED DESCRIPTION

Thèmes clés / Key Topics:

Storytelling, Marketing, Strategy, Communication, Brand building, Digital branding, The Internet, Tech, web3.0, AI

Organisation du cours – plan détaillé / Course organization - detailed outline:

6 séances de 3h, une fois par semaine sur un bimestre

Séance 1 : Marketing & Storytelling Basics

Quelques principes illustrés par des études de cas. Focus sur la sociologie et la psychologie des audiences / marchés.

Séance 2 : Quels récits pour vendre dans un monde désenchanté ?

- Les histoires : des gens du livre à ceux de l'iPhone
- Le Fétichisme de la marchandise ou le marketing selon Marx !
- Le Bonheur des Dames ou l'invention de la grande consommation vue par Émile Zola
- Aujourd'hui, le marketing doit-il devenir un marketing de la sobriété ?

Séance 3 :

From Media to Me-Dia ?

Qu'est-ce qu'il reste comme business aux « media » quand un présentateur américain de Fear Factor peut faire à lui tout seul 100 x l'audience de CNN ou quand une jeune fille de 15 ans peut faire vaciller les modèles établis ?

Cas Joe Rogan, Elon Musk, Greta Thunberg...

Des communautés aux millionnaires et milliardaires du divertissement !

- **Cas JUL vs. PNL** : Scooter en Y & chaussettes claquettes vs. Rap énigmatique & visuels ultra léchés
- **Taylor Swift – la star mondiale qui a un impact sur le PIB !**

Séance 4 : Me, Myself and I ;)

Marketing de Soi, se raconter et se la raconter à l'ère digitale. Du quart d'heure de gloire personnel au personal branding.

Séance 5 : Pouvoir, morale et société, encore des histoires ??

Papes, Rois et Présidents, Communication et Excommunications – Les cas Trump, Bukele, Milei ou le storytelling populiste à l'ère digitale. Les Papes Leon XIII & Leon XIV.

Get Woke, Go Broke ? Les histoires peuvent-elles tuer des marques ? Cas BudLight, Jaguar

Séance 6 : Conclusion & Évaluations en travaux de groupe.

Contenus ESG / ESG-related content (Environmental – Social – Governance):

Environmental-related content	Social-related content	Governance-related content
2. Moderate content	3. Significant content	3. Significant content

Objectifs de compétences / Competency Goals:

Transformative Management	Innovative Thinking & Problem Solving	Positive Leadership	Sustainable Business Practises
3. Significant contribution	3. Significant contribution	4. Extensive contribution	2. Moderate contribution

MATERIEL PEDAGOGIQUE / TEACHING MATERIALS

Voici quelques exemples :

***Building a StoryBrand*, Donald MILLER.** Clarify your message to be understood by your customers.

***This is Marketing*, Seth GODIN.** A classical read to navigate marketing.

***All marketers are liars*, Seth GODIN.** Another classic to understand how and why consumers may buy stories more than products and services.

***The 22 Immutable Laws of Marketing*, Al RIES & Jack TROUT.** Understanding the Marketplace, Go / Nogo.

***The Hero's journey*, Joseph CAMPBELL.** A must read in storytelling studies.

***The Long Tail: Why the Future of Business Is Selling Less of More*, Chris ANDERSON.** Understanding how the new tech paradigm dramatically impacts marketing and sales.

***For the Culture*, Marcus COLLINS.** Understanding culture to market ideas, products, services.

Writing a story :

***The War of Art*, Steven PRESSFIELD.** A writer Bible.

***Save the cat!*, Blake SNYDER.** How good screenplays works and why.

***Playfully Inappropriate*, Jared VOLLE.** Lessons for fun marketing from a comedian point of view.

***The Anatomy of Story*, John TRUBY.** How to craft the beset stories.

***Trust me I'm Lying: confessions of a media manipulator*, Ryan HOLIDAY.** Diving into media's turmoil ...

General knowledge ressources :

***The Art of Rethoric*, ARISTOTLE.** Because some rules established 2500 years ago may still be valuable.

***Summa Theologiae*, St. Thomas AQUINAS.** Extraits (Lawfull War & Rhetorics)

***The Capital*, Karl MARX.** Extraits

***La question de la technique*, Martin HEIDEGGER.** Extraits

***Simulacres et simulation*, Jean BAUDRILLARD.** Extraits

***La Société du Spectacle*, Guy DEBORD.** Extraits

***La perception : essai sur le sensible*, Renaud BARBARAS.** Extraits

***Le Bonheur des dames*, Emile ZOLA.** Extraits

Des ressources numériques cohérentes avec les séances seront fournies tout au long du cours.

METHODES PEDAGOGIQUES / TEACHING METHODS

- Transmission « maïeutique » pour **comprendre et s'approprier** les grandes idées exposées.
- Études de cas en classe et en sous-groupes pour **comprendre concrètement l'intérêt du storytelling** dans une logique marketing.
- **Analyse du storytelling des marques**, cas pratique d'évaluation.

TRAVAUX ET ÉVALUATIONS / WORK AND EVALUATIONS

Outils / support / mode d'évaluation Tool/method of evaluation	Durée et format Duration	Pondération dans la notation finale Weight in the final grading
<i>Examen final sous forme d'étude de cas</i>	<i>1h30 en individuel</i>	<i>20%</i>
<i>Projet de groupe</i>	<i>1h30 en groupe</i>	<i>80%</i>

Précisions complémentaires / Additional details:

Le cours sera donné en français et toute explication / précision pourra avoir lieu en anglais. Les étudiant(es) peuvent choisir de passer leur examen en français ou en anglais selon leur préférence. Seuls seront évalués la compréhension des principes, la capacité à les appliquer, et la capacité à communiquer et non le niveau de langue en tant que tel.

(The course will be taught in French, and any explanations or clarifications can be provided in English. Students have the option to take their exams in either French or English, according to their preference. The evaluation will focus on understanding the principles, the ability to apply them, and the ability to communicate, rather than the level of language proficiency per se.)

BIOGRAPHIE(S) / BIOGRAPHY

Antoine MEUNIER est diplômé en philosophie de Paris 4 et de l'école de commerce KEDGE BS Programme Grande École. Il a une longue carrière à des postes à responsabilité en Marketing, Communication et Storytelling dans des entreprises FMCG, de services ou de médias. Entrepreneur dans l'âme, il alterne les postes de direction (par exemple directeur de la communication de thecamp) et les initiatives de création, toujours dans une posture d'expert des récits et du marketing digital. Il est actuellement Chief Marketing Officer de Biggie Group.

CULTURE ET MEDIA

NO BUSINESS LIKE SHOW BUSINESS: STRATEGIES IN THE GLOBAL FILM INDUSTRY

Enseignant(s) / Teacher(s): Julien JOURDAN

Niveau / Education Level	Période / Period	Langue d'enseignement / Language of instruction	Effectif max / Max. Staffing	Mode / Teaching Mode
L3 & M1 & EXCHANGE	B2	English	50	In-person

Prérequis / Prerequisites:

Not applicable

SYNOPSIS / OVERVIEW

In this course, we will examine some of the critical features that structure the global filmed entertainment industry, the specific managerial challenges these features pose, and approaches to overcome those challenges. We will explore the trends shaping the industry's evolution and discuss the strategic challenges and opportunities these trends bring about.

The term "film industry" encompasses activities related to the financing, production, distribution, and exploitation of filmed entertainment properties across various supports and platforms. Although my perspective on the industry is global, I will emphasize relevant differences across cultures and geographies.

The course is primarily designed for students who wish to pursue a career in creative industries or plan to work in companies that advise or support the sector. More generally, it will be of interest to students seeking to advance their knowledge of strategy and management in a challenging, rapidly changing, and increasingly digital environment.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES / LEARNING OUTCOMES

1. Develop a nuanced and critical understanding of the economic properties and operating principles that drive the flow of revenues in the filmed entertainment industry.
2. Explore some of the strategies firms in the industry can use to address these specifics and what drives competitive advantage in the industry.
3. Understand how digital technologies have reshaped the industry, pushed its boundaries, and driven industry growth at the global scale.
4. Derive key lessons about the strategic management of organizations facing radical uncertainty.

DESCRIPTION DETAILLEE / DETAILED DESCRIPTION

Thèmes clés / Key Topics:

Strategy, Creative industries, Global business

Organisation du cours – plan détaillé / Course organization - detailed outline:

The course is organized in 6 sessions of 3 hours each (twelve 90-minute sessions) during one bimester:

1. Syllabus and rubrics / introduction

2. No business like global show business

Reading: HENNIG-THURAU & HOUSTON (2018: Ch. 2), Vogel (2011: Ch.1)

Assignment: Team members and project name due

3. Evolutionary trends in the movie industry (I)

Reading: NEGRO and JOURDAN (2025)

4. Evolutionary trends in the movie industry (II)

Reading: JONES (2001)

5. Stars and celebrities

Reading: ROSEN (1981), KURZMAN et al. (2007)

6. Unpacking box office performance

Reading: HADIDA (2009), HENNIG-THURAU & HOUSTON (2018: Ch. 1)

7. Producing

Reading: ELBERSE (2013)

Case: Investing in movies

8. Financing

Reading: JOURDAN (2018)

Short case: Radioactive Pix

9. Filmmaking

Reading: MILLER & SHAMSIE (2005)

10. Distributing and marketing

Reading: VOGEL (2001: Ch. 4), JOURDAN (2019)

11. Greenlight session

Assignment: Greenlight memo due

12. Greenlight session

Contenus ESG / ESG-related content (Environmental – Social – Governance):

Environmental-related content	Social-related content	Governance-related content
1. Minimal content	2. Moderate content	3. Significant content

Objectifs de compétences / Competency Goals:

Transformative Management	Innovative Thinking & Problem Solving	Positive Leadership	Sustainable Business Practises
4. Extensive contribution	4. Extensive contribution	3. Significant contribution	2. Moderate contribution

MATERIEL PEDAGOGIQUE / TEACHING MATERIALS

Readings will be available on BlackBoard (except for book chapters). Short cases prepared for class discussion will be distributed in class.

METHODES PEDAGOGIQUES / TEACHING METHODS

Coursework consists of required weekly class meetings, participation activities, readings, and in-class group exercises and presentations. Given the highly interactive nature of the coursework, most of the learning will take place in the classroom through discussions of cases and interactions with the teacher. You will be asked to work on a fictitious filmed entertainment project, so be prepared to be creative!

TRAVAUX ET ÉVALUATIONS / WORK AND EVALUATIONS

Outils / support / mode d'évaluation Tool/method of evaluation	Durée et format Duration	Pondération dans la notation finale Weight in the final grading
<i>Greenlight project</i>	<i>Groupwork</i>	<i>50%</i>
<i>Final exam</i>	<i>1hr, Individual</i>	<i>50%</i>

Précisions complémentaires / Additional details:

Greenlight Project: In groups of up to 5 students, you will be asked to develop a filmed entertainment project (e.g., movie, TV series) and prepare a short greenlight memo (maximum 10 pages), including both creative and financial components. You will present your project in the last session of the course. The greenlight project will account for 50% of your final grade.

Final Exam: Your knowledge and understanding of the course content and readings will be tested. The final exam will account for 50% of your final grade.

Participation: Your final grade will be adjusted based on the following

- Bonus for regular and relevant participation in class discussions
- Super bonus for outstanding contributions to class discussions
- Penalty for any disrespectful or disruptive behavior in class

BIOGRAPHIE(S) / BIOGRAPHY

Julien Jourdan is a former finance executive at Warner Bros. Pictures. He obtained a PhD in Strategic Management at HEC Paris. In his award-winning dissertation, he studied the strategies of film production companies and specialized investment funds in France. Over the last 15 years, Julien has created and taught courses related to creative industries and the film business at Bocconi University and Paris-Dauphine University. He also occasionally serves as a consultant for media companies in relation to M&A activities.

Julien is also a professor of management and leadership at HEC Paris and the coordinator of the Management and Human Resources department. His research, notably on the film industry, is published in premier academic journals, including the *American Journal of Sociology*, *Academy of Management Journal*, *Organization Science*, and *Strategy Science*. Julien's research has received numerous prizes and is regularly featured in the media (e.g., The Financial Times, Le Monde, Les Echos, Times Higher Education).

LE MARCHE DU TRAVAIL DANS LES PAYS ARABES

Enseignant(s) / Teacher(s): Tarek AL ASFARY

Niveau / Education Level	Période / Period	Langue d'enseignement / Language of instruction	Effectif max / Max. Staffing	Mode / Teaching Mode
L3 & M1 & EXCHANGE	B2	Arabe / Français	15	Présentiel

Prérequis / Prerequisites:

Connaissance de la langue arabe, Niveau B1

SYNOPSIS / OVERVIEW

Pratique écrite et orale de la langue des affaires : étude de certaines situations typiques d'entreprise, mais également travail sur le CV et les lettres de motivation en arabe.

Étude de différentes séquences relatives à la langue arabe en situation professionnelle.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES / LEARNING OUTCOMES

1. Aptitude à comprendre la langue des affaires et à s'exprimer en milieu professionnel dans différents domaines commerciaux, des affaires et de l'entreprise.
2. Procurer des bases solides pour une maîtrise de la communication commerciale en arabe.

DESCRIPTION DÉTAILLÉE / DETAILED DESCRIPTION

Thèmes clés / Key Topics:

Communication, entreprise, dialogue, traduction, culture, coutumes, marché, développement personnel, liens sociaux compréhension des autres, diversité de genre, diversité raciale, droits humains, accès à l'emploi ou à l'éducation pour tous, impact social, économie et société.

Organisation du cours – plan détaillé / Course organization - detailed outline:

6 séances de 3h, une fois par semaine sur un bimestre :

Session 1 : L'accès au marché du travail : culture, éthique et communication en entreprise dans le monde arabe.

Session 2 : Savoir rédiger un CV, lettre de présentation et de motivation en arabe. Exercices oraux et jeux de rôle sur les situations étudiées.

Session 3 : Fonctions et tâches au sein de l'entreprise, organisation du travail, outils et pratiques de l'activité commerciale ; analyse et élaboration d'une offre d'emploi ; préparation à un entretien d'embauche en arabe.

Session 4 : Initiation à la rédaction de documents commerciaux : invitation, demande de renseignements, remerciements, réservations, compte-rendu, etc. Acquisition des méthodes de la communication écrite et orale en contexte professionnel. Élaboration d'un lexique spécialisé.

Session 5 : Approfondissement de la langue professionnelle en particulier celle du commerce extérieur, de l'import/export par des travaux sur la rédaction de lettres commerciales

Session 6 : Maîtriser les vocabulaires et les expressions juridiques et commerciales courantes.

Contenus ESG / ESG-related content (Environmental – Social – Governance):

Environmental-related content	Social-related content	Governance-related content
2. Moderate content	3. Significant content	2. Moderate content

Objectifs de compétences / Competency Goals:

Transformative Management	Innovative Thinking & Problem Solving	Positive Leadership	Sustainable Business Practises
2. Moderate contribution	2. Moderate contribution	3. Significant contribution	3. Significant contribution

MATERIEL PEDAGOGIQUE / TEACHING MATERIALS

Nejmeddine KHAFALLAH, Arabe, langue des affaires, Studyrarna, Paris 2016.

Mohssen ESSEESY, AL-MUNJIZ – ADVANCED BUSINESS ARABIC, Georgetown University Press 2020

METHODES PEDAGOGIQUES / TEACHING METHODS

Exercices écrits, études de cas, jeux de rôles.

TRAVAUX ET ÉVALUATIONS / WORK AND EVALUATIONS

Outils / support / mode d'évaluation Tool/method of evaluation	Durée et format Duration	Pondération dans la notation finale Weight in the final grading
Évaluation par la participation et l'interaction pendant les cours.	15h en individuel	75%
Projet de groupe en fin de semestre	3h en groupe	25%

BIOGRAPHIE(S) / BIOGRAPHY

Tarek AL ASFARY

Formation

Doctorant en Droit et Sciences- Po - Bordeaux (L'Histoire lexicale du code de la famille syrien)

Master 1 et 2 Recherche - Etudes arabes Université Sorbonne nouvelle / Paris III

Master 2 Professionnel - Affaires et commerce international avec les pays émergents - Université Paris Nord / Paris XIII

Expériences Professionnelles

Chargé d'enseignement – département des langues et cultures - HEC Paris – LEA Arabe / Université Paris Nanterre – LLCER / Université Sorbonne Paris Nord, INALCO, Sciences Po – Paris.

DÉCOUVERTE DE LA LANGUE ET DE LA CULTURE CHINOISES

Enseignant(s) / Teacher(s): Weixiu MOREAU

Niveau / Education Level	Période / Period	Langue d'enseignement / Language of instruction	Effectif max / Max. Staffing	Mode / Teaching Mode
L3 & M1 & EXCHANGE	B2	Français / Chinois	15	Présentiel

Prérequis / Prerequisites:

Aucun. Ce cours est destiné aux étudiants qui souhaitent découvrir la Chine dans sa globalité et singularité à travers une présentation factuelle et comparative.

SYNOPSIS / OVERVIEW

Découvrir les Fondamentaux qui façonnent la mentalité chinoise : le confucianisme, le taoïsme, le bouddhisme, et le communisme ; Comprendre la Chine moderne à travers son histoire, les faits sociétaux et ses spécificités communicationnelles. Découverte de la logique chinoise à travers son écriture. Initiation à la langue chinoise avec des notions essentielles.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES / LEARNING OUTCOMES

1. A l'issue des cours, l'étudiant connaîtra les fondamentaux qui façonnent la mentalité chinoise pour avoir une compréhension en amont et éviter des comportements inappropriés aussi bien dans la vie privée que professionnelle.
2. Sortir de sa zone de confort, et approcher de manière non binaire mais interculturelle, l'altérité / une culture très différente
3. Avoir une connaissance de base sur l'écriture chinoise qui est idéographique, véhiculant la pensée ancestrale chinoise, et surtout découvrir la genèse de la logique chinoise pour mieux appréhender les comportements des interlocuteurs chinois.
4. Maîtriser les tons de la langue chinoise pour pouvoir l'approfondir si besoin à l'avenir

DESCRIPTION DÉTAILLÉE / DETAILED DESCRIPTION

Thèmes clés / Key Topics:

Culture chinoise, spécificités linguistiques, compréhension factuelle de la société chinoise, gestion interculturelle.

Organisation du cours – plan détaillé / Course organization - detailed outline:

Séance 1 : La présentation du confucianisme, taoïsme et le débat / la discussion (estimation 2h15min) et l'introduction à l'écriture chinoise (estimation 45min)

Séance 2 : La présentation du bouddhisme / le communisme / d'autres croyances en Chine / le débat et la discussion (estimation 2h15min) et la phonétique / Pinyin (estimation 45min)

Séance 3 : L'Histoire selon les regards chinois / les nouvelles routes de la soie et des ceintures (estimation 2h15min) et la partie langue « savoir comment se présenter en chinois » (estimation 45min)

Séance 4 : Des faits sociétaux : travail, valeurs, gestion relationnelle, étiquettes, savoir-vivre... (estimation 2h15min) et la partie langue « parler de sa famille en chinois » (estimation 45min)

Séance 5 : La rhétorique et la communication à la chinoise (estimation 2h15min) et la partie langue : le bilan et synthèse sur les acquis linguistiques en langue chinoise (estimation 45min)

Séance 6 : Contrôle oral (estimation 60 min) / Visionner des vidéos sur la Chine et Débat bilan (estimation 1h30) / Actualités majeures (estimation 30 min)

Contenus ESG / ESG-related content (Environmental – Social – Governance):

Environmental-related content	Social-related content	Governance-related content
3. Significant content	3. Significant content	1. Minimal content

Objectifs de compétences / Competency Goals:

Transformative Management	Innovative Thinking & Problem Solving	Positive Leadership	Sustainable Business Practises
1. Minimal contribution	3. Significant contribution	3. Significant contribution	2. Moderate contribution

MATERIEL PEDAGOGIQUE / TEACHING MATERIALS

« La Pensée chinoise » et « Traité de l'efficacité » par François JULLIEN : Philosophe, helléniste, professeur d'université, sinologue

Les articles et podcasts de Martin JACQUES : a Senior Fellow at the Department of Politics and International Studies, Cambridge University, and a Visiting Professor at Tsinghua University, Beijing. He is also a non-resident Fellow at the Transatlantic Academy, Washington DC.

METHODES PEDAGOGIQUES / TEACHING METHODS

Présentation sur Powerpoint, discussion débat, vidéo, jeux de rôle.

TRAVAUX ET ÉVALUATIONS / WORK AND EVALUATIONS

Outils / support / mode d'évaluation Tool/method of evaluation	Durée et format Duration	Pondération dans la notation finale Weight in the final grading
<i>Assiduité</i>		50%
<i>Interrogation orale au début de chaque cours sur les contenus du cours précédent</i>		30%
<i>Présentation en binôme d'un dialogue pendant le dernier cours</i>		20%

INTRODUCTION A LA LANGUE ET A LA CULTURE ITALIENNES

Enseignant(s) / Teacher(s): Elisabetta CHIARA

Niveau / Education Level	Période / Period	Langue d'enseignement / Language of instruction	Effectif max / Max. Staffing	Mode / Teaching Mode
L3 & M1 & EXCHANGE	B2	Français / Italien	15	Présentiel

Prérequis / Prerequisites:

Cours pour des étudiants de niveau débutant ou faux débutant en italien.

SYNOPSIS / OVERVIEW

Ce cours vise à développer les compétences socio-culturelles, pragmatiques et linguistiques en italien. Par le biais d'activités ludiques et participatives, il permettra aux étudiants d'apprendre à communiquer efficacement dans un contexte international, tout en offrant une compréhension de la culture du pays.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES / LEARNING OUTCOMES

1. Comprendre des phrases et des expressions fréquemment utilisées en relation avec des domaines immédiats de priorité : informations personnelles et familiales, achats, environnement proche.
2. Se débrouiller dans la plupart des situations rencontrées lors d'un voyage en Italie.
3. Décrire avec des moyens simples sa formation, son environnement immédiat et évoquer des sujets qui correspondent à ses intérêts socio-culturels.

DESCRIPTION DETAILLEE / DETAILED DESCRIPTION

Thèmes clés / Key Topics:

Culture

Société

Risques écologiques et climatiques

Biodiversité

Egalité des chances

L'accès à l'emploi ou à l'éducation pour tous

Diversité des genres

Liens sociaux

Organisation du cours – plan détaillé / Course organization - detailed outline:

6 séances de 3h, une fois par semaine sur un bimestre

Séance 1 : Les bases linguistiques

Salutations, présentations et expressions courantes ; vocabulaire lié à la famille ; la décroissance démographique italienne

Interculturel : Tutoyer ou vouvoyer ?

Séance 2 : La vie quotidienne

Vocabulaire lié à la routine quotidienne ; activités et loisirs en semaine et le week-end ; les jours fériés et les fêtes en Italie.

Interculturel : Italie, entre traditions et modernité.

Séance 3 : Les lieux publics

Se déplacer dans une ville italienne ; la place du vélo dans les villes italiennes ; faire les courses ; aller au café ou au restaurant ; les hôtels et les locations de vacances.

Interculturel :

- Les habitudes italiennes au petit déjeuner
- Un véritable repas italien

Séance 4 : Le monde professionnel : faire partie d'une entreprise

Raconter des événements passés ; présenter l'histoire d'une entreprise ; présenter son CV.

Interculturel : Le stage en entreprise en Italie

Séance 5 : le monde professionnel : interagir

Proposer des rendez-vous ; fixer des réunions ; rédiger des e-mails professionnels simples.

Interculturel :

- Les inégalités de genre au travail
- Les accidents du travail
- La fuite des cerveaux.

Séance 6 : Il bel paese, l'Italie face aux défis du tourisme de masse et des risques écologiques

Les régions italiennes ; les risques écologiques et climatiques ; l'Italie et le tourisme ; les sites patrimoine de l'Unesco ; l'impact des sites sur la biodiversité ; presidio slow food, qu'est-ce ?

Contenus ESG / ESG-related content (Environmental – Social – Governance):

Environmental-related content	Social-related content	Governance-related content
3. Significant content	3. Significant content	1. Minimal content

Objectifs de compétences / Competency Goals:

Transformative Management	Innovative Thinking & Problem Solving	Positive Leadership	Sustainable Business Practises
1. Minimal contribution	3. Significant contribution	3. Significant contribution	2. Moderate contribution

MATERIEL PEDAGOGIQUE / TEACHING MATERIALS

Ouvrages :

Méthodes d'italien général et professionnel :

Dieci A1 e A2

Obiettivo Professione

Un vero affare

Al lavoro

Ressources numériques :

Vidéos disponibles sur Alma TV, RaiPlay, Corriere tv, reptv

Activités sur Bookwidget

Quiz sur Kahoot

METHODES PEDAGOGIQUES / TEACHING METHODS

L'objectif de ce cours est de développer les compétences linguistiques des élèves et d'élargir leur connaissance de la société et de la culture italiennes, en mettant en avant l'aspect interculturel tout en évitant les clichés.

Pour ce faire, nous utiliserons des documents authentiques, tels que des articles de presse et des vidéos. Ces supports seront l'objet d'activités de compréhension et d'expressions orale et écrite.

Nous souhaitons que l'apprentissage se fasse de façon ludique et participative, l'élève sera donc sollicité à participer activement au cours, par le biais de débat, quiz, jeux de rôle, présentations.

Activités de compréhension orale et écrite sur la plateforme Bookwidgets

Quiz

Jeux de rôle

TRAVAUX ET ÉVALUATIONS / WORK AND EVALUATIONS

Outils / support / mode d'évaluation Tool/method of evaluation	Durée et format Duration	Pondération dans la notation finale Weight in the final grading
<i>Contrôle continu</i>	<i>Individuel/group</i>	<i>50%</i>
<i>Examens écrits et oraux périodiques</i>	<i>Individuel/group</i>	<i>30%</i>
<i>Examen final écrit</i>	<i>Individuel</i>	<i>20%</i>

BIOGRAPHIE(S) / BIOGRAPHY

Elisabetta Chiara est italienne et diplômée en lettres classiques de l'université de Palerme.

Chargée des cours d'italien à HEC pendant 12 ans, elle enseigne actuellement à l'Ecole polytechnique et à Telecom Paris.

Son objectif est de booster les compétences linguistiques des étudiants pour qu'ils fassent la différence demain en milieu professionnel.

Elle forme également à l'italien des cadres de tous secteurs d'activité et met cette expérience à profit pour que ses cours soient orientés business.

Ses cours s'appuient sur des contenus d'actualité socio-économique et elle élabore personnellement des activités pédagogiques 100 % digitales.

INTRODUCTION AU JAPONAIS - COMMUNICATION INTERCULTURELLE ET PROFESSIONNELLE

Enseignant(s) / Teacher(s) : Kuniko BRAGHINI

Niveau / Education Level	Période / Period	Langue d'enseignement / Language of instruction	Effectif max / Max. Staffing	Mode / Teaching Mode
L3 & M1 & EXCHANGE	B2	Français / Japonais	15	Présentiel

Prérequis / Prerequisites:

S'adresse aux étudiants qui n'ont **jamais étudié le japonais**. Il s'agit d'un cours de niveau **A1**.

SYNOPSIS / OVERVIEW

Le cours présente la culture et la langue japonaise au niveau débutant (A1). C'est un cours général, pratique et concret, centré sur la vie quotidienne au Japon. Nous allons également traiter la communication dans les affaires avec les Japonais. Il est particulièrement destiné aux étudiants envisageant de partir, un jour, au Japon, en échange universitaire ou à titre personnel (travail ou voyage).

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES / LEARNING OUTCOMES

1. Les étudiants connaîtront les fondamentaux de la langue japonaise, les expressions de base, et les mots de tous les jours pour tenir des conversations simples.
2. Les étudiants pourront également lire et écrire les *HIRAGANA* et *KATAKANA* (écritures phonétiques de base).
3. Les étudiants auront acquis les éléments culturels essentiels et découvriront ainsi, progressivement, la façon de penser japonaise dans la société et sa traduction dans la vie quotidienne.

DESCRIPTION DETAILLEE / DETAILED DESCRIPTION

Thèmes clés / Key Topics:

Culture, Communication (Comprendre les autres), Langue Japonaise, Impact social, Liens sociaux, interculturalité

Organisation du cours – plan détaillé / Course organization - detailed outline:

6 séances de 3h, une fois par semaine sur un bimestre

Séance 1 : Introduction de la langue japonaise / expressions de base / vocabulaire usuel / apprentissage des *HIRAGANA*

<Vie au Japon> les écritures japonaises dans la rue / les gestes de salutation

Séance 2 : Expressions de base / vocabulaire usuel / apprentissage des *HIRAGANA* / chiffres / copule « *DESU* »

<Vie au Japon> la maison japonaise, *WASHITSU* (la pièce japonaise)

Séance 3 : Contrôle de l'écriture *HIRAGANA* / apprentissage des *KATAKANA*/démonstratifs « Système *Ko-So-A-Do*» / heures

<Vie au Japon> *WASHOKU*, la cuisine japonaise

Séance 4 : Se présenter (oral) / calendrier / verbes de base en *MASU* / conjugaisons de « *DESU* » et de verbe en *MASU*

<Communication dans le monde des affaires > Cas 1

Séance 5 : Verbes de déplacement : « Quand, avec qui, par quel moyen de transport et où allez-vous ? »

< Communication dans le monde des affaires > Cas 2

Séance 6 : Décrire une journée avec les verbes d'action

<Exposé> la culture japonaise au quotidien

Contenus ESG / ESG-related content (Environmental – Social – Governance):

Environmental-related content	Social-related content	Governance-related content
1. Minimal content	3. Significant content	1. Minimal content

Objectifs de compétences / Competency Goals:

Transformative Management	Innovative Thinking & Problem Solving	Positive Leadership	Sustainable Business Practises
1. Minimal contribution	3. Significant contribution	1. Minimal contribution	1. Minimal contribution

MATERIEL PEDAGOGIQUE / TEACHING MATERIALS

Minna no Nihongo (3Anetwork), *Irodori* (Fondation du Japon)

Business Communication in Japanese (Edition Apurikottto)

« *Les 800 expressions pour tout dire en japonais* » (K.Braghini / Chez FIRST)

METHODES PEDAGOGIQUES / TEACHING METHODS

Approche naturelle, méthode destinée aux débutants.

Méthode pratique et concrète adaptée à la vie quotidienne

TRAVAUX ET ÉVALUATIONS / WORK AND EVALUATIONS

Outils / support / mode d'évaluation Tool/method of evaluation	Durée et format Duration	Pondération dans la notation finale Weight in the final grading
<i>Participation*</i>		30%
<i>Travaux écrits**</i>		40%
<i>Test (ou devoir) final</i>		30%

Précisions complémentaires / Additional details:

*Participation : se présenter, questionnaire communication, participation dans le cours, assiduité

**Travaux écrits : contrôles des écritures (*HIRAGANA/KATAKANA*), rapport sur la culture japonaise, devoirs écrits

BIOGRAPHIE(S) / BIOGRAPHY

Professeur de japonais dans les grandes écoles (Ecole Polytechnique, ENSTA, CentraleSupélec, MINES, ISC Paris, INALCO)

Enseigne le japonais à HEC Paris depuis 2007

Autrice du Petit Livre « *Les 800 expressions pour tout dire en japonais* », « *Le petit livre des Kanji tome I et tome II* », et « *l'Essentiel du japonais pour les nuls* » (co-auteur) (Chez FIRST).

DECOUVERTE DE LA CULTURE BRESILIENNE A TRAVERS SA LANGUE

Enseignant(s) / Teacher(s): Monica RIBEIRO CUNHA

Niveau / Education Level	Période / Period	Langue d'enseignement / Language of instruction	Effectif max / Max. Staffing	Mode / Teaching Mode
L3 & M1 & EXCHANGE	B2	Français / Portugais	15	Présentiel

Prérequis / Prerequisites:

Destiné aux étudiants débutants.

SYNOPSIS / OVERVIEW

Découverte de la culture et de la société brésiliennes pour les étudiants partant en échange et/ou voulant apprendre le portugais du Brésil.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES / LEARNING OUTCOMES

1. Dans une situation professionnelle, l'étudiant sera capable de se présenter et de parler des sujets de son environnement immédiat en portugais brésilien, à l'écrit et à l'oral.
2. Atteindre le niveau A1 du CECRL en portugais brésilien.
3. L'étudiant connaîtra des informations sur la culture et la société brésilienne (quelques personnalités, les régions, quelques villes, un peu sur la gastronomie, le cinéma, la musique, la littérature, etc.).
4. Dans une situation professionnelle, l'étudiant sera capable de comprendre les enjeux interculturels.

DESCRIPTION DETAILLEE / DETAILED DESCRIPTION

Thèmes clés / Key Topics:

Culture

Société

Biodiversité

Egalité des chances

L'accès à l'emploi ou à l'éducation pour tous

Liens sociaux

Organisation du cours – plan détaillé / Course organization - detailed outline:

6 séances de 3h, une fois par semaine sur un bimestre :

Session 1 : La vie à la brésilienne (S-related content : 2)

Session 2 : Découvrir le Brésil (les régions, la ville, la biodiversité) (E-related content : 2)

Session 3 : Les loisirs des Brésiliens : « futebol », « churrasco » et « novela » (S-related content : 3)

Session 4 : L'université pour tous - la vie d'étudiant au Brésil (S-related content : 3)

Session 5 : La cuisine brésilienne (S-related content : 3)

Session 6 : Voyager au Brésil (E-related content : 3)

Contenus ESG / ESG-related content (Environmental – Social – Governance):

Environmental-related content	Social-related content	Governance-related content
3. Significant content	3. Significant content	1. Minimal content

Objectifs de compétences / Competency Goals:

Transformative Management	Innovative Thinking & Problem Solving	Positive Leadership	Sustainable Business Practises
2. Moderate contribution	2. Moderate contribution	3. Significant contribution	2. Moderate contribution

MATERIEL PEDAGOGIQUE / TEACHING MATERIALS

BOSI, A., *História concisa da Literatura brasileira*. São Paulo, Brasil, Cultrix. 2017.

BUARQUE DE HOLANDA, S. *Raízes do Brasil*. São Paulo, Brasil, Companhia das Letras. 1995.

CASTELLANOS-PAZOS, J. A., HUBACK, A. P., MOREIRA, R. A., *Gramática do português brasileiro*. Barcelone, Espagne, Difusión.

COIMBRA, I., MATA COIMBRA, O., *Gramática ativa 1 - Versão brasileira*. Lisbonne, Portugal, Editora Lidel. 2012.

DUMONT, J., FLECHET, A., PIMENTA VELOSO, M., *Histoire culturelle du Brésil (XIX - XXI siècles)*. Aubervilliers, IHEAL. 2019.

EBERLEIN O. F. LIMA (et alii). *Novo avenida Brasil 1*. Rio de Janeiro, Brésil, EPU. 2008.

KEMP, P., *Le cinéma d'Amérique Latine. Tout sur le cinéma*. Paris, Flammarion. 2021.

MONTAGNE GOMES, A., *De Rio à Paris - Ma cuisine de cœur*. Paris, Flammarion. 2023.

NAGAMINE SOMMER, N., NAGAMINE WEIDMANN, O. *Oi, Brasil*. Livro de curso. Munique, Allemagne, Editora Hueber. 2018.

NAGAMINE SOMMER, N., NAGAMINE WEIDMANN, O. *Oi, Brasil*. Livro de exercícios. Munique, Allemagne, Editora Hueber. 2018.

Ressources numériques :

<https://globoplay.globo.com/>

<https://tvbrasil.ebc.com.br/>

<https://www.lettras.mus.br/>

<https://www.adorocinema.com/>

METHODES PEDAGOGIQUES / TEACHING METHODS

Exposé, jeu de rôles, mise en situation.

TRAVAUX ET ÉVALUATIONS / WORK AND EVALUATIONS

Outils / support / mode d'évaluation Tool/method of evaluation	Durée et format Duration	Pondération dans la notation finale Weight in the final grading
<i>Contrôle continu</i>	<i>15 min</i>	<i>80%</i>
<i>Présentation orale sur un thème au choix</i>	<i>3/5 minutes</i>	<i>20%</i>

INTRODUCTION A LA LANGUE ET CULTURE RUSSE

Enseignant(s) / Teacher(s): Natalia CABANNE

Niveau / Education Level	Période / Period	Langue d'enseignement / Language of instruction	Effectif max / Max. Staffing	Mode / Teaching Mode
L3 & M1 & EXCHANGE	B2	Français / Russe	15	Présentiel

Prérequis / Prerequisites:

Ce cours est destiné aux débutants et faux débutants en russe

SYNOPSIS / OVERVIEW

Ce cours s'adresse aux étudiants intéressés par la culture et la langue russe. Il présente de façon générale et concrète la vie quotidienne en Russie afin de mieux comprendre ce pays lors d'échanges à titre personnel (travail ou voyage). Un aperçu de sa richesse culturelle est donné au travers d'exemples artistiques et historiques.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES / LEARNING OUTCOMES

1. Savoir se présenter.
2. Acquérir le vocabulaire le plus fréquent (verbes, adjectifs et adverbes) mais aussi les bases de grammaire (affirmatif, négatif, présent, passé).
3. Acquérir les bases de la culture russe pour mieux s'adapter à la vie quotidienne dans le cadre d'un séjour ou permettre des échanges avec des russophones dans le monde (conversations simples).
4. Lire et écrire en cursive.

DESCRIPTION DETAILLEE / DETAILED DESCRIPTION

Thèmes clés / Key Topics:

Découverte de la culture et de la langue russe à travers des exemples de la vie quotidienne, artistique et historique. Gestion interculturelle. Compréhension des autres. Spécificités de l'éducation, l'enseignement et l'enseignement supérieur en Russie. La pollution des villes, le recyclage, le tri en Russie.

Organisation du cours – plan détaillé / Course organization - detailed outline:

6 séances de 3h, une fois par semaine sur un bimestre :

Séance 1 : Se présenter – Découverte de l'alphabet et des adverbes.

Séance 2 : Parler de sa famille (du rôle de chacun en Russie), des professions, de la vie quotidienne.

Séance 3 : Le système des verbes (verbes du 1^{er} groupe : étudier, écouter, jouer, se promener, travailler...), la conjugaison à travers des verbes d'action, la déclinaison - accusatif – Lecture de texte - Conversation

Séance 4 : Les verbes du 2^{ème} groupe (aimer, parler, cuisiner) – calendrier (les jours de la semaine) – on commence la 2ème déclinaison : locatif (où tu es, où tu habites, où tu travailles, où tu fais tes études) - l'enseignement supérieur en Russie comparé avec la France.

Séance 5 : Repas, qu'est-ce que les Russes mangent, la culture du repas, des plats traditionnels, les adjectifs.

Séance 6 : Conversation, les grandes villes de la Russie, regarder une vidéo sur la culture Russe et la vie des étudiants universitaires.

Contenus ESG / ESG-related content (Environmental – Social – Governance):

Environmental-related content	Social-related content	Governance-related content
3. Significant content	3. Significant content	1. Minimal content

Objectifs de compétences / Competency Goals:

Transformative Management	Innovative Thinking & Problem Solving	Positive Leadership	Sustainable Business Practises
1. Minimal contribution	3. Significant contribution	3. Significant contribution	2. Moderate contribution

MATERIEL PEDAGOGIQUE / TEACHING MATERIALS

« Russe Express 1 - Le russe à grande vitesse» Svetlana KHATCHATOUROVA, Editeur : [Les éditions européennes](#)

« Zhili-byli » MILLER L.V., POLITOVA L.V.

METHODES PEDAGOGIQUES / TEACHING METHODS

Beaucoup de travail en binôme en classe, Conversation/Dialogue, Devoirs à faire à domicile, Exposé en classe, Méthode pratique et concrète adaptée à la vie quotidienne

TRAVAUX ET ÉVALUATIONS / WORK AND EVALUATIONS

Outils / support / mode d'évaluation Tool/method of evaluation	Durée et format Duration	Pondération dans la notation finale Weight in the final grading
Contrôle continu (autoprésentation, devoirs écrits, participation, assiduité)		100%

BIOGRAPHIE(S) / BIOGRAPHY

Professeur de russe dans les grandes écoles (ENSTA, CentraleSupélec, Paris Saclay Orsay)

Natalia Cabanne enseigne le russe à HEC Paris depuis 2010.

CULTURE, BUSINESS AND THE WORKING WORLD IN SPAIN AND LATIN AMERICA

Enseignant(s) / Teacher(s): Florencia AMORENA

Niveau / Education Level	Période / Period	Langue d'enseignement / Language of instruction	Effectif max / Max. Staffing	Mode / Teaching Mode
L3 & M1 & EXCHANGE	B2	Spanish	15	In-person

Prérequis / Prerequisites:

The minimum level required for the Business Spanish course is **B1** according to the Common European Framework of Reference for Languages (CEFR).

This course is designed to enhance your Spanish skills while exploring culture, business, and the professional world in Spain and Latin America.

Therefore, if Spanish is your native language, please note that this course may not fully meet your learning objectives.

SYNOPSIS / OVERVIEW

In this course, we will work together to improve your fluency in Spanish, focusing on both oral production and interaction, as well as written communication.

We will explore a variety of topics related to business, culture, and society in Spain and Latin America. Special emphasis will be placed on developing your business vocabulary through the use of authentic materials such as company documents, professional communications, and real-world case studies.

In addition to strengthening your speaking and writing skills, we will also reinforce your reading and listening comprehension, while expanding your grammar and vocabulary.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES / LEARNING OUTCOMES

By the end of the course, students will be able to:

1. Communicate confidently in Spanish in professional contexts, both orally and in writing.
2. Use appropriate vocabulary and grammar related to key business fields such as development, analysis, business law, and finance.
3. Draft professional communications in Spanish, including emails and reports.
4. Participate actively in meetings, deliver presentations, lead negotiations, and resolve conflicts in Spanish-speaking professional environments.
5. Prepare and present job applications in Spanish, including writing CVs, cover letters, and conducting interviews.

6. Analyze and discuss the economic, business, and entrepreneurial contexts of Spain and Latin America.
7. Apply effective communication strategies when working in multicultural and international teams.
8. Plan and organize a professional event in Spanish, managing communication, logistics, and promotion.
9. Embrace linguistic challenges by stepping outside their comfort zone, taking risks, and striving for continuous improvement in their Spanish skills

DESCRIPTION DETAILLEE / DETAILED DESCRIPTION

Thèmes clés / Key Topics:

Intercultural communication - Gender and work - Diversity and inclusion - Corporate social responsibility (CSR) - Ethics in the workplace - Workplace dynamics - Cultural differences - Governance and fairness - Conflict in multicultural teams - Professional values and decision-making - Corporate governance - Ethics in business - Corporate social responsibility (CSR) - Transparency - Accountability - Decision-making - Governance structures

Organisation du cours – plan détaillé / Course organization - detailed outline:

6 sessions of 3 hours each, once a week over one bimester.

Classes will combine a variety of activities: conversational dynamics, analysis of real-world business situations, vocabulary acquisition, and exploration of social, political, and economic issues related to Spain and Latin America.

In the final part of the course, students will be responsible for organizing and leading a roundtable discussion with a Spanish-speaking professional guest.

They will choose the topics, prepare the vocabulary and guiding questions, and coordinate the event.

Session 1: Course Introduction and Initial Assessment

- Presentation of the course structure, objectives, expectations, and final project (roundtable event).
- Diagnostic assessment of Spanish proficiency through a professional context activity:
 - Introduction to major Spanish and Latin American companies.
 - Lexical work related to business sectors and company descriptions.
 - Oral presentations: describing, analyzing, and evaluating companies

Objective:

Assess the ability to present, describe, and evaluate in Spanish at a minimum B1 level, within a professional context.

Session 2: Working in a Multicultural Context – Spain and Latin America

- Introduction to the concept of cultural dimensions: analysis of the "8 Scales of Culture" model.
- Case studies and comparison of professional behaviors between Spain and Latin America.
- Lexical and functional work:
 - Expressing comparisons and contrasts.
 - Analyzing graphs and charts related to business and cultural data.

- Expressing opinions and value judgments.

Objective:

Develop the ability to compare cultural behaviors, interpret visual data (graphs, charts), and express structured opinions and evaluations in Spanish.

Session 3: Preparing for the Job Market – Spain and Latin America

- Preparing application documents: CVs, cover letters, and emails.
- Vocabulary and expressions used in recruitment processes.
- Interview simulations:
 - Practicing common questions and answers.
 - Developing strategies to present oneself effectively in Spanish.
- Group dynamics exercises simulating real job selection processes:
 - Active listening, reacting spontaneously, negotiating ideas, and defending positions.
- Screening and discussion:
 - Mini-documentary on gender issues in recruitment practices in Spain.
 - Debate on bias, diversity, and inclusion in professional environments.

Objective:

Strengthen oral interaction skills through realistic job interview and group dynamics simulations, while fostering critical thinking about diversity, equity, and inclusion in professional contexts.

Session 4: Corporate Governance and Ethics in Business

- Introduction to corporate governance:
 - Definition, principles, and importance for companies.
 - Reading and discussion based on selected excerpts from governance codes or company reports.
- Workplace ethics and corporate responsibility:
 - Case study analysis (e.g., Torreblanca company):
 - Ethical dilemmas related to natural resource management.
 - Discussion of ethical decision-making processes in business.

Objective:

Develop critical reading and discussion skills in Spanish through the analysis of corporate governance principles and real-world ethical dilemmas in business contexts.

Session 5: Conflict Resolution and Active Listening in the Workplace

- Introduction to key concepts:
 - Conflict types and resolution strategies.
 - Active listening as a professional skill.
- Practical role-play dynamics:
 - Simulations of workplace conflict situations (negotiation, disagreement in teams, intercultural misunderstandings).
 - Developing empathy, communication strategies, and solution-oriented dialogue.
- Review and consolidation of Spanish language skills through structured oral practice.

Objective:

Strengthen spontaneous oral expression in Spanish while developing strategies for managing conflicts and improving communication in professional environments.

Session 6: Final Assessment and Roundtable Event

- Final assessment:
 - Written and/or oral evaluation based on the contents covered throughout the course (business Spanish, communication strategies, cultural knowledge).
- Student-led roundtable event:
 - Coordination and active participation in a discussion with a Spanish-speaking professional guest.
 - Application of business Spanish skills in a real-life professional exchange.
- Closing reflections:
 - Discussion on learning outcomes, personal progress, and professional applications of the skills developed during the course.

Objective:

Consolidate all acquired competencies by applying business Spanish skills in formal assessments and real-world professional interactions.

Contenut ESG / ESG-related content (Environmental – Social – Governance):

Environmental-related content	Social-related content	Governance-related content
1. Minimal content	3. Significant content	2. Moderate content

Objectifs de compétences / Competency Goals:

Transformative Management	Innovative Thinking & Problem Solving	Positive Leadership	Sustainable Business Practises
2. Moderate contribution	3. Significant contribution	2. Moderate contribution	1. Minimal contribution

MATERIEL PEDAGOGIQUE / TEACHING MATERIALS

- CASCÓN SORIANO, Pablo (2000). *El conflicto: causas, dinámicas y perspectivas de superación*. Madrid: Los Libros de la Catarata.
- CHAMORRO-PREMUZIC, Tomás (2020). *¿Por qué tantos hombres incompetentes se convierten en líderes?* Madrid: Empresa Activa.
- DEUTSCH, Morton (2000). *Resolución de conflictos: Teoría y práctica*. Buenos Aires: Paidós.
- ESCORIHUELA, Daniel (2015). *Comunicación efectiva: técnicas de escucha activa y empatía*. Madrid: Editorial CCS.
- GONZÁLEZ REY, Fernando L. (2000). *Conflicto y negociación*. Madrid: Editorial Morata.
- GONZÁLEZ, María Luisa (2004). *La escucha activa: base de la comunicación interpersonal*. Barcelona: Editorial UOC.
- IRIARTE ROMERO, Emilio y NÚÑEZ PÉREZ, Emilia (2009). *Empresa siglo XXI: el español en el ámbito profesional*. Madrid: Edinumen.
- LOZANO, Félix (2011). *¿Qué es la ética de la empresa?* Madrid: Editorial Proteus.
- MEYER, Erin (2015). *El mapa cultural: Romper las barreras invisibles de los negocios internacionales*. Madrid: Ediciones
- SCHMIDT, Carlos (2010). *Asuntos de negocios*. Madrid: Edinumen.
- URY, William (2015). *Supere el no: Cómo negociar con personas que adoptan posiciones difíciles*. Barcelona: Editorial Debate.

METHODES PEDAGOGIQUES / TEACHING METHODS

Case studies

Role plays and simulations

Video productions and video analysis

Structured debates and open discussions

Problem-solving workshops

Negotiation and conflict resolution exercises

TRAVAUX ET ÉVALUATIONS / WORK AND EVALUATIONS

Outils / support / mode d'évaluation Tool/method of evaluation	Durée et format Duration	Pondération dans la notation finale Weight in the final grading
<i>Written test</i>	<i>1h30 individual</i>	<i>50%</i>
<i>Class participation</i>	<i>Ongoing</i>	<i>25%</i>
<i>Group dynamics or oral interactions</i>	<i>Two (oral presentations, role play)</i>	<i>25%</i>

BIOGRAPHIE(S) / BIOGRAPHY

Florencia Amorena is the Spanish coordinator at HEC Paris. She has over ten years of experience teaching courses related to Latin American and Spanish cultures and societies. Holding a Ph.D. in Argentine Literature, she focuses on analyzing contemporary society through its cultural expressions, with a particular interest in literature.

POETRY AND PAINTING: THE POWER OF WORD AND IMAGE

Enseignant(s) / Teacher(s): Paul LEITCH

Niveau / Education Level	Période / Period	Langue d'enseignement / Language of instruction	Effectif max / Max. Staffing	Mode / Teaching Mode
L3 & M1 & EXCHANGE	B2	English	20	In-person

Prérequis / Prerequisites:

Not applicable.

SYNOPSIS / OVERVIEW

In this course we will analyse the power of the word and the image through a study of the masters of these mediums: poets and painters. Artists we will look at include Leonardo da Vinci and Botticelli, the pre-Raphaelites, Shakespeare and Yeats. Particular attention will be given to female artists: Gentileschi, De Lempicka and Valadon, Emily Dickinson, Stevie Smith and Sylvia Plath.

In each class, we will study some poems and some paintings. We will also think about the links between these two "sister arts". For example, we will read some of the writings of Leonardo da Vinci on the differences between poetry and painting and study his portrait of the poetess Ginevra de' Benci. We will study Botticelli's "poetic" masterpiece "Primavera", as well as some pre-Raphaelite paintings which take their inspiration from poems. We will also look at some poems which deal with the subject of painting: Emily Dickinson's "I would not paint - a picture" and Shakespeare's sonnet "Mine eye hath played the painter". In addition, we will look at some poets who were also visual artists themselves – William Blake, WB Yeats and Sylvia Plath. Finally, a main aim of this course is to look at some great female artists, so we will have lessons on Artemisia Gentileschi and Tamara de Lempicka, amongst others. Students can also propose their own artists to discuss.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES / LEARNING OUTCOMES

1. To increase your appreciation of art and beauty by studying some great painters and poets
2. To appreciate the power of word and image
3. To gain experience giving a presentation and animating a discussion in English
4. To get a feel for the rhythm of the English language.

In addition to developing a keen critical mind, you will broaden your cultural horizons and also get experience of giving a presentation and animating a discussion in English.

DESCRIPTION DETAILLEE / DETAILED DESCRIPTION

Thèmes clés / Key Topics:

Culture, Poetry, Painting, Gender diversity

Organisation du cours – plan détaillé / Course organization - detailed outline:

6 sessions of 3 hours, once per week during one bimester

Each session will look at a couple of painters and poets. The provisional “lesson planner” is as follows.

Class 1: Robert Frost “The Road Not Taken”, “The Oven Bird”, “Stopping by Woods on a Snowy Evening”; Stevie Smith “Not Waving but Drowning”; Tamara de Lempicka “Self-Portrait in Green Bugatti”.

Class 2: Leonardo da Vinci “Portrait of Ginevra de’ Benci”; Shakespeare “Shall I compare thee to a summer’s day?”, “Mine eye hath played the painter”.

Class 3: Botticelli “Primavera”; Dickinson “I would not paint – a picture”, “A Spider Sewed at Night”, “The Spider Holds a Silver Ball”.

Class 4: Artemisia Gentileschi “Self-Portrait as the Allegory of Painting”, Sylvia Plath “Ariel”.

Class 5: Keats “La Belle Dame sans Merci”; Tennyson “The Lady of Shalott”; pre-Raphaelite paintings of these poems.

Class 6: Blake “The Tyger”; Yeats “The White Birds”, “All things uncomely and broken”, “The Song of the Wandering Aengus” (+ some links with French poetry); Suzanne Valadon “The Blue Room”.

Contenus ESG / ESG-related content (Environmental – Social – Governance):

Environmental-related content	Social-related content	Governance-related content
1. Minimal content	4. Extensive content	1. Minimal content

Objectifs de compétences / Competency Goals:

Transformative Management	Innovative Thinking & Problem Solving	Positive Leadership	Sustainable Business Practises
1. Minimal contribution	3. Significant contribution	2. Moderate contribution	1. Minimal contribution

MATERIEL PEDAGOGIQUE / TEACHING MATERIALS

I will provide an “anthology” of paintings and poems we will discuss, and some scholarly articles about them. I will also bring into class some art books and magazines for you to browse and enjoy. I will also bring in a painting in the Italian style to illustrate the principle of “sfumato”.

For example:

Leonardo on Painting, An Anthology of Writings

WB YEATS, “The Symbolism of Painting”, “The Symbolism of Poetry”

Sally BAYLEY *Eye Rhymes. Sylvia Plath’s Art of the Visual*

Mary D GARRARD, *Artemisia Gentileschi. The Image of the Female Hero in Italian Baroque Art.*

Great Women Painters

Women Artists: An Illustrated History

Passion by Design: The Art and Times of Tamara de Lempicka

Christopher WOOD, *The Pre-Raphaelites*

Charles DEMPSEY, *The portrayal of love : Botticelli's Primavera and humanist culture at the time of Lorenzo the Magnificent*

Giorgio VASARI, *Lives of the Painters*

Walter PATER, *Studies in the History of The Renaissance*

METHODES PEDAGOGIQUES / TEACHING METHODS

Group discussion and analysis.

TRAVAUX ET ÉVALUATIONS / WORK AND EVALUATIONS

Outils / support / mode d'évaluation Tool/method of evaluation	Durée et format Duration	Pondération dans la notation finale Weight in the final grading
<i>Introduction</i>		50%
<i>Class participation</i>		50%

Précisions complémentaires / Additional details:

Credit is given for your positive contribution to class.

BIOGRAPHIE(S) / BIOGRAPHY

After obtaining a first-class degree in English Literature, **Paul Leitch** wrote an MA dissertation on WB Yeats and French poetry (Verlaine, Mallarmé...) and a PhD thesis on TS Eliot and French poetry (Baudelaire, Valéry, Rimbaud...). As a student of comparative literature, he also studied the relations between literature and the arts. He has published articles / book chapters on TS Eliot, Jules Laforgue and George Butterworth's musical settings of AE Housman's poetry. He married into a family of painters and musicians. He has taught poetry and Shakespeare at HEC for nearly 10 years now (first in the English department, then as an elective).

UNDERSTAND THE NEWS: UNDERSTAND YOUR WORLD

Enseignant(s) / Teacher(s): Marina YALOYAN

Niveau / Education Level	Période / Period	Langue d'enseignement / Language of instruction	Effectif max / Max. Staffing	Mode / Teaching Mode
L3 & M1 & EXCHANGE	B2	English	40	In-person

Prérequis / Prerequisites:

Intermediate English level.

SYNOPSIS / OVERVIEW

Understanding the world around you is not only a question of general culture but a question of good decision-making in the future. If you are passionate about analyzing news, debating, and better understanding major international conflicts, this class is for you. Here we leave our comfort zone and dive into the world of media to build opinion not based on bias and impressions but on facts. We also learn to analyse the world's most complex conflicts.

"The evil in this world always comes from ignorance, and good intentions may do as much harm as malevolence, if they lack understanding". - Albert Camus

In the first part of this class, we learn the tools that journalists and editors use to select and treat information. Most importantly, we address the issue of objectivity and ethics and learn how to identify different types of media bias. We also talk about how social media has transformed journalism and the spread of fake news. We organize a panel discussion with selected articles / video reports of your choice that you analyse in class.

Next, we raise the question of political correctness and its influence on debate in a democratic society. We analyse persuasion techniques and rhetoric styles that are often used in politics. Then, in groups, we select roles and prepare for a dynamic group debate.

Finally, we address the media coverage of the most controversial conflicts, such as Syrian war, Israeli-Palestinian conflict, Russian-Ukrainian war. We analyse both sides of the conflict, the geography, the historical origins, the actors and the objectives on each side. We also prepare for a final group presentation that will aim to provide an in -depth critical analysis of a current global conflict / issue of your choice.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES / LEARNING OUTCOMES

To provide students with the maximum number of tools to identify different types of media biases, so that they could form their own opinions about current society trends and conflicts.

1. Leadership skills
2. Public speaking, eloquence, clarity, and organization
3. Analysing

4. Art of persuasion
5. Critical thinking
6. Reading and comprehension
7. Creativity
8. Teamwork

DESCRIPTION DETAILLÉE / DETAILED DESCRIPTION

Thèmes clés / Key Topics:

Media Bias and Ethics, Political debates, Global Conflicts.

Organisation du cours – plan détaillé / Course organization - detailed outline:

6 sessions of 3 hours, once per week during one bimester

Session 1	Focus <i>Media bias and Ethics</i>	✓ Intro and warm-up questions - Which news outlets do you trust and why? - How do you decide whether an article is balanced and credible? - What is ethics in news? ✓ 5 Ws, different types of leads ✓ Hard news vs. soft news (objectivity vs interpretation) ✓ 7 elements of news (or how editors select stories) ✓ Different types of media bias <i>Activity 1</i> Editorial Group meeting exercise <i>Activity 2</i> In groups select an article and prepare for a panel discussion for next week.
Session 2	Focus <i>Media bias and Ethics / Debate</i>	✓ What is in the news today? (editorial group meeting) <i>Activity 1:</i> Group panel discussion with questions from the audience. Introducing debates: ✓ Right vs left wing political bias with examples ✓ Political correctness and its influence on a political debate ✓ Watch a debate and discuss: rhetoric, credibility, use of facts and examples vs impressions, leadership, repetition, mantra, storytelling, voice power, performance, style.

		<i>Activity 2:</i> Distribute roles and start preparing for debates for next week
Session 3	Focus Debates	✓ What is in the news today? (editorial group meeting) <i>Activity 1 :</i> Do the debates (graded)
Session 4	Focus Global Conflict	Reporting war: ✓ Treatment of global foreign conflict in the media. ✓ Problems of political alliance and perspective / bias by story selection / cultural bias ✓ Use of social media and fake news during war ✓ Use of propaganda during war <i>Activity 1 :</i> Case-study: In groups, analyse the media coverage of: Syrian civil war (past) Israeli-Palestinian conflict Russian-Ukrainian war
Session 5	Focus Global Conflict	✓ Finish discussing case studies: How to do successful presentations ✓ Opening and closing, Rhetorical questions, organisation, style, body language, stage fright. <i>Activity 2 :</i> In groups, start researching and preparing for your final Global Conflict presentation
Session 6	Focus Global Conflict	Final Global Conflict Presentations Critique

Contenus ESG / ESG-related content (Environmental – Social – Governance):

Environmental-related content	Social-related content	Governance-related content
2. Moderate content	4. Extensive content	4. Extensive content

Objectifs de compétences / Competency Goals:

Transformative Management	Innovative Thinking & Problem Solving	Positive Leadership	Sustainable Business Practises
5. N/A	4. Extensive contribution	3. Significant contribution	5. N/A

MATERIEL PEDAGOGIQUE / TEACHING MATERIALS

“When the Press Fails: Political Power and the New Media from Iraq to Katrina” by [W. Lance BENNETT](#), [Regina G. LAWRENCE](#), [Steven LIVINGSTON](#)

“Fact over Fake: a Critical Thinker’s Guide to Media Bias and Political Propaganda” by [Linda ELDER](#), [Richard PAUL](#)

“Breaking the Social Media Prism: How to Make our Platforms Less Polarizing” by Chris BAIL

www.globalissues.org, <http://oilprice.com/Geopolitics/>

<http://www.france24.com/en/>,

<http://edition.cnn.com/>,

<http://www.nytimes.com/>,

<http://www.bbc.com/>,

<http://www.huffingtonpost.com/?country=US>,

<http://www.foxnews.com/>,

<https://wikileaks.org/>,

<http://www.aljazeera.com/>,

<http://the-japan-news.com/>,

<http://online.wsj.com/europe>,

<http://english.cntv.cn/>,

<http://www.bloomberg.com/news/>

METHODES PEDAGOGIQUES / TEACHING METHODS

Discussions, role play, debates, reading, and analysis.

TRAVAUX ET ÉVALUATIONS / WORK AND EVALUATIONS

Outils / support / mode d'évaluation Tool/method of evaluation	Durée et format Duration	Pondération dans la notation finale Weight in the final grading
<i>Participation in debates, discussions and attendance</i>		25%
<i>Debates</i>	<i>In groups 20-30 minutes</i>	25%
<i>Final Global Conflict Presentation</i>	<i>In groups 20-30 minutes</i>	50%

BIOGRAPHIE(S) / BIOGRAPHY

Marina Yaloyan is an American French journalist, a director of International Affairs at the Parliamentary Journal (Journal du Parlement) in Paris, France and a correspondent for the European Committee (Comité de l'Europe). In the past she worked for television: CNN, France 24 and M6, then UNESCO where she was a language editor at Courier.

She has been teaching various courses, including Geopolitics, International News, Art of Presentation, Public Speaking, Media Training, Global Issues and Business English for the past 12 years at top business schools and universities including HEC, ISC and Celsa (Sorbonne). She has also extensive experience in the corporate world teaching Media Training to CEOs and top managers. She graduated with summa cum laude from UCLA (Los Angeles) in English Literature and from Columbia University (New York) in Broadcast Journalism. She is fluent in five languages and is passionate about current events, literature, history, art, traveling, and fashion.

EXPERIENCING FILM ANALYSIS

Enseignant(s) / Teacher(s): Emmanuel BURDEAU

Niveau / Education Level	Période / Period	Langue d'enseignement / Language of instruction	Effectif max / Max. Staffing	Mode / Teaching Mode
L3 & M1 & EXCHANGE	B2	English	50	In-person

Prérequis / Prerequisites:

Not applicable.

SYNOPSIS / OVERVIEW

The course is devoted to a close analysis of movie scenes (duration: between 3 and 10 minutes). Every scene analysis is a joint effort made by the teacher and the students.

Scenes are analysed in terms of mise-en-scène, cinematography, dialogs, sound, editing, rhythm... The course emphasizes, among other things, on how each of these aspects has been evolving, in itself and in regards to the others, since the birth of cinema.

Nevertheless, film analysis does not require any prior knowledge and, above all, does not answer to any general rule of any kind. There is only one way to understand how cinema works, how images and sounds come together to build a certain kind of meaning and emotion: it is to watch and listen, again and again, with endless curiosity. Film analysis is not a science but an experience: this is what this course is about. Therefore, each scene has to be watched, listened and discussed many times. The analysis builds itself as the teacher and the students exchange views, ideas, questions, feelings...

Some of the scenes analysed in this course are taken from registered masterpieces of the art of cinema. Among others: the transition between the country and the city in F.W. Murnau's Sunrise; the opening scene of O. Welles' Citizen Kane; the suicide in R. Rossellini's Germany Year Zero; the hunting scene in J. Renoir's Rules of the Game.

Other scenes are more recent and also less obvious choices. For instance: the « movie » scene in F.F. Coppola's Dracula, the battle between bears in W. Herzog's Grizzly Man, the end of Hong Sang-soo's Hotel by the River. As far as these last examples are concerned, some are selected by the teacher, others by the students themselves, without informing the teacher beforehand (this is how the "game" works).

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES / LEARNING OUTCOMES

This course is all about observation, paying attention, analyzing one's feelings and emotions. It's about cinema but it's also life as a whole. So I hope that at the end of the course the students will not only know more about film but will also feel more, and pay a better attention to every single thing they come across to in their work and in their lives.

The purpose of this course has to do with more than cinema and art only. What is at stake here is basically learning how to look and listen closely, pay attention to details, wanting to always know more, not taking anything for granted, not only when it comes to films but in all areas of life and work. So it must be stressed that the course is mainly about:

- 1) Conducting a collective experience, research and investigation where the teacher and the students play an equal part.
- 2) Sharpening one's senses.
- 3) Developing one's curiosity as a whole.

DESCRIPTION DETAILLEE / DETAILED DESCRIPTION

Thèmes clés / Key Topics:

- Evolution of cinematic language throughout the history cinema, from the golden age of silent film in the 1920s to the digital cinema of the 21st century.
- Evolution of the definition of what constitutes a scene: does it have to be a "miniature film "in itself? or can it be a less definite entity?
- Evolution of the relationships between images and sound (music, noises, dialogs).

Organisation du cours – plan détaillé / Course organization - detailed outline:

Each 3h session is divided into two periods of 1h30, each period being devoted to one scene and one scene only:

- Sessions 1 and 2: Analysis of 4 major opening scenes exemplifying some of the greatest accomplishments of the art of cinema.
- Session 3: Analysis of 2 scenes selected by the teacher in recent films.
- Session 4: Analysis of 2 scenes selected by a group of students taken in 2 movies directed between 1930 and 1970, one French movie and one American one; the teacher doesn't know about the scenes in advance.
- Session 5: Analysis of 2 scenes selected by a group of students taken in 2 movies directed between 2000 and 2022, one European (non-French) movie and one Asian movie; the teacher doesn't know about the scenes in advance.
- Session 6: Final exam.

Contenus ESG / ESG-related content (Environmental – Social – Governance):

Environmental-related content	Social-related content	Governance-related content
2. Moderate content	4. Extensive content	2. Moderate content

Objectifs de compétences / Competency Goals:

Transformative Management	Innovative Thinking & Problem Solving	Positive Leadership	Sustainable Business Practises
2. Moderate contribution	4. Extensive contribution	2. Moderate contribution	2. Moderate contribution

MATERIEL PEDAGOGIQUE / TEACHING MATERIALS

None in particular. This course has to be, first and foremost, a collective experience.

METHODES PEDAGOGIQUES / TEACHING METHODS

Every session works the same: the students first watch a scene two or three times, and then we discuss it together and go back to parts of the scene when needed. The course always goes back and forth between watching (and listening) and talking. It has to be very concrete. In that sense it is almost like a workshop!

TRAVAUX ET ÉVALUATIONS / WORK AND EVALUATIONS

Outils / support / mode d'évaluation Tool/method of evaluation	Durée et format Duration	Pondération dans la notation finale Weight in the final grading
<i>Participation during class</i>	<i>Individual</i>	<i>60%</i>
<i>Final essay (written scene analysis)</i>	<i>Individual</i>	<i>40%</i>

BIOGRAPHIE(S) / BIOGRAPHY

Emmanuel Burdeau is a French film critic. He graduated from HEC in 1996. A former editor in chief for *Cahiers du cinema* (2003-2009), he is the author of several books (on Vincente Minnelli, Billy Wilder, *The Sopranos*...). He also teaches film analysis at ESSEC and contributes to several magazines and newspapers.

ENTREPRENEURSHIP & INNOVATION

FINANCEMENT DES STARTUPS – MÉTHODES ET OUTILS

Enseignant(s) / Teacher(s): Etienne KRIEGER

Niveau / Education Level	Période / Period	Langue d'enseignement / Language of instruction	Effectif max / Max. Staffing	Mode / Teaching Mode
L3 & M1 & EXCHANGE	B2	Français	25	Présentiel

Prérequis / Prerequisites:

Avoir un intérêt prononcé pour les aspects financiers de la création et du développement d'une startup, via des capitaux externes ou en pur autofinancement.

SYNOPSIS / OVERVIEW

Le développement d'un projet innovant est indissociablement lié à son financement. A ses débuts, une jeune entreprise doit généralement faire appel à plusieurs ressources financières, parmi lesquelles le capital-risque est souvent déterminant. Ce séminaire s'adresse à celles et ceux qui souhaitent se familiariser avec le monde du private equity et avec les mécanismes du financement de l'innovation et des jeunes entreprises de croissance.

Vous adopterez le point de vue de la plupart des parties prenantes : investisseurs, entrepreneurs, intermédiaires financiers et experts du secteur. Vous serez également mis en situation réelle d'investissement puisque vous serez chargé(e) de présenter et d'analyser un dossier réel de startup en phase de levée de fonds ou d'entreprise de croissance récemment cotée en bourse.

Ce cours est pertinent pour un grand nombre de situations potentiellement rencontrées par les entrepreneurs en matière de création et de financement des startups. Dans le cadre de ce cours, vous serez confronté à plusieurs situations stratégiques et financières, suivies de débriefings approfondis ainsi que de conférences et de cas illustratifs sur l'art et la science du financement des startups.

Outre les sessions méthodologiques proposées lors des trois premières séances, le format typique d'une session d'analyse de startups sera le suivant :

- Analyse stratégique et financière de startups archétypiques.
- Feedback et recommandations d'investissement.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES / LEARNING OUTCOMES

En suivant ce cours, vous pourrez :

1. Connaître les enjeux et les spécificités de l'innovation et de son financement.

2. Utiliser une méthode de diagnostic financier d'un projet de création-innovation.
3. Vous familiariser avec la structure d'un *business plan* (plan de développement).
4. Bâtir un plan financier prévisionnel... et en connaître les limites.
5. Connaître les sources de financement de l'innovation ainsi que leurs conditions d'octroi.
6. Mieux connaître l'univers du capital-investissement et bénéficier de l'expérience d'entrepreneurs et d'investisseurs en matière de stratégies financières de croissance.
7. Vous permettre d'analyser des projets de startups cotées en bourse ou en phase de levée de fonds.

DESCRIPTION DETAILLEE / DETAILED DESCRIPTION

Thèmes clés / Key Topics:

Startups, Nouvelles Entreprises, Venture Capital, Finance, Stratégie, Financement, Entrepreneuriat, Innovation.

Organisation du cours – plan détaillé / Course organization - detailed outline:

6 séances de 3h, une fois par semaine pendant un bimestre

M1 : Caractéristiques de l'innovation technologique et des nouvelles entreprises.

- Principales étapes du développement d'une start-up. Business plan et modélisation financière.
- Constitution des groupes pour les séances d'analyse stratégique et financière

M2 : Formulation du plan de développement et modélisation financière (suite)

- Financement de l'innovation : sources & conditions d'octroi
- Témoignage d'un entrepreneur autofinancé ou ayant réalisé plusieurs levées de fonds (**A/JC. Dumont**)

M3 : La relation entrepreneur-investisseur.

- Initiation à l'ingénierie financière appliquée aux startups (cf. quiz final - session M6).
- Témoignage d'un entrepreneur en phase de levées de fonds (optionnel).

M4 : Analyse stratégique et financière d'une start-up (Gr.1&2) : **DOCTOLIB & ALAN** (sous réserve)

- Analyse stratégique et financière. Recommandations d'investissement.

M5 : Analyse stratégique et financière d'une start-up (Gr.3&4) : **OPEN AI & MISTRAL AI** (sous réserve)

- Analyse stratégique et financière. Recommandations d'investissement.

M6 : Analyse stratégique et financière d'une start-up (Gr.5) : **QUANDELA** (sous réserve)

- Analyse stratégique et financière. Recommandations d'investissement.
- Synthèse du séminaire et quiz d'ingénierie financière sur www.socrative.com

Contenus ESG / ESG-related content (Environmental – Social – Governance):

Environmental-related content	Social-related content	Governance-related content
2. Moderate content	2. Moderate content	3. Significant content

Objectifs de compétences / Competency Goals:

Transformative Management	Innovative Thinking & Problem Solving	Positive Leadership	Sustainable Business Practises
3. Significant contribution	3. Significant contribution	2. Moderate contribution	2. Moderate contribution

MATERIEL PEDAGOGIQUE / TEACHING MATERIALS

- www.ikigai-colors.com/index.php/blog/
- <https://solutions.lesechos.fr/auteur/etienne-krieger/>
- KRIEGER E. (2023), « **Deep Tech : 4 défis pour l'entrepreneuriat** », Les Echos Solutions, 06/07/2023 : <https://solutions.lesechos.fr/tech/c/deep-tech-4-defis-pour-lentrepreneuriat-39953/>
- KRIEGER E. (2023), « **Quel est le profil-type des startups financées par le capital-risque à leur sortie ?** », Maddynews, 19/12/2023 : www.maddynews.com/2023/12/19/quel-est-le-profil-type-des-startups-financees-par-le-capital-risque-a-leur-sortie/
- KRIEGER E. (2023), « **Les startups, ces entreprises atypiques combinant dérisquage, hypercroissance et cession programmée** », Les Echos Solutions, 17/03/2023 : <https://solutions.lesechos.fr/business-development/c/les-startups-ces-entreprises-atypiques-combinant-derisquage-hypercroissance-et-cession-programmee-36486/>
- KRIEGER E. (2023), « **Les 4 critères principaux que regardent les investisseurs** », Maddynews, 02/08/2023 : www.maddynews.com/2023/08/02/criteres-investisseurs/
- KRIEGER E. & LETHBRIDGE A.C. (2023), « **Allier compétences et personnalités au sein des équipes entrepreneuriales** », adapté de la tribune « *Le succès repose sur l'alchimie de l'équipe dirigeante* », Le Figaro Entrepreneurs, pages 4-5, 4 mai 2016 : www.ikigai-colors.com/index.php/2023/09/04/allier-competences-et-personnalites-au-sein-des-equipes-entrepreneuriales/
- KRIEGER E. (2023), « **L'investissement à impact : avenir du capital-innovation ?** », Les Echos Solutions, 01/09/2023 : <https://solutions.lesechos.fr/financement-assurance/c/linvestissement-a-impact-avenir-du-capital-innovation-40668/>
- KRIEGER E. (2023), « **La proposition de valeur : au cœur du réacteur entrepreneurial** », Les Echos Solutions, 29/09/2023 : <https://solutions.lesechos.fr/business-development/c/la-proposition-de-valeur-au-coeur-du-reacteur-entrepreneurial-41447/>

METHODES PEDAGOGIQUES / TEACHING METHODS

Ce cours est une combinaison de conférences, de discussions et d'études de cas. Vous préparerez et vous engagerez dans une série de situations entrepreneuriales pour lesquelles vous résoudrez des problèmes liés au développement et au financement de startups.

TRAVAUX ET ÉVALUATIONS / WORK AND EVALUATIONS

Outils / support / mode d'évaluation Tool/method of evaluation	Durée et format Duration	Pondération dans la notation finale Weight in the final grading
<i>Présence et participation</i>	<i>Individuel</i>	25%
<i>Travail de groupe (analyse écrite et présentation orale)</i>	<i>Groupe</i>	50 %
<i>Travail individuel : quiz final d'ingénierie financière</i>	<i>Individuel</i>	25 %

Précisions complémentaires / Additional details:

Group Work: Example of Startups / Travail de groupe : exemples de startups

- ✓ **BlaBlaCar** - plateforme de covoiturage : www.blablacar.fr
- ✓ **Open AI** – éditeur de l'IA conversationnelle Chat GPT : <https://openai.com/>
- ✓ **Mistral AI** – modèle de traitement du langage et plateforme de services : <https://mistral.ai/>
- ✓ **Quandela** – ordinateurs quantiques photoniques modulaires : www.quandela.com
- ✓ **Mirakl** - plateforme de marketplace B2B et B2C : www.mirakl.com
- ✓ **Alan** - assurance santé digitale : <https://alan.com/>
- ✓ **Doctolib** – prise et gestion des rendez-vous auprès de professionnels de santé : www.doctolib.fr
- ✓ **Sunday** - paiement par QR code dédié aux restaurants : <https://sundayapp.com/>
- ✓ **Pennylane** - plateforme tout-en-un de gestion financière : www.pennylane.com
- ✓ **Back Market** - plateforme de revente de produits électroniques reconditionnés : www.backmarket.fr
- ✓ **Doctrine** - plateforme d'analyse de données juridiques : www.doctrine.fr
- ✓ **Ledger** - portefeuille de cryptomonnaie sécurisé : www.ledger.com
- ✓ **Shift Technology** - plateforme d'assurance automatisée basée sur l'IA : www.shift-technology.com
- ✓ **Vestiaire Collective** - vente en ligne de mode de luxe d'occasion : <https://fr.vestiairecollective.com/>
- ✓ **Sorare** : jeu de simulation sportive basé sur la blockchain : <https://sorare.com/r/invest>

BIOGRAPHIE(S) / BIOGRAPHY

Étienne Krieger, diplômé d'HEC et docteur ès sciences de gestion à l'Université Paris-Dauphine, est Professeur Affilié à HEC Paris, membre de divers comités stratégiques et expert en matière de stratégie et de finance entrepreneuriale, de la création et du financement de startups jusqu'à leur développement et cession.

Il est directeur académique du programme HEC Challenge + (France & Afrique) et du certificat exécutif « Dirigeant PME : Innovation, Impact & Croissance ». Il est également Conseiller Scientifique du MSc in Innovation and Entrepreneurship (MSIE) d'HEC Paris.

Enseignant à HEC Paris, il a accompagné plus de 1200 créateurs et dirigeants d'entreprises innovantes. Il est président du Club Challenge +, association regroupant une centaine de dirigeants d'entreprises innovantes. Il est membre du comité d'investissement du fonds d'investissement Paris Saclay Seed Fund. Il est par ailleurs cofondateur, administrateur et/ou conseiller de plusieurs entreprises technologiques. Il a accompagné la société Xiring en qualité d'administrateur indépendant, depuis sa cotation sur Euronext Paris jusqu'à l'OPA amicale d'Ingenico. Coauteur de l'ouvrage "De l'entreprise traditionnelle à la start-up : les nouveaux modèles de développement", il a publié de nombreux articles sur le thème de l'innovation, de la confiance et du financement des jeunes entreprises. Il est par ailleurs l'éditeur et le directeur de la publication du site www.ikigai-colors.com, consacré à l'art, à la science, à l'innovation et aux enjeux de société.

Auteur et Directeur de la collection « Outils de pilotage » chez NetPME et NetLEGIS, il a développé une gamme de logiciels de modélisation et d'ingénierie financière. Il est coauteur du MOOC « Créer et développer une startup technologique » réalisé par HEC et l'Ecole Polytechnique. Ce cours diffusé par Coursera a réuni plus de 67 000 inscrits issus de 143 pays. Il a également créé un cours de finance entrepreneuriale pour le premier programme diplômant d'HEC dispensé intégralement en ligne : l'Executive MSc in Innovation and Entrepreneurship (MSIE).

FINANCE & ECONOMICS

BEHAVIORAL ECONOMICS

Enseignant(s) / Teacher(s): **Brian HILL**

Niveau / Education Level	Période / Period	Langue d'enseignement / Language of instruction	Effectif max / Max. Staffing	Mode / Teaching Mode
L3 & M1 & EXCHANGE	B2	English	40	In-person

Prérequis / Prerequisites:

None. Minimal comfort with basic mathematics (basic algebra, probabilities) assumed.

SYNOPSIS / OVERVIEW

Behavioral economics uses methods and insights from psychology in order to better understand the way people make decisions. Its aim is twofold. The first is to document how people depart from standard models of rationality, and in particular the systematic errors that people make: the biases. The second is to develop descriptive models of human decision making, which can inform methods for improving decisions (by yourself, your team, or others).

This approach covers all the main domains of individual and social decision making and offers new tools to understand and influence how people make decisions. Therefore, aside from academic research, behavioral economics has seen increasingly popular applications in finance, marketing and public policy.

The course proposes an overview of the main results from and notions in behavioral economics. It also introduces the experimental methods used to study behavior. Superficial familiarity with these notions can lead to improper applications, and potentially counterproductive interventions. The focus in this course is thus on providing a deeper understanding of the tools and concepts developed in behavioral economics, and acquiring the skills needed to properly apply them. It aims at providing a toolbox for analyzing a real-life situation from a behavioral perspective and developing behavioral responses. In sum, this is a course in critical thinking about judgement and decision making, informed by advances in behavioral sciences.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES / LEARNING OUTCOMES

1. Recognize, properly identify, diagnose and react to main decision biases and behavioral factors, across of a range of decision situations: judgement, choice, risk, time and social.
2. Understand how to distinguish and test decision biases, as well as policies for mitigating them.
3. Be familiar with techniques for reducing biases and understand their relationships to the biases.

DESCRIPTION DETAILLEE / DETAILED DESCRIPTION

Thèmes clés / Key Topics:

Economics and Behavioral Economics, Decision and decision biases, Behavioral Public Policy

Organisation du cours – plan détaillé / Course organization - detailed outline:

6 sessions of 3 hours, once per week during one bimester.

Content will include:

- Overview of the main results and concepts of behavioral economics, in the field of individual judgements and decisions and social preferences.
- Presentation of the methods used to measure decision biases and test behavioral models.
- Presentation of tools for the development and evaluation of behavioral solutions to public policy challenges, including notably those of an environmental and / or social nature (Nudges).
- The course will be based on field or lab experiments, as well as examples in the fields of marketing, finance and public policy.
- Proper mastery of behavioral notions requires deep understanding of their workings, key to understanding how to identify, avoid or affect their real-world consequences. Focus will thus be on mastering the central notions and findings of behavioral economics and recognizing their applications in a range of fields.

Contenus ESG / ESG-related content (Environmental – Social – Governance):

Environmental-related content	Social-related content	Governance-related content
3. Significant content	4. Extensive content	2. Moderate content

Objectifs de compétences / Competency Goals:

Transformative Management	Innovative Thinking & Problem Solving	Positive Leadership	Sustainable Business Practises
3. Significant contribution	4. Extensive contribution	3. Significant contribution	2. Moderate contribution

MATERIEL PEDAGOGIQUE / TEACHING MATERIALS

Provided in class. Indicative texts include:

- Thinking Fast & Slow, D. KAHNEMAN, MacMillan, 2011.
- Nudge, C. SUNSTEIN & R. THALER, Yale UP, 2008.
- Predictably Irrational, D. ARIELY, Harper Collins, 2008.

METHODES PEDAGOGIQUES / TEACHING METHODS

Presentation by instructor with class discussion. Students are expected to read ahead of class if requested, and to prepare, individually or in groups, in-class presentations and short case studies. In-class group discussions and quizzes.

TRAVAUX ET ÉVALUATIONS / WORK AND EVALUATIONS

Outils / support / mode d'évaluation Tool/method of evaluation	Durée et format Duration	Pondération dans la notation finale Weight in the final grading
<i>Course assignments (max 4)</i>	<i>Individual & Group</i>	<i>90%</i>
<i>Participation</i>	<i>Individual</i>	<i>10%</i>

BIOGRAPHIE(S) / BIOGRAPHY

See www.hec.fr/hill

THE ECONOMICS OF CLIMATE CHANGE

Enseignant(s) / Teacher(s): Brian HILL & Stefania MINARDI

Niveau / Education Level	Période / Period	Langue d'enseignement / Language of instruction	Effectif max / Max. Staffing	Mode / Teaching Mode
L3 & M1 & EXCHANGE	B2	English	40	In-person

Prérequis / Prerequisites:

Minimal comfort with basic mathematics (basic algebra, probabilities) assumed.

SYNOPSIS / OVERVIEW

This course will provide a presentation and critical analysis of the central themes in the economics of climate change. Climate change poses important challenges to governments, firms and individuals, who must decide on courses of action for mitigating climatic change as well as adapting to its consequences. Aply navigating debates on government and business policies related to climate change requires a deep understanding of the underlying economic and climatic considerations: superficial familiarity risks leading to ineffective if not counterproductive action. This course will thus present the main pillars for the analysis and evaluation of climate policies, including regulation, carbon tax, and cap and trade systems. It will focus on the central arguments in the policy space and on the difficulties that are particularly acute in the domain of climate decisions, notably the severity of uncertainty, the long time-scale and social issues raised by the breadth of consequences both across individuals and generations. In sum, this is a course in critical thinking for climate policy, informed by cutting-edge research in economics and the relevant decision sciences.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES / LEARNING OUTCOMES

1. Acquire familiarity with the general families of climate policies and the concepts involved in their implementation.
2. Possess working knowledge of the philosophy, methodology and issues involved in their assessment.
3. Understand the difficulties posed by the evaluation of and decision about climate policies and familiarity with approaches for dealing with climate uncertainties and trade-offs across time and individuals.
4. Have full awareness of the consequences of such difficulties for climate policy design and choice.

DESCRIPTION DETAILEE / DETAILED DESCRIPTION

Thèmes clés / Key Topics:

Climate change, economics, cost-benefit analysis, uncertainty, time, justice.

Organisation du cours – plan détaillé / Course organization - detailed outline:

6 sessions of 3 hours, once per week during one bimester.

Content will include:

- *Tackling climate change*: options, issues, strategies (IAMs, social cost of carbon).
- *Dealing with externalities*: policies for fair and efficient emissions reductions.
- *Uncertainty in climate science and policy*: types of uncertainty (statistical risk versus ambiguity), “fat tails”, precautionary principles, implications for policy.
- *Time and choosing for the future*: discounting and its ethical implications, Ramsey formula and its parameters, debates: Stern vs. Nordhaus on appropriate discount rates, intergenerational justice.

Contenus ESG / ESG-related content (Environmental – Social – Governance):

Environmental-related content	Social-related content	Governance-related content
4. Extensive content	4. Extensive content	3. Significant content

Objectifs de compétences / Competency Goals:

Transformative Management	Innovative Thinking & Problem Solving	Positive Leadership	Sustainable Business Practises
3. Significant contribution	4. Extensive contribution	2. Moderate contribution	3. Significant contribution

MATERIEL PEDAGOGIQUE / TEACHING MATERIALS

Provided in class. Indicative texts include:

A Course in Environmental Economics: Theory, Policy, and Practice, D. PHANEUF & T. REQUATE, CUP, 2017

Climate Economics: Economic Analysis of Climate, Climate Change and Climate Policy, R. Tol, Edward ELGAR, 2023

The Climate Casino: Risk, Uncertainty, and Economics for a Warming World, W. Nordhaus, Yale University Press, 2013

METHODES PEDAGOGIQUES / TEACHING METHODS

Presentation with class discussion. Students are expected to read ahead of class if requested, and to prepare, individually or in groups, presentations or exercises. Potential use of in-class group discussions, cases and quizzes.

TRAVAUX ET ÉVALUATIONS / WORK AND EVALUATIONS

Outils / support / mode d'évaluation Tool/method of evaluation	Durée et format Duration	Pondération dans la notation finale Weight in the final grading
<i>Course assignments</i>	<i>Individual & Group</i>	<i>90%</i>
<i>Participation</i>	<i>Individual</i>	<i>10%</i>

BIOGRAPHIE(S) / BIOGRAPHY

See www.hec.fr/hill and <https://www.hec.edu/en/faculty-research/faculty-directory/faculty-member/minardi-stefania>

THE ECONOMY FROM BELOW – SOME ANTHROPOLOGICAL PERSPECTIVES

To Navigate an Uncertain World as a Future Practitioner

Enseignant(s) / Teacher(s): Mathilde MORIN

Niveau / Education Level	Période / Period	Langue d'enseignement / Language of instruction	Effectif max / Max. Staffing	Mode / Teaching Mode
L3 & M1 & EXCHANGE	B2	English	50	In-person

Prérequis / Prerequisites:

Not applicable

SYNOPSIS / OVERVIEW

This class aims to teach students alternative ways to think about the economy in turbulent times. Using the theories and methods of anthropology, it will decenter students from a top-down and all-mathematical perspective on economic matters, by showing them what they might learn from everyday life narratives, practices, and imaginaries related to economic affairs.

Following the methodology of anthropology – based on a bottom-up qualitative “fieldwork” approach – classes will be built on micro-case studies drawn from fresh research in anthropology, as well as fundamental concepts forged by thinkers such as Pierre Bourdieu or David Graeber. Questions revolving around valuation, the meaning of work, and the transition from one economic system to another will be explored in this class, giving future practitioners pivotal landmarks to navigate uncertainty. Students will also be trained to gather and think through ethnographic material. In preparation for each class, students will be invited to do light and exploratory ethnographic research to reflect on the upcoming theme that will be discussed in class.

Each class will be organized as such: one hour will be dedicated to a lecture (theories and approaches on the theme will be reviewed during this time), one hour will be dedicated to ethnographic case-studies on the theme drawn from the literature, and a final hour will be dedicated to a discussion based on the ethnographic material that students will have gathered for the class.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES / LEARNING OUTCOMES

1. Thinking about the economy from a qualitative perspective
2. Learning how to conduct ethnographic fieldwork
3. Learning about the possibilities offered by other economic models

DESCRIPTION DETAILLÉE / DETAILED DESCRIPTION

Thèmes clés / Key Topics:

Economic anthropology, ethnographic methodologies, and critical thinking on contemporary capitalism

Organisation du cours – plan détaillé / Course organization - detailed outline:

Session 1: Economic anthropology as underground economics

This class will introduce students to the paradigm and epistemic stance of economic anthropology, which can be described (1) as a critical discourse on the all-mathematical approach to economic affairs proposed by mainstream economists, and (2) as an attempt to examine the hidden economies that lie beyond capitalism. Further, students will be introduced to the research methods of anthropology, based on participant observation, qualitative interviews, and cultural criticism.

Session 2: Perspectives on the gift economy

French anthropologist Marcel Mauss famously wrote about the gift economy in non-Western societies in 1925. This class will show that the theory of the gift can be applied in many ways to contemporary capitalist contexts. In the class, students will be asked to reflect on what giving really means and on the potential benefits of developing gift economies.

Session 3: From one economic system to another: what anthropology teaches us about transitioning

This class is based on anthropological case studies on the transition from socialism to capitalism in Eastern Europe as well as on the transition from peasant economies to capitalist economies in Western Europe. While history books often describe this as an overnight event, transitioning from one economic system to another requires, in reality, decades. From these case studies, students will be asked to engage more deeply with the question of “transition”, at a time of crisis when transition seems to be a goal for our societies. How, then, can we make this transition possible and smooth in light of anthropological teachings?

Session 4: Capitals in the XXIst Century

The class will show students that capital is not only money. Based on the theories of Pierre Bourdieu, it will invite students to think about the cultural and social aspects of capitalization. Similarly to the previous class, students will be asked to imagine how social and cultural capital could be valued better in the contemporary context of capitalism, and what kind of advantages this could bring.

Session 5: The death of work? + Reflections on AI

This class will pose the “grand” question of the century: Do we still need to work? From David Graeber to Daniel Susskind, different answers to this question will be explored. This class will also be a reflection on the recent developments of AI in light of the contemporary debate on the end of work. This class will be partially organized as a debate to help students think more deeply about such questions.

Session 6: On the life of objects in late capitalism

This class will be a reflection on the life cycle of objects that surround us. In light of a specific methodology in anthropology known as “follow-the-thing”, this session will be dedicated to turning our attention to what happens to the objects we buy before and after they belong to us. By following various objects, anthropologists trace the workings of contemporary capitalism based on the ephemeral character of our material culture.

Contenus ESG / ESG-related content (Environmental – Social – Governance):

Environmental-related content	Social-related content	Governance-related content
3. Significant content	3. Significant content	3. Significant content

Objectifs de compétences / Competency Goals:

Transformative Management	Innovative Thinking & Problem Solving	Positive Leadership	Sustainable Business Practises
3. Significant contribution	3. Significant contribution	1. Minimal contribution	4. Extensive contribution

MATERIEL PEDAGOGIQUE / TEACHING MATERIALS

Academic anthropology books and articles, fiction books, journalism pieces, film excerpts.

There will be many references explored in class (bibliographies will be sent to students before each class), but the two following books, however, will be our “staples”:

The Mushroom at the End of the World. On the Possibility of Life in Capitalist Ruins, Anna TSING (2021)

Anthro-Vision: A New Way to See in Business and Life, Gillian TETT (2021)

METHODES PEDAGOGIQUES / TEACHING METHODS

The course runs as a seminar for 6 sessions. Students are expected to read the required readings each week and to prepare questions/comments.

The lecturer will begin by presenting the weekly reading and propose a critical analysis of the themes explored in light of the general objectives of the course.

After this presentation, a discussion will begin: students are expected to take part in it and to ask questions.

TRAVAUX ET ÉVALUATIONS / WORK AND EVALUATIONS

Outils / support / mode d'évaluation Tool/method of evaluation	Durée et format Duration	Pondération dans la notation finale Weight in the final grading
<i>Class participation (regular attendance and participation in the discussion)</i>	<i>18-hour course</i>	<i>15 %</i>
<i>Reading response</i>	<i>Paper to be prepared at home before the class</i>	<i>15 %</i>

<i>Final Essay</i>	<i>Paper= 5000 word paper prepared outside of the classes.</i>	75 %
--------------------	--	------

Précisions complémentaires / Additional details:

- (1) Students are expected to read the required readings each week.
- (2) Students are expected to have come to class having formulated 2-3 questions/comments to contribute to class discussion
- (3) Students are expected to prepare one reading response (2 pages) for the week of their choice. They are brief selections of pieces meant for a critical, yet generous and generative engagement with the readings.
- (4) Students are expected to produce a final essay on the theme of their choice, studied in class

BIOGRAPHIE(S) / BIOGRAPHY

Mathilde Morin is a doctoral candidate in Anthropology at the School of Anthropology and Museum Ethnography of the University of Oxford. Her academic concerns the transition of a small valley in the Basque Pyrenees from a peasant economy to a capitalist one.

Apart from her academic work, Mathilde has worked as a consultant for various organizations, using ethnographic inquiry methods to help solve a variety of social issues. During her DPhil, she worked part-time for two years, assisting Brune Poirson, Chief Sustainability Officer for the French multinational hospitality company AccorHotels, to make tourism practices more sustainable worldwide.

Mathilde has taught anthropology to undergraduate and graduate students at the Stanford University Program in Paris and Paris 1 Panthéon-Sorbonne University. She is currently a lecturer at Sciences Po' Paris, and supervises impactful ethnographic research projects led by graduate students at the institution's new [Impact Studio](#).

LAW, POLICY, SOCIETY

DROIT DU TRAVAIL

Enseignant(s) / Teacher(s): Marie SERNA

Niveau / Education Level	Période / Period	Langue d'enseignement / Language of instruction	Effectif max / Max. Staffing	Mode / Teaching Mode
L3 & M1 & EXCHANGE	B2	Français	50	Présentiel

Prérequis / Prerequisites:

Non applicable.

SYNOPSIS / OVERVIEW

Au cœur des relations individuelles et collectives du travail est le contrat ; il concerne tant les employeurs que les employés. Mais aussi tous les sujets de droit : étudiants, demandeurs d'emplois, retraités, partenaires sociaux. Et responsables politiques. Personnes physiques et personnes morales.

Tous les salariés doivent franchir les étapes professionnelles du recrutement, de la négociation du contrat de travail, dans ses clauses les plus spécifiques patrimoniales et extra-patrimoniales. Et ce jusqu'à la rupture de la relation de travail.

Tous les dirigeants d'entreprises et leurs représentants doivent maîtriser les arcanes de l'entretien d'embauche, les subtilités de la rédaction des stipulations des contrats de travail, les domaines et les limites de leur pouvoir, autorité hiérarchique et disciplinaire.

« Contracter, c'est assurément préférer, choisir l'un plutôt que l'autre en raison de ses qualités professionnelles, de ses capacités financières, de son passé rassurant, de son avenir prometteur, de son charme personnel.... La préférence est au cœur du contrat, elle en est tout à la fois la raison d'être et l'expression. »¹

Toutefois, si cette préférence est l'essence du contrat de travail elle trouve ses limites dans l'organisation des relations individuelles et collectives afin de remettre l'humain en son centre substantiel.

Souffrant, souvent, d'une cruelle réputation du fait de sa dimension règlementariste, le droit du travail est, surtout, une matière vivante, concrète, humaniste, reflet de son temps et des questionnements sociaux et environnementaux.

En effet, autant, si ce n'est plus, qu'une technique d'optimisation de la gestion des entreprises, le droit du travail se développe comme l'instrument de l'évolution de la société politique, dans son approche des droits et des devoirs des femmes et des hommes qui la composent.

¹ J.Mestre, préface à la thèse de de J-P Désidéri : « La préférence dans les relations contractuelles ».

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES / LEARNING OUTCOMES

L'objectif de ce cours est double :

D'une part être un outil concret et pragmatique au service de la future vie professionnelle des étudiantes et des étudiants, en s'appuyant, pour chaque thème, sur l'étude des clauses des contrats de travail, mais aussi des situations réelles, vécues, jugées de la vie professionnelle.

D'autre part, mettre en lumière les véritables enjeux philosophiques, collectifs et personnels, individuels et communs de la vie du monde du travail

Compétences développées :

1. Maîtrise des normes encadrant chacune des étapes de la vie professionnelle.
2. Maîtrise du contrat de travail : lecture, négociation, rédaction, modification, exécution, inexécution, rupture.
3. Maîtrise des cas concrets des événements de la vie professionnelle.

DESCRIPTION DETAILLEE / DETAILED DESCRIPTION

Thèmes clés / Key Topics:

ATTENTION : les thèmes abordés en cours sont étroitement soumis à l'actualité juridique et consécutivement sont susceptibles d'évoluer, dans leur substance et dans leur structure, du fait de la mouvance du droit positif et des évolutions judiciaires.

*Étapes du contrat de travail

*Conditions concrètes de travail

*Relations entre la vie personnelle et la vie professionnelle

*Relations individuelles et collectives...

Organisation du cours – plan détaillé / Course organization - detailed outline:

6 séances de 3h, une fois par semaine sur un bimestre

Séance 1 : les acteurs du monde du travail :

*Les sources historiques, techniques et pratiques du droit du travail

*Contrat de travail et contrat de stage

*Contrat de travail et autres situations contractuelles : prestation de services, mandat, situation des sociétaires et associés...

*L'employeur, le chef d'entreprise, le salarié

*Les Conseils de prud'hommes

*Les syndicats et les conventions collectives

*CDD et CDI

Séance 2 : l'embauche du salarié :

1° - La sélection du candidat à l'emploi

***Les principes :**

- Liberté constitutionnelle d'embauche
- Théorie de la qualification professionnelle
- Théorie de la classification professionnelle

***Les moyens :**

- L'offre d'emploi
- Le service public du placement
- Les agences de placement
- La publicité et le recrutement en ligne
- Les cabinets de recrutement / chasseurs de tête
- La mise à disposition de salariés
- Le portage salarial

***Les processus :**

- Les processus licites
- Les processus illicites

2° - L'embauche du candidat et le contrat de travail

***La vérification de la liberté du salarié**

***La notification d'embauche et la remise du « livret d'accueil »**

***La vérification de l'aptitude à l'emploi :**

- *Quid* de la visite médicale ?
- La période d'essai

Séance 3 : Le lien de subordination et l'employeur :

1° - L'autorité de l'employeur

***Règlement intérieur et notes de service**

***Les techniques licites de surveillance du salarié**

2° - Quelles limites à l'autorité de l'employeur ?

***Les techniques illicites de surveillance du salarié**

***Les situations périphériques participant à la vie professionnelle : réseaux sociaux, team building et événements participatifs ... consommations de produits réglementés et illicites.**

3° - Intermédiation et parasubordination.

Séance 4 : Le lien de subordination et le salarié :

1° - Les interdictions d'emploi

*Du fait de l'âge

*Du fait du sexe

2° - Les interdictions des discriminations

*Les discriminations illicites

*Les discriminations licites

3° - L'interdiction des agissements sexistes

4° - Les libertés des salariés

*La liberté d'expression individuelle et collective

*La liberté de grève

*Le principe de neutralité

5° - La qualité des conditions de travail

*L'environnement du salarié

*Le salarié et l'environnement

6° - Travail et vie privée

*La vie privée au travail : les étapes et les événements de la vie personnelle du salarié face à son employeur et ses collègues

*Le travail dans la vie privée : télétravail, droit à la déconnexion, « société électronique » et intelligence artificielle

Séance 5 : Les clauses du contrat de travail, étude détaillée :

1° - La force obligatoire du contrat de travail et les modalités de modification du contrat de travail

2° - Les clauses essentielles du contrat de travail

*Les clauses d'identification des parties

*La clause relative à la période d'essai

*La clause de secret et la clause de discrétion professionnelle

*La clause de qualification / de classification professionnelle

*La clause de rémunération et le principe d'égalité de rémunération

*La clause de domicile et la clause de résidence

*La clause de mobilité

- *La clause d'objectifs et la clause de quota
- *La clause de durée du travail et la clause d'horaire
- *La clause d'exclusivité
- *La clause de délégation de pouvoirs
- *La clause d'invention des salariés et le droit de l'immatériel
- *La clause relative à la tenue vestimentaire
- *La clause de garantie d'emploi
- *La clause de dédit-formation
- *La clause de conscience
- *La clause limitant la faculté de licenciement
- *La clause de non-concurrence
- *La clause de respect de la clientèle / la clause de non-démarchage.

Séance 6 : Les épreuves de la vie professionnelle : *Bonheur et travail* ?

1° - L'interdiction des situations de harcèlement

- *Le harcèlement moral
- *Le harcèlement sexuel

2° - Maladie, décès et accidents du travail

- *Santé physique
- *Santé psychique

3° - La fin du contrat de travail

- *La fin imposée
- *La fin désirée

4° - Quid du « bonheurisme » et « wellness washing » ?

5° - Travail, travailleurs et intelligence artificielle : vers une société orwellienne ?

Contenus ESG / ESG-related content (Environmental – Social – Governance):

Environmental-related content	Social-related content	Governance-related content
2. Moderate content	4. Extensive content	4. Extensive content

Objectifs de compétences / Competency Goals:

Transformative Management	Innovative Thinking & Problem Solving	Positive Leadership	Sustainable Business Practises
2. Moderate contribution	2. Moderate contribution	4. Extensive contribution	4. Extensive contribution

MATERIEL PEDAGOGIQUE / TEACHING MATERIALS

Les documents pédagogiques (spécifiquement le document de cours) soumis aux étudiantes et étudiants font, dans leur ensemble, totalement partie intégrante des connaissances devant être maîtrisées. L'acquisition de leur contenu est soumise aux mêmes évaluations que les connaissances transmises dans le cadre du cours.

- Le document de cours **Droit du Travail** rédigé par le Professeur Marie Serna.
- Le document de cours **Droit de l'Environnement** rédigé par le Professeur Marie Serna.

Code du travail : legifrance.gouv.fr

E.PESKINE, Droit du travail, Dalloz

G.AUZERO, D. BAUGARD, E. DOCKES, Droit du travail, Dalloz

METHODES PEDAGOGIQUES / TEACHING METHODS

Les acquisitions intellectuelles et techniques du cours impliquent :

- * Une **pédagogie active de l'enseignant** dans le cadre **d'échanges interactifs** avec les étudiantes et les étudiants.
- * Les études
 - légistiques
 - de casuistique jurisprudentielle
 - de clauses contractuelles
- * Les **travaux personnels** d'approfondissement de la matière.

TRAVAUX ET ÉVALUATIONS / WORK AND EVALUATIONS

Outils / support / mode d'évaluation Tool/method of evaluation	Durée et format Duration	Pondération dans la notation finale Weight in the final grading
<i>Contrôles continus</i>	<i>Individuel / 30 min</i>	<i>50%</i>
<i>Participation et Assiduité en cours</i>	<i>Individuel</i>	<i>50%</i>

Précisions complémentaires / Additional details:

Le contrôle continu dans le cadre de l'expression de la liberté pédagogique prend en considération de manière cumulée :

- * la **participation et l'assiduité** consécutives à la présence obligatoire en cours. Le niveau de participation de chaque étudiante et étudiant est déterminé souverainement par le professeur dans le cadre du principe de la liberté pédagogique.

- * les **épreuves régulières** sous la forme d'exercices différents et adéquats : tests, travaux individuels et collectifs. Les épreuves et devoirs seront soumis au groupe des étudiants en fonction du niveau de progression de ceux-ci. Ce niveau étant déterminé souverainement par le professeur dans le cadre du principe de la liberté pédagogique.

Un **document détaillé relatif au contrôle des connaissances** est porté à la connaissance des étudiantes et étudiants par les moyens mis à disposition par l'établissement.

BIOGRAPHIE(S) / BIOGRAPHY

Marie Serna est titulaire d'un doctorat en droit de l'Université Paris II. Après avoir enseigné à l'ESCP, elle rejoint HEC en 1994.

Elle consacre ses activités de recherches et d'enseignements principalement au Droit de la Propriété Intellectuelle (Propriété Industrielle-Propriété Littéraire et Artistique) ; mais aussi au Droit des Contrats et Droit du Travail. Cependant elle s'attache tout particulièrement au Droit du Spectacle Vivant et des Artistes-Interprètes (Droits Voisins du Droit d'Auteur).

Marie Serna est l'auteur d'un ouvrage : "L'image des personnes physiques et des biens" (Economica).

Parallèlement, elle conduit une activité de consultations concernant le Droit de l'Audiovisuel (Cinéma, Télévision, Internet), et le Droit des Spectacles Scéniques.

INEQUALITY AND BUSINESS IN THE 21st CENTURY

Enseignant(s) / Teacher(s): Marieke HUYSENTRUYT

Niveau / Education Level	Période / Period	Langue d'enseignement / Language of instruction	Effectif max / Max. Staffing	Mode / Teaching Mode
L3 & M1 & EXCHANGE	B2	English	50	In-person

Prérequis / Prerequisites:

Not applicable.

SYNOPSIS / OVERVIEW

Inequalities are at the forefront of today's public and policy debates. There could hardly be a more pressing time to understand how inequalities arise, which one's matter, why they matter and how they could be addressed. We see inequalities all the time, whether at schools, job offices, hospitals, traveling around the world or even in a single city – or when skimming through the news. But we still lack a clear understanding of the role that businesses play to affect inequalities. In this course, we take a step back and ask: how are different kinds of inequalities related, what are the big economic and psychological forces that create (and sustain) inequalities, may it make sense for businesses to engage in solving the inequality challenges, and if yes, what would be the right mix of *business* policies to tackle them?

Discussion of inequalities increasingly defines economic and political debate. Concerns abound that the poor are being left behind by the rich, the young by the old, the regions by the cities, the unskilled by the highly educated. Inequalities exist not just in income and living standards, but in wealth, health, family environments, life chances, social connectedness, and political influence. This course is designed for students who want to explore the idea that private sector organizations have agency and a role to play in addressing the inequality challenges. Historically, these problems have often been considered the responsibility of the state. We will look at why businesses might be able to play a major role in solving the inequality challenges in today's world and we will explore the ways in which accomplishing this may require both changes in how businesses and their leaders consider their obligations and engage with these issues, as well as changes in the 'rules of the game' by which capitalism is structured.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES / LEARNING OUTCOMES

1. Think slightly differently about today's (and tomorrow's) inequality challenges: identify and understand the multidimensionality of inequalities; appreciate the variety of viewpoints that people hold on this topic, recognize the power of psychological mechanisms that contribute to the perpetuation of inequalities.
2. Situate today's debate about the role of business to engage in solving the inequality challenges in a historical perspective, the roots, emergence, and evolution of capitalism over time, and explore the idea of stakeholder and shareholder value, and what they imply for managerial action that address the inequality challenges.

3. Hold a clearer and more holistic view of the ways business and inequalities interact, explore circumstances where there is a trade-off for businesses between shareholder value and addressing the inequality challenge, reflect on the role of 'fairness' and behaviorally informed approaches to designing effective corporate actions targeting inequalities.

In a professional situation, the student, either as a Chief Inequality (Sustainability) Officer, HR leader or in a managerial position, will be able to systematically identify the ways in which his/her business affects inequalities (and vice-versa), and strategize and implement a mix of business policies to tackle inequality challenges in an efficient manner. Furthermore, the student working in the areas of social justice, international aid and/or public policy, will be able to leverage a holistic, interdisciplinary and systemic way of understanding inequalities (globally or locally) to think up and advocate new tools and perspectives to forcefully address them.

DESCRIPTION DETAILLEE / DETAILED DESCRIPTION

Thèmes clés / Key Topics:

The course has several parts. We will begin by looking at the inequality challenges in some depth as a first step towards understanding whether and how it may make sense for private sector firms to engage in solving them. We will pay particular attention to the moral roots of capitalism, its emergence over the last three hundred years, and contrast the ways in which the relationship between public and private sectors has taken different forms.

We will consider the multidimensionality of inequality, how inequalities arise, how different kinds of inequality are related, and the major psychological forces or processes may affect the persistence of inequalities over time and space.

We will turn to various examples of businesses that have reimagined their roles and goals, and the approaches that they have taken to engaging with the inequality challenges. We will look at what has worked well, what has come up short, and consider what lessons can be drawn. We will also look at the implications of these approaches for the broader economic system.

Finally, we will explore what these ideas mean for you and your career. The world is a large place, and the inequality challenges that we face can seem overwhelming. You will have the opportunity to bring together the ideas, issues and frameworks discussed throughout the course to develop and articulate your own view of how the system can work better, the role and responsibilities that firms and their leaders may have in addressing the inequality challenges, and how your approach to leadership could be affected by these issues.

Organisation du cours – plan détaillé / Course organization - detailed outline:

6 sessions of 3 hours, once per week during one bimester

Session 1: What are the principal figures about inequality? What are they missing?

- Trends in inequality from an international perspective?
- What about the multidimensionality of inequality?
- Why care about inequality? Why now? What about the future?
- What about inequality between companies: "firm inequality"?

Session 2: Inequality and business: What is the relationship?

- What is the historical role of business from antiquity to present day and what are the implications for the social scope of a firm?
- Multiplicity of objectives: the exception or the rule?
- Defining the social scope of a firm? Regulatory and political influence?
- What defines a moral firm?

Session 3: Are we wired up to perpetuate inequalities?

- Psychology of living in poverty: What does it mean to live, think, and make decisions under income scarcity?
- Psychological processes as a source of inequality: What are psychological processes (like stereotyping) that contribute to inequality?
- How might behaviorally informed corporate approaches to affecting inequalities look like?

Session 4: Fairness inside business, a logical impossibility?

- What is the meaning of fairness?
- What are the major intra-organizational levers available to businesses that alleviate inequalities or reduce the negative effects of inequalities (workplace inequalities)? Training workers, reorganizing work, changing recruitment practices, allowing employee participation, providing diversity training, fair wage policies, etc.
- How can we measure the impact of these intra-organizational initiatives? What has been shown to work well? Are there trade-offs, and if yes, which ones?

Session 5: Value sharing: optional or indispensable?

- What forms does value sharing take?
- What are the major levers available to businesses up- and down their value chain to alleviate inequalities or reduce the negative effects of inequalities (Consumers, retail, supply chain, affected communities, society at large and inequalities)? Human rights of value chain workers, true pricing at points of sale, training of youth, helping disadvantaged groups access services, etc.
- How can we measure the impact of these initiatives? What has been shown to work well? Are there trade-offs, and if yes, which ones?

Session 6: Non-market strategies and inequalities: harmful or necessary?

- What are non-market strategies available to businesses to affect inequalities? And are these strategies good for business and/or for society?
- What types of systemic approaches to addressing inequalities exist? How can different stakeholders work better together to address the inequalities challenge?
- How could you put to practice a behaviorally informed approach to affecting inequalities? How might general principles for action look like (co-constructed)?

Contenus ESG / ESG-related content (Environmental – Social – Governance):

Environmental-related content	Social-related content	Governance-related content
2. Moderate content	4. Extensive content	3. Significant content

Objectifs de compétences / Competency Goals:

Transformative Management	Innovative Thinking & Problem Solving	Positive Leadership	Sustainable Business Practises
3. Significant contribution	4. Extensive contribution	3. Significant contribution	4. Extensive contribution

MATERIEL PEDAGOGIQUE / TEACHING MATERIALS

Academic articles, book chapters, cases, videos, film series

METHODES PEDAGOGIQUES / TEACHING METHODS

Immersive learning: We immerse ourselves in a subject or concrete decision-making scenario that we may well encounter in our future jobs in order to facilitate more effective learning

Active listening: We co-create a safe space where people feel comfortable sharing what is truly on their minds

Collaboration and collective dialogue: We strengthen communication skills, co-creation skills, inclusive mindset and intercultural competency, and trust

Cross-disciplinary: We connect the dots between seminal readings in psychology, management/strategy, sociology, and economics. We make readings eminently practical and actionable.

Reflexive approach to learning: We ask what the ideas mean for you (self-reflection), raise awareness of your own thinking processes, consider how background, identity or environment influences our understanding, and reflect on how learning relates to personal beliefs.

The course will be predominantly discussion-based.

TRAVAUX ET ÉVALUATIONS / WORK AND EVALUATIONS

Outils / support / mode d'évaluation Tool/method of evaluation	Durée et format Duration	Pondération dans la notation finale Weight in the final grading
<i>Written assignment (in groups)</i>	<i>10 pages max.</i>	<i>50%</i>
<i>Discussion leaders</i>	<i>15-minute Pptx</i>	<i>25%</i>
<i>Regular participation</i>	<i>Each session</i>	<i>25%</i>

Précisions complémentaires / Additional details:

Written assignment

Students will write one essay in groups of 4 (50% of the final grade) with in-the-field practice to be delivered before session 6.

The goal is for students to gain an understanding of the complexities (trade-off decisions), involved when businesses seek to address inequality challenges, and to appreciate in a very hands-on way the importance of a human-centric approach. Students should select one firm in their preferred sector and write an answer to the following questions:

- 1) Identify and clearly define 1 major type of inequality of special interest to you and relevant to the selected firm. How does this type of inequality intersect with other dimensions of inequality? What are the major institutional, environmental, economic, and/or psychological factors that help explain the existence and persistence of this inequality in relation to your firm and the wider society?
- 2) How could your firm help reduce this type of inequality or alleviate some of its negative effects? What would be an innovative approach to tackle this inequality, justify why, and explain what the potential obstacles could be.

In answering 1) and 2), students should seek to speak to people to validate their understanding of the challenge and the relevance of the suggested approach. They could be people working at the selected firm and/or other relevant stakeholders (like people most affected by the inequality challenge that you selected, experts working in the public sector, at NGOs and/or other civic associations. Your insights should be improved upon and validated by 3 to 5 individuals with relevant expertise or experience.

Discussion leaders

In each session (except the first one), students will team up to act as discussion leaders for the class following the professor's presentation (the latter will usually give a broad overview of the topic and the state of the literature). In a brief presentation (not to exceed fifteen minutes) student discussion leaders will creatively draw on the arts – visual arts, literary arts, performing arts, media arts or applied arts – to illustrate one or more tensions that the topic of the session evokes.

At the start of the course, we will circulate a roster to allow signups to allocate discussion leader assignments to each student over the weeks of the class.

Regular participation

In class, students are expected to discuss economic and social issues in ways that promote mutual understanding and inquiry, share responsibility for including all voices in the conversation, listen respectfully, understand that we are all bound to make mistakes in this space, as anyone does when approaching complex tasks or learning new skills, understand that one's words have effects on others, take pair work or small group work in class seriously, understand that others will come to class discussions with different experiences from their own.

BIOGRAPHIE(S) / BIOGRAPHY

Marieke Huysentruyt is an award-winning educator: she is the winner of the HEC Foundation Bruno Roux de Bézieux Prize for Pedagogical Innovation Award 2025 for the design of the Ethics and Sustainability Studios and of the Financial Times Responsible Business Teaching Award 2025 for the design of the initiative called Impact2050now. She is an Associate Professor of Strategy & Business Policy at HEC Paris, and academic affiliate at ideas42 (US) and SITE (Sweden).

Her current research combines insights from economics, humanities, and behavioral science with causal inference tools – lab, field, and natural experiments- to study how organizations can become more inclusive, foster the creation of social ties, and encourage their employees to take sustainability-actions. In addition to being the Academic Director of the S&O Institute, Marieke is the Academic Director of the Impact Company Lab (cofounded by HEC Paris and Schneider Electric).

In the past, she was the co-founder and co-director of the Oksigen eco-system designed to promote and support social business innovation and social entrepreneurship, faculty member at the and London School of Economics, and a visiting scholar at Harvard University and the Sante Fe Institute. She enjoys writing, mentoring PhD and postdoc students, pushing for more impactful, engaged research, and thinking up new immersive, learning experiences on sustainability-related topics.

AFFAIRES EUROPÉENNES

Enseignant(s) / Teacher(s): **Arnaud VAN WAEYENBERGE**

Niveau / Education Level	Période / Period	Langue d'enseignement / Language of instruction	Effectif max / Max. Staffing	Mode / Teaching Mode
L3 & M1 & EXCHANGE	B2	Français	50	Présentiel

Prérequis / Prerequisites:

Non applicable.

SYNOPSIS / OVERVIEW

Ce cours abordera les mécanismes politiques et juridiques de la construction européenne et mettra l'accent sur l'actualité européenne à travers l'analyse systématique de celle-ci. Seront tour à tour abordées les thématiques suivantes : la crise de l'état de droit en Europe, l'Europe de la défense, la réforme des institutions, la réalisation du marché intérieur, et les politiques RSE.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES / LEARNING OUTCOMES

1. Comprendre l'environnement politique et juridique de l'Union européenne
2. Connaître les principes essentiels du fonctionnement du marché intérieur
3. Analyser correctement l'actualité européenne

DESCRIPTION DETAILLEE / DETAILED DESCRIPTION

Thèmes clés / Key Topics:

Union européenne, crise de l'état de droit, marché intérieur, Europe sociale, lutte contre le réchauffement climatique, gouvernance économique et régulation de l'IA.

Organisation du cours – plan détaillé / Course organization - detailed outline:

6 séances de 3h, une fois par semaine sur un bimestre

Le programme s'articule autour de **5 thèmes** :

1. Les valeurs de l'Union face au déficit démocratique et à la crise de l'état de droit
2. La réforme des institutions de l'Union et plus généralement l'avenir de l'Union
3. Le marché intérieur
4. La construction de l'Europe de la défense
5. Les devoirs de vigilance + simulation parlementaire

6. Conclusion: *The Brussels Effect*

Contenus ESG / ESG-related content (Environmental – Social – Governance):

Environmental-related content	Social-related content	Governance-related content
2. Moderate content	2. Moderate content	3. Significant content

Objectifs de compétences / Competency Goals:

Transformative Management	Innovative Thinking & Problem Solving	Positive Leadership	Sustainable Business Practises
3. Significant contribution	3. Significant contribution	2. Moderate contribution	2. Moderate contribution

MATERIEL PEDAGOGIQUE / TEACHING MATERIALS

Un polycopié servira d'ouvrage de référence pour les étudiants désireux d'éclaircissements ou de développements supplémentaires.

Powerpoint disponible sur Blackboard

METHODES PEDAGOGIQUES / TEACHING METHODS

Différentes formes d'apprentissage seront utilisées - cours magistral, cas pratiques, débats, simulation parlementaire, conférence avec un invité – et demanderont une implication de l'étudiant.

TRAVAUX ET ÉVALUATIONS / WORK AND EVALUATIONS

Outils / support / mode d'évaluation Tool/method of evaluation	Durée et format Duration	Pondération dans la notation finale Weight in the final grading
<i>Participation au cours et au jeu de simulation</i>	<i>Individual</i>	<i>25%</i>
<i>Test final</i>	<i>Individual</i>	<i>75%</i>

BIOGRAPHIE(S) / BIOGRAPHY

Arnaud VAN WAEYENBERGE, LL.B., M.A., MLL.M., Ph.D., est professeur de droit européen à HEC Paris, directeur académique de la majeure SFJI. Il est également professeur invité au Collège d'Europe (Bruges), à Paris 2 (Panthéon Assas) et à l'Université de Bruxelles (ULB). Avant de rejoindre HEC Paris, il exerça le métier d'avocat au barreau de Bruxelles (Clifford Chance LLP) et de référendaire à la Cour de justice de l'Union européenne (Tribunal).

SPONSORING & COMMUNICATION : CONSTRUIRE DES PARTENARIATS QUI MARQUENT

Enseignant(s) / Teacher(s): Benjamin DEBLICKER

Niveau / Education Level	Période / Period	Langue d'enseignement / Language of instruction	Effectif max / Max. Staffing	Mode / Teaching Mode
L3 & M1 & EXCHANGE	B2	Français	50	Présentiel

Prérequis / Prerequisites:

Non applicable

SYNOPSIS / OVERVIEW

Aujourd'hui, le sponsoring s'impose comme un **outil structurant** des stratégies de communication des entreprises. Bien au-delà du simple affichage de logos, il s'agit d'un levier puissant au service de **la notoriété, de l'image, de l'engagement client et de la performance commerciale**.

En s'associant à des univers porteurs de sens (sport, culture, musique, gaming...), les marques parviennent à créer une **connexion émotionnelle forte** avec leurs publics, à se différencier dans un paysage médiatique saturé et à **atteindre des objectifs stratégiques concrets**. Tout dirigeant ou décideur marketing doit aujourd'hui **maîtriser les fondamentaux du sponsoring** pour en faire un pilier efficace de sa stratégie de marque.

Cet élective propose une **exploration stratégique et opérationnelle** du sponsoring. Les étudiants apprendront à décrypter ses enjeux, à construire une offre côté ayant droit et à formuler une recommandation activable côté annonceur.

Le cours s'appuiera sur des master classes d'experts du secteur, des cas réels et un projet final concret. Une opportunité unique de **plonger dans un univers mêlant business, passion et innovation**, au cœur des stratégies de marque les plus ambitieuses

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES / LEARNING OUTCOMES

1. **Comprendre les fondamentaux du sponsoring**, en identifiant les principaux acteurs de l'écosystème, les types de partenariats, leur fonctionnement opérationnel et le vocabulaire professionnel associé.
2. **Expliquer les bénéfices du sponsoring** dans une stratégie de communication de marque, en lien avec des objectifs tels que la notoriété, l'image, l'engagement ou le développement commercial.
3. **Élaborer une recommandation stratégique de sponsoring pour un annonceur**, en choisissant un territoire pertinent, en formulant une proposition cohérente et en définissant les leviers d'activation.
4. **Construire une offre de sponsoring convaincante côté ayant droit**, en valorisant ses atouts, en structurant une grille d'offre claire, et en répondant aux attentes business des annonceurs.

DESCRIPTION DETAILLEE / DETAILED DESCRIPTION

Thèmes clés / Key Topics:

- Stratégie de communication et rôle du sponsoring
- Typologies de sponsoring (sport, culture, musique, e-sport, association...)
- Écosystème du sponsoring : annonceurs, ayants droit, agences, médias
- Construction d'une offre de sponsoring côté ayant droit
- Conception d'une stratégie sponsoring côté annonceur
- Activation de partenariat et storytelling de marque
- KPIs, ROI et mesure de la performance d'un partenariat
- Bonnes pratiques et erreurs fréquentes en sponsoring
- Études de cas réelles

Organisation du cours – plan détaillé / Course organization - detailed outline:

L'écosystème du sponsoring

- Ayants droit : clubs, fédérations, événements
- Annonceurs : marques partenaires
- Agences : conseil, activation, commercialisation
- Autres parties prenantes : médias, collectivités, supporters, institutions

Pourquoi le sponsoring est un levier efficace pour les marques

- Objectifs couverts : notoriété, image, engagement, préférence de marque, business
- Comparaison avec d'autres leviers (publicité, événementiel, digital...)
- Exemples concrets et études de cas (interview d'un sponsor.)

Définir une stratégie de sponsoring pour une marque

- Analyse des objectifs et des cibles
- Choix de l'univers sport, musique...
- Typologie de partenariats
- Pilotage de la performance : indicateurs, outils de mesure
- Construire une offre de sponsoring pour un ayant droit
- Inventaire des actifs
- Structuration des offres : packs, modulaire, logique d'exclusivité

- Construction d'une présentation commerciale
- Commercialiser ses offres de sponsoring
- Ciblage et prospection des marques
- Techniques de vente : argumentaire, storytelling, personnalisation
- Outils d'aide à la vente : pitch, supports, simulations
- Rencontre avec la direction sponsoring d'un Ayant droit

Cas pratique fil rouge

Contenus ESG / ESG-related content (Environmental – Social – Governance):

Environmental-related content	Social-related content	Governance-related content
2. Moderate content	2. Moderate content	1. Minimal content

Objectifs de compétences / Competency Goals:

Transformative Management	Innovative Thinking & Problem Solving	Positive Leadership	Sustainable Business Practises
2. Moderate contribution	3. Significant contribution	2. Moderate contribution	2. Moderate contribution

MATERIEL PEDAGOGIQUE / TEACHING MATERIALS

Présentations (PPT), Études de cas concrets, Interviews d'experts (annonceurs, ayants droit, agences), Documents professionnels authentiques

Travail de recherche individuel et en groupe : digital, book, podcast...)

METHODES PEDAGOGIQUES / TEACHING METHODS

Le cours adopte une approche participative et immersive, combinant plusieurs formats pédagogiques complémentaires :

- **Présentations (PPT)** pour structurer les apports théoriques et illustrer les concepts clés.
- **Partage d'expérience et témoignages** de professionnels (annonceurs, ayants droit, agences), sous forme d'interviews ou de masterclasses.
- **Échanges réguliers avec les étudiants** pour encourager la réflexion collective, le questionnement critique et l'appropriation des concepts.
- **Analyse de cas concrets** issus de partenariats réels pour confronter les étudiants à la complexité des enjeux terrain.

- **Cas fil rouge à réaliser en groupe** : les étudiants travailleront sur une problématique réelle et formuleront une recommandation stratégique en fin de module.

TRAVAUX ET ÉVALUATIONS / WORK AND EVALUATIONS

Outils / support / mode d'évaluation Tool/method of evaluation	Durée et format Duration	Pondération dans la notation finale Weight in the final grading
<i>Participation et travaux individuels : participation + livrables courts à produire entre les sessions (analyses, briefs, etc.)</i>	<i>1h30 individual</i>	<i>20%</i>
<i>Travail de groupe – cas réel : Élaboration d'une recommandation stratégique de sponsoring, présentation à réaliser et soutenue à l'oral en fin de module</i>	<i>8h-10h Group</i>	<i>80%</i>

Précisions complémentaires / Additional details:

Le projet final consistera à élaborer, en groupe, une recommandation stratégique de sponsoring pour un annonceur réel. À partir d'un brief transmis, les étudiants devront proposer une stratégie de sponsoring complète, alignée avec les objectifs marketing et de communication de la marque.

Le livrable final prendra la forme d'un dossier stratégique structuré (présentation) et fera l'objet d'une soutenance orale lors de la dernière session.

Des étapes intermédiaires permettront un suivi régulier : analyse du brief, partage de benchmark, validations partielles. L'objectif est de simuler au plus près un processus réel d'appel d'offres ou de consultation entre une marque et une agence.

BIOGRAPHIE(S) / BIOGRAPHY

Benjamin Deblicker est Directeur Commercial France chez SPORTFIVE, une des principales agences de marketing sportif. Il a construit son parcours dans le sponsoring à la fois chez des ayants droit (comme le Paris Saint-Germain ou la Ligue de Football Professionnel) et en agence, ce qui lui donne une vision complète du marché.

Expert en stratégie de communication par le sponsoring, il a accompagné de nombreuses marques et collaboré avec les principaux ayants droit en France et à l'international.

À travers ce cours, il souhaite partager son expérience du terrain avec les étudiants et leur transmettre des clés concrètes pour comprendre, construire et activer des partenariats efficaces.

SCALABLE IMPACT BUSINESSES

Enseignant(s) / Teacher(s): Olivier KAYSER

Niveau / Education Level	Période / Period	Langue d'enseignement / Language of instruction	Effectif max / Max. Staffing	Mode / Teaching Mode
L3 & M1 & EXCHANGE	B2	English	50	In-person

Prérequis / Prerequisites:

This course is best suited for students who have a solid background in strategy or entrepreneurship and are interested in positively impacting the world through sustainable and scalable business models.

SYNOPSIS / OVERVIEW

Over the past 20 years, the world has witnessed a flourishing of business innovations addressing social and environmental issues, yet many initiatives have not reached the impact they and we would have hoped. However, there is much to learn from what they have achieved.

At Hystra, we have been fortunate to gather considerable understanding of these innovative business models. We have visited and analyzed in depth 221 of the most interesting models, selected among over 2000 we had identified over the last 16 years in a series of projects funded by corporations, foundations, and aid agencies, covering most essential services and products (healthcare, energy, safe water, sanitation, nutrition, mobility, housing, agriculture, last-mile distribution, menstrual health, and ICT).

Despite differences in sectors and geographies, these impactful models shared a set of common traits that we have assembled in the framework Impact Business Unicorns (IBU). *Impact* because this is the relevant yardstick, *Business* because we are focusing on models that aim at being financially sustainable, and *Unicorns* because we need models that can be scaled fast.

The objective of this elective is to give students insights into what makes impact businesses successful. It is primarily intended for would be entrepreneurs as well as future impact investors. It would also be interesting for future strategy consultants interested in applying fundamental strategy concepts in radically different market contexts.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES / LEARNING OUTCOMES

At the end of the course, the student will be able to:

1. Apply problem-solving methodologies and critical questioning techniques to address real-life challenges in impact-oriented businesses, using appropriate tools, frameworks and inspirational cases.
2. Analyze and compare successful impact businesses
3. Demonstrate strategic thinking by formulating informed questions and recommendations, with a focus on impact-oriented businesses.

DESCRIPTION DETAILLÉE / DETAILED DESCRIPTION

Thèmes clés / Key Topics:

Social and Environmental Impact, Vulnerable Populations, Bottom of Pyramid, Strategy, Business Models

Organisation du cours – plan détaillé / Course organization - detailed outline:

6 sessions of 3 hours, once per week during one bimester.

At the exception of the last session that will be used for group presentation, each session will be a mix of:

- Interactive case studies to animate class discussions
- Inspirational case studies showcasing best practitioners both from traditional and impact-oriented economy
- Interactive discussions with the class
- Presentation of IBU concepts.

Along the 6 sessions, the conceptual framework will be progressively built with the students, learning from the real case studies showcasing best practices but also pitfalls to avoid. The last session will be used for group presentation.

The 6 sessions will be structured as follows (subject to minor changes):

- Session 1: Holistic value proposition (part 1)
 - Introduction to the objectives of the course
 - Concept 1: The whole solution: achieving 100% of the benefits for 100% of your customers, 100% of the time
- Session 2: Holistic value proposition (part 2)
 - Concept 1 – second part
 - Deep dive on specific tool “Impact leakage analysis”: understanding where ‘leakage’ occurs between your total target population and your number of regular users/ buyers
- Session 3: Holistic value proposition (part 3)
 - Concept 2: Nothing but the solution: designing the right products for the right clients,
 - Concept 3: For all stakeholders: generating additional revenues from stakeholders beyond your direct client base
- Session 4: Sustainable operations
 - Concept 4: Leverage unlimited resources: unlocking growth by identifying and mobilizing available tangible or intangible assets
 - Concept 5: Maximize productivity of critical resources: unlocking growth by optimizing the use of the most expensive / value-adding resources
- Session 5: Exponential growth
 - Concept 6: Ignite exponential growth
 - Working group starting to prepare for final session

- Session 6: Group presentations (pitch on problem and resolution strategy)

Contenus ESG / ESG-related content (Environmental – Social – Governance):

Environmental-related content	Social-related content	Governance-related content
2. Moderate content	3. Significant content	1. Minimal content

Objectifs de compétences / Competency Goals:

Transformative Management	Innovative Thinking & Problem Solving	Positive Leadership	Sustainable Business Practises
1. Minimal contribution	3. Significant contribution	1. Minimal contribution	3. Significant contribution

MATERIEL PEDAGOGIQUE / TEACHING MATERIALS

During the course, students will be presented case studies developed by Hystra through the years.

METHODES PEDAGOGIQUES / TEACHING METHODS

There will be essentially a mix of presentation and case-study in sub-group or in call.

TRAVAUX ET ÉVALUATIONS / WORK AND EVALUATIONS

Outils / support / mode d'évaluation Tool/method of evaluation	Durée et format Duration	Pondération dans la notation finale Weight in the final grading
<i>Group presentation during the last session on a case study where students will need to demonstrate not solely their teamwork, but also their mastery of key concepts presented during the course, and their creativity.</i>	<i>20min per group*</i>	<i>40%</i>
<i>Individual written exam in class</i>	<i>30-45min</i>	<i>30%</i>
<i>Participation in class discussions</i>		<i>30%</i>

Précisions complémentaires / Additional details:

*duration of the exam could vary depending on the number of students in the class.

BIOGRAPHIE(S) / BIOGRAPHY

Olivier Kayser, Founder and Senior Advisor at Hystra.

Ever since founding Hystra in 2009, Olivier has been working closely with the senior management of some of the world's largest corporations (Unilever, Danone, Total, Lafarge...), as well as leading aid agencies, foundations (Bill & Melinda Gates Foundation, ClFF...) and social enterprises (Baobab+, bloom, Simplon...).

While Olivier thrives in exercising creative problem solving, he is now focused on helping the next generation of inclusive business leaders grow, within Hystra and with its clients.

As Ashoka's Vice-President from 2003 to 2008, Olivier launched the company's operations in France and the UK, and founded the Ashoka Support Network of business people supporting social entrepreneurs (now close to 400 in 20 countries).

Before joining the citizen sector, Olivier was a senior partner of McKinsey & Company. Throughout his 18 years in Europe, the US and Asia, he was a strategic advisor to the top management of some of the largest global multinational corporations as well as state-owned enterprises and family businesses.

He is currently a board member of a multibillion Euro corporation (GeoPost) and social enterprises (Baobab+).

Olivier was born in France and grew up in Spain. After graduating from HEC in 1979, he lived for one year in a small village in Belize, with no running water or electricity. He then returned to France and, at age 23, founded TER - a consulting firm specializing in transportation and serving mainly French public-sector clients.

Olivier is a frequent speaker on inclusive business and the co-author of "Scaling up Business Solutions to Social Problems" published in 2015 by Palgrave Macmillan.

FRONTIERES HYBRIDES : HUMANITAIRE, BUSINESS ET DEVELOPPEMENT DANS UN MONDE EN CRISE

Enseignant(s) / Teacher(s): Alexandre CHATILLON

Niveau / Education Level	Période / Period	Langue d'enseignement / Language of instruction	Effectif max / Max. Staffing	Mode / Teaching Mode
L3 & M1 & EXCHANGE	B2	Français	50	Présentiel

Prérequis / Prerequisites:

Non applicable

SYNOPSIS / OVERVIEW

Ce cours explore les nouvelles dynamiques à l'intersection de l'aide humanitaire, du secteur privé et des politiques de développement dans un contexte global marqué par les crises prolongées, les inégalités persistantes et l'émergence de modèles hybrides. À travers des études de cas concrètes, des outils de gestion de projet, des débats éthiques et des interventions de professionnels, les étudiants analyseront comment ONG, entreprises et institutions coopèrent — parfois en tension — pour répondre aux défis du XXI^e siècle. Le cours vise à doter les futurs décideurs d'une capacité critique et stratégique pour concevoir des solutions à impact dans des environnements complexes.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES / LEARNING OUTCOMES

- Comprendre les logiques d'acteurs et les modèles économiques à l'intersection de l'aide humanitaire, du secteur privé et du développement**, afin de maîtriser les enjeux stratégiques liés à l'engagement des entreprises dans les contextes fragiles.
- Savoir concevoir, piloter et évaluer un projet d'impact dans un environnement complexe**, en mobilisant les outils du management (business model, mesure d'impact, partenariats, levée de fonds) appliqués à des contextes à haute contrainte.
- Développer une posture de leadership responsable**, capable d'articuler performance économique, utilité sociale et efficacité opérationnelle dans des projets portés par des logiques hybrides (ONG, entreprises sociales, entreprises à mission).

DESCRIPTION DETAILLEE / DETAILED DESCRIPTION

Thèmes clés / Key Topics:

Modèles économiques et logiques de création de valeur

Stratégie et partenariats en zone de crise

Gestion de projet et pilotage opérationnel en contexte de tension

Leadership et responsabilité

Organisation du cours – plan détaillé / Course organization - detailed outline:

Séance 1 – Le secteur privé en zones de crise : risques et responsabilités

Objectifs :

Comprendre les motivations et les limites de l'engagement privé.

Analyser les dilemmes éthiques et opérationnels.

Contenu :

RSE vs stratégie d'impact vs green/social washing.

Cas d'entreprise en zone fragile : Total, Danone, Orange, etc.

Débat : Peut-on concilier performance économique et utilité sociale dans un contexte de conflit ?

Séance 2 – Enjeux géopolitiques et rôle des multinationales

Titre : L'entreprise, acteur géopolitique malgré elle ?

Contenu :

Intervention dans des zones de conflit.

Dilemmes : présence, retrait, neutralité.

Cas d'étude : Total au Myanmar, Nestlé au Sahel.

Cas pratique : Analyse stratégique d'une entreprise opérant en zone fragile.

Séance 3 – l'Action humanitaire et développementale : Acteurs, Modèles économiques et Logiques d'impact

Objectifs :

Comprendre l'évolution historique des acteurs et des logiques.

Identifier les tensions entre aide d'urgence, développement durable et logique économique.

Explorer les modèles hybrides et leur soutenabilité.

Analyser les mécanismes économiques de projets à finalité sociale.

Contenu :

Cartographie des acteurs : ONG, entreprises, bailleurs, gouvernements, ONU

Typologie des approches : caritative, marchande, partenariale.

Étude de cas : L'initiative « Business Call to Action » du PNUD.

Social business, entreprises sociales, partenariats à impact.

Exercice : Business model canvas appliqué à l'humanitaire et au développement.

Séance 4 – Conception et pilotage de projets multi-acteurs

Objectifs :

Introduire les outils de pilotage de projet en contexte complexe.

Identifier les facteurs de succès dans les partenariats ONG/entreprises.

Contenu :

Outils : cadre logique, theory of change, budget, indicateurs.

Étude de cas : partenariat public-privé pour l'accès à l'eau ou à l'énergie.

Travail en binôme : cadrage express d'un projet multisectoriel.

Invité du monde Corporate

Séance 5 – Leadership, engagement et stratégie d'influence

Objectifs :

Prendre du recul sur les postures managériales dans l'humanitaire et l'impact.

Travailler la vision et l'influence des décideurs en environnement incertain.

Contenu :

Leadership éthique et interculturel.

Cas d'étude : mobilisation et plaidoyer (ex. Global Fund, GAVI, Gaza).

Restitution des travaux étudiants : pitch d'un projet ou d'une stratégie d'engagement.

Invité : Manager du secteur des organisations internationales

Séance 6 – Grand oral

Titre : Pitch Impact : Crée ton modèle hybride

Contenu :

En petits groupes, les étudiants conçoivent un projet entrepreneurial ou partenarial innovant dans un contexte fragile. Chaque étudiant jouera le rôle d'un acteur : Etat, Diplomate, ONG, Nations Unies, Secteur Privé, Régulateur.

Jury composé d'enseignants et professionnels invités.

Feedbacks, remobilisation des apprentissages.

Contenus ESG / ESG-related content (Environmental – Social – Governance):

Environmental-related content	Social-related content	Governance-related content
2. Moderate content	4. Extensive content	4. Extensive content

Objectifs de compétences / Competency Goals:

Transformative Management	Innovative Thinking & Problem Solving	Positive Leadership	Sustainable Business Practises
3. Significant contribution	4. Extensive contribution	4. Extensive contribution	2. Moderate contribution

MATERIEL PEDAGOGIQUE / TEACHING MATERIALS

1. Références théoriques et académiques clés

- YUNUS, M. (2007). *Vers un nouveau capitalisme : l'entreprise sociale*. JC Lattès.
- PORTER, M. E., & KRAMER, M. R. (2011). *Creating Shared Value*. Harvard Business Review.
- BANERJEE, A. V., & DUFLO, E. (2019). *Good Economics for Hard Times*. PublicAffairs.
- SACHS, J. D. (2015). *The Age of Sustainable Development*. Columbia University Press.
- DE MIRAS, C., & LANGE, M.-F. (dir.) (2012). *ONG et entreprises : alliances ou mésalliances ?* L'Harmattan.

2. Entreprises sociales, impact et innovation

- MARTIN, R. L., & OSBERG, S. (2015). *Getting Beyond Better: How Social Entrepreneurship Works*. Harvard Business Review Press.
- SANTOS, F. (2012). *A positive theory of social entrepreneurship*. Journal of Business Ethics, 111(3), 335–351.
- OECD (2020). *Social Impact Measurement for the Social and Solidarity Economy*.
- BCG x Fondation Schwab (2022). *The Future of Social Enterprise*. [en ligne]
- Fondation Grameen Crédit Agricole (rapports d'impact annuels).

3. Études de cas et publications institutionnelles

- PNUD / Business Call to Action (2018). *Breaking Through – Inclusive Business and the SDGs*.
- Global Impact Investing Network (GIIN). *Annual Impact Investor Survey* (dernière édition).
- OCDE (2021). *States of Fragility*.
- Comité Français pour la Solidarité Internationale (CFSI). *Le rôle du secteur privé dans l'agriculture familiale en Afrique de l'Ouest*.
- Harvard Kennedy School Case Study: *Danone and Grameen: A Social Business Experiment*.

METHODES PEDAGOGIQUES / TEACHING METHODS

Présentation, exercices en classe, exercices en groupes, rencontres avec des professionnels du secteur.

TRAVAUX ET ÉVALUATIONS / WORK AND EVALUATIONS

Outils / support / mode d'évaluation Tool/method of evaluation	Durée et format Duration	Pondération dans la notation finale Weight in the final grading
<i>Etude de cas finale</i>	<i>1h30 individual</i>	<i>40%</i>
<i>Projet final</i>	<i>3h Group</i>	<i>60%</i>

BIOGRAPHIE(S) / BIOGRAPHY

Directeur général de l'ONG **Super Novae** – Enseignant et entrepreneur engagé dans l'innovation sociale, **Alexandre Chatillon** est le co-fondateur et directeur général de **Super Novae**, une ONG spécialisée dans le renforcement de la résilience économique dans les contextes de crise. Fort d'un parcours à la croisée du **secteur humanitaire, du développement et de l'entrepreneuriat social**, il conçoit et pilote des projets à fort impact dans des environnements complexes : territoires post-conflit, zones sous blocus, contextes de pauvreté structurelle. Il avait précédemment servi comme diplomate et fonctionnaire international au sein différentes organisations internationales.

Il accompagne des dynamiques hybrides entre ONG, institutions publiques et acteurs économiques pour structurer des filières durables (agroalimentaire, santé, emploi des jeunes), et favorise la montée en puissance d'acteurs locaux, notamment par le biais de **programmes d'incubation, de financement d'amorçage** et de structuration de chaînes de valeur inclusives.

En parallèle, il enseigne à l'intersection de **l'impact, de la stratégie et de l'innovation sociale** dans des institutions académiques, dont HEC, et intervient régulièrement dans les médias sur les grands enjeux de solidarité internationale, comme sur **France 24** à propos de la situation humanitaire à Gaza.

Il porte une vision exigeante du leadership dans l'aide internationale : **efficacité opérationnelle, ancrage local et responsabilité systémique**.

Alexandre occupe des fonctions de conseil bénévoles auprès du Ministère des Affaires Etrangères au sein du Conseil National pour la Solidarité Internationale et le Développement.

STRATEGY, MANAGEMENT, MARKETING

STRATEGIC PEOPLE MANAGEMENT

Enseignant(s) / Teacher(s): Christelle VILLARD

Niveau / Education Level	Période / Period	Langue d'enseignement / Language of instruction	Effectif max / Max. Staffing	Mode / Teaching Mode
L3 & M1 & EXCHANGE	B2	English	50	In-person

Prérequis / Prerequisites:

Not applicable.

SYNOPSIS / OVERVIEW

Do you feel unprepared to manage your own team? Are you unsure what it means to work with Human Resources? **People are the most valuable resource in companies. As future leaders, how can you succeed without learning to manage and collaborate effectively with teams? This course will provide you with the key principles to succeed as managers or HR professionals in your future company.**

Business schools have traditionally focused on marketing, finance, and entrepreneurship. However, we've found that students often have limited knowledge of people management, despite being expected to become great leaders. Meanwhile, Human Resource Management has become more strategic, driven by factors such as industry disruption, the war for talent, the need for different generations to work together, and the use of data to improve people management (People Analytics).

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES / LEARNING OUTCOMES

This course is intended for students who wish to be trained to face these challenges and improve their people management skills. Through a series of guest speakers coming from prestigious companies (e.g. in previous years: LVMH, Uber, Google, Ubisoft, Alan, startups...), application workshops, live experiments and real-life examples, students will reach the following objectives:

1. Learn modern and solid HR concepts (no BS!)
2. Use efficient management tools

Collaboration, leadership, cross cultural knowledge, HR fundamentals, People management, Business acumen

DESCRIPTION DETAILLEE / DETAILED DESCRIPTION

Thèmes clés / Key Topics:

HR, Management, Leadership, People.

Organisation du cours – plan détaillé / Course organization - detailed outline:

6 sessions of 3 hours, once per week, during one bimester

The course consists of 6 parts (the order and the themes may vary a bit):

- **Part I:** Course intro & Collaboration: what is human capital, what drives people to work together, etc.
- **Part II:** Leadership & Talent management: how to be a great leader, how to acquire, develop and retain the bests
- **Part III:** Employee experience: how to provide the best experience for employees in companies, and how it can become a real competitive advantage
- **Part IV:** Performance & potential: how to identify and leverage performance and potential of people to drive company success and strike the right balance between employee development and economic growth
- **Part V:** Business transformation & HR analytics: with all business transformations ongoing, how to fully leverage people analytics to make better decisions every day
- **Part VI:** Group assignments restitution

Contenus ESG / ESG-related content (Environmental – Social – Governance):

Environmental-related content	Social-related content	Governance-related content
1. Minimal content	2. Moderate content	3. Significant content

Objectifs de compétences / Competency Goals:

Transformative Management	Innovative Thinking & Problem Solving	Positive Leadership	Sustainable Business Practises
3. Significant contribution	3. Significant contribution	4. Extensive contribution	2. Moderate contribution

MATERIEL PEDAGOGIQUE / TEACHING MATERIALS

- Laszlo BOCK - Work Rules!
- Yuval Noah HARARI - Sapiens
- Cass SUNSTEIN/Richard THALER - Nudge
- Jean-Léon BAUVOIS - Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens
- Sophie PLUMER, Podcast "Chef[fe]" : le podcast qui met en lumière les hommes et de femmes qui font bouger des lignes, chaque jour, à leur échelle...

METHODES PEDAGOGIQUES / TEACHING METHODS

Students will be expected to participate during class and work in groups, like they will do most of their lives in a real company.

TRAVAUX ET ÉVALUATIONS / WORK AND EVALUATIONS

Outils / support / mode d'évaluation Tool/method of evaluation	Durée et format Duration	Pondération dans la notation finale Weight in the final grading
<i>Participation in class</i>	<i>Individual</i>	<i>20%</i>
<i>MCQ + comprehension test will be taken at mid-course</i>	<i>Individual</i>	<i>30%</i>
<i>Class assignment</i>	<i>Group</i>	<i>20%</i>
<i>Final group assignment</i>	<i>Group</i>	<i>30%</i>

BIOGRAPHIE(S) / BIOGRAPHY

Christelle Villard is a Manager at Akoya, a consulting company dedicated to support international companies with their people challenges. Through her career and studies abroad (US, Germany, Austria), Christelle has acquired various knowledge around people management in professional and international context. He strongly believes that soft skills and a deep understanding of people are two key elements to be successful within companies, and will try to share with students her knowledge from academic sources as well as her consulting experience having worked with major companies over the past 9 years (e.g., Leroy Merlin, L'Oréal, Clarins, Sanofi, Total Energies, Danone, Doctolib,...).

LES DÉFIS DE LA TRANSITION ÉNERGETIQUE

Enseignant(s) / Teacher(s): Nicolas JONQUERES & Jérôme GARNIER

Niveau / Education Level	Période / Period	Langue d'enseignement / Language of instruction	Effectif max / Max. Staffing	Mode / Teaching Mode
L3 & M1 & EXCHANGE	B2	Français	50	Présentiel

Prérequis / Prerequisites:

Ouverture d'esprit, niveau bac en physique et mathématiques, curiosité, intérêt pour les réflexions systémiques.

SYNOPSIS / OVERVIEW

Le cours passe en revue le cadre physique dans lequel évoluent nos sociétés, il pose les limites non négociables, examine l'état de l'environnement associé. Ensuite il creuse les mécanismes qui sous-tendent l'organisation de nos sociétés, puis se concentre sur les énergies, les technologies qui les extraient. Enfin, il examine le concept de transition. Il s'attache aussi à donner les ordres de grandeur et les chiffres clés. Il permettrait en principe à l'étudiant d'examiner avec un regard critique les discours en lien avec l'énergie et l'organisation physique de nos sociétés.

Afin de comprendre les enjeux de la transition qui va inévitablement s'opérer de gré ou de force, il est nécessaire de comprendre tout d'abord le cadre imposé par la physique, que ce soit sur le climat, mais également les limites planétaires au sens large, que ce soit sur cette planète ou sur une autre. On examinera comment la complexité peut expliquer l'organisation et les réalisations de nos sociétés. Un focus sur l'enjeu climatique permettra de faire le lien avec les contraintes économiques et la résilience.

Ensuite on verra comment et pourquoi l'espace est organisé ainsi, appuyé sur des infrastructures qu'on oublie mais qui nous font vivre. Autant de réseaux superposés par lesquels transitent, nos ressources, énergies, informations. Ils constituent l'irrigation de notre métabolisme sociétal.

Après on examinera les ressources qui alimentent ce métabolisme, ainsi que les technologies qui diffusent celles-ci au sein de notre 'organisme'.

Enfin, on pourra aborder le concept de transition, voir les différentes acceptions de ce concept en fonction des acteurs, examiner ce qui est présenté, ce qui relève de la narration ou de la prospective.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES / LEARNING OUTCOMES

A l'issue du cours, l'étudiant aura pu appréhender les contraintes physiques et technologiques liées à la transition. Les nombreuses références bibliographiques et l'ouverture vers une critique constructive des options mainstream lui permettra de trouver des pistes pour prolonger ce qui n'est qu'une introduction à un des plus grands défis posés à l'humanité. Il aura néanmoins quelques cartes en main pour développer un point de vue cohérent et personnel sur la place qu'il souhaite prendre dans cette transition inévitable.

A l'issue du cours, l'étudiant saura :

1. Comprendre les contraintes environnementales, physiques, technologiques et sociales liées à la transition
2. Analyser l'intrication et la complexité des systèmes, ainsi que le rôle des différentes infrastructures
3. Evaluer la crédibilité et les risques de certaines options

DESCRIPTION DETAILLEE / DETAILED DESCRIPTION

Thèmes clés / Key Topics:

Le cadre physique ; les caractéristiques physiques et techniques de l'énergie ; le réchauffement climatique ; les avantages, les inconvénients, les limites des différents types de production, de stockage et de distribution de l'énergie ; le lien avec l'économie ; le caractère systémique des enjeux ; la notion de complexité ; l'organisation de notre société ; une analyse critique des scénarios possibles pour la transition énergétique

Organisation du cours – plan détaillé / Course organization - detailed outline:

6 séances de 3h, une fois par semaine durant tout le bimestre

Le cours comprend **six chapitres** :

Croissance infinie dans un monde fini (3h NJ)

- 1) Paradoxe de Fermi : croissance exponentielle, Malthus, zones d'habitabilité planètes, puis zoom sur la Terre, lien avec changement climatique (zones inhabitables), migrations, Daisyworld, Gaïa et limites planétaires (Ayres, Odum), biodiversité, sixième extinction de masse
- 2) Cadre physique :
 - i. Principes de la thermodynamique, Georgescu, Odum (feu chaud, feu froid, Respiration Production, Principe Max de Puissance, Principe Max production entropie). Puissance versus Energie. Bonnes qualités d'une énergie (Giampietro)
 - ii. Energie qui arrive sur Terre (Hermann), importance de l'Agriculture, Cycle du C (photosynthèse), Phosphore, azote.
 - iii. Complexité de Chaisson, pyramide de la complexité, chaîne trophique, Lindemann.

Climat et économie (3h JG) :

- 1) Bases physiques du réchauffement climatique, boucles de rétroaction, points de bascule
- 2) Conséquence sur l'atmosphère, cryosphère, océans, biosphère
- 3) Lien énergie / PIB, esclave énergétique, notion de découplage PIB/CO2 relative et absolue, budget carbone, efficacité / sobriété, atténuation / adaptations, double contrainte carbone, équation de Kaya, justice sociale, objectifs SNBC en termes d'émission et de puits

- 4) TD sur la résilience, qu'est-ce que la résilience ? Identification de nos dépendances et vulnérabilités, leviers, les communs (Elinor Ostrom, tragédie des communs), propriétés (privé, publique, commun, club). Aspect psychologie, triangle de l'inaction, aspect anthropologique « striatum » Bohler, psychologique, dilemme du prisonnier, aspect sociologique, P. Bourdieu, inégalité, concentration des pouvoirs de décision (M. Mann). Il faut un plan, ressource et compétence, emploi, formation.

Espace, infrastructures et réseaux (3h NJ) :

- 1) Complément sur l'économie, création monétaire, découplage monnaie / monde physique, Bretton Woods, Soddy, PIB et richesse
- 2) Modification de l'espace, lien avec réseaux, emprise Espace/temps des civilisations, Civilisation mondiale aujourd'hui (lien avec Tainter), espace pour l'Agriculture, J. Diamond : répartition par latitude des activités humaines.
- 3) Réseaux dans le vivant et nos sociétés (West), réseaux hiérarchiques, couplés, réseaux chaîne de valeur, infrastructures, Simplification, Peut-on enlever des choses ? Korowicz
- 4) Minimum de Liebig, métabolisme social/ vivant. Lien avec l'agriculture, avec l'industrie

Ressources (3h NJ) :

- 1) Focus sur le pétrole
- 2) Les énergies fossiles
- 3) Les métaux
- 4) Les énergies renouvelables (limites, ex : Herman et Castro)

Technologies et scénarii de transition (3h JG) :

- 1) Les technologies de production, définitions des EROI, énergie primaire, finale, utile. Haber Bosch : impact sur Agriculture (Odum ou Ayres). Principe, histoire et impacts environnementaux du Nucléaire. Technologie d'extraction des fossiles. Energies renouvelables : solaire, éolienne, géothermique, biogaz et biocarburants, biomasse, etc.
- 2) Les technologies de stockage de l'énergie, STEP, batteries, hydrogène. Le stockage du carbone dans les sols, dans la biomasse et autres moyens.
- 3) Scénario de transition (Negatep, Negawatt, rapport futurs énergétiques 2050 RTE, PTEF), marché de l'électricité, quota carbone, coût système, flexibilité de l'offre, de la demande, écrêtage, France / Allemagne, dépendance aux ressources, métaux critique et eau, recyclage.

Transition (2h NJ + 1 h examen) :

- 1) Transition :
 - i. Laquelle, vers quoi ? Pari technologique. Sur quelles bases, quelles justifications ? ex de la géoingénierie
 - ii. Différence entre scénarios et modèles
 - iii. Synergies entre industrie et énergies (Fresso)

- iv. Découplage, décroissance, blocages
- v. Dynamique des systèmes, (Meadows, Marchetti). Vitesse de transition
- vi. Gestion de la complexité, rendements décroissants (Tainter)

2) Géopolitique de l'énergie, des ressources (Agricoles, eau)

3) Solutions

Contenus ESG / ESG-related content (Environmental – Social – Governance):

Environmental-related content	Social-related content	Governance-related content
4. Extensive content	2. Moderate content	2. Moderate content

Précisions complémentaires / Additional details:

- **Environmental-related content** : contenu extensif sur : Empreinte carbone, climat, économie circulaire, énergie, ressources, durabilité, biodiversité, recyclage
- **Social-related content** : contenu modéré : inégalité, répartition des richesses, lien social
- **Governance-related content** : contenu modéré : externalités sur la société, durabilité et politique des entreprises (CRP)

Objectifs de compétences / Competency Goals:

Transformative Management	Innovative Thinking & Problem Solving	Positive Leadership	Sustainable Business Practises
3. Significant contribution	2. Moderate contribution	2. Moderate contribution	3. Significant contribution

Précisions complémentaires / Additional details:

- **Transformative Management** : contribution importante : Les étudiants intègrent les contextes mondiaux et les tendances émergentes dans leur processus de prise de décision stratégique
- **Positive Leadership** : Les élèves évalueront les implications éthiques des décisions des entreprises
- **Sustainable Business Practises** : Les étudiants évalueront les pressions, les risques et les opportunités qui découlent des défis mondiaux en matière de développement durable pour les entreprises

MATERIEL PEDAGOGIQUE / TEACHING MATERIALS

Complexité

- AYRES Robert, Energy, Complexity and Wealth Maximization – Springer
- CHAISSON Eric J., Cosmic Evolution: The Rise of Complexity in Nature
- TANTER Joseph, The Collapse of Complex Societies, Cambridge University Press, 1990
- ILLICH Ivan, La convivialité, 1973

Thermodynamique en lien avec nos sociétés

- GEORGESCU-ROEGEN Nicholas, La décroissance. Entropie - Écologie – Économie, http://classiques.uqac.ca/contemporains/georgescu_roegen_nicolas/dcroissance/dcroissance_intro_2e_ed.html
- François RODDIER, Thermodynamique de l'évolution, Parole Editions, 2012

Climat

- Rapports du GIEC pour décideurs. <https://www.ipcc.ch/languages-2/francais>

Systémique

- Howard T. ODUM, Environment, Power, and Society for the Twenty-First Century: The Hierarchy of Energy
- LINDEMAN, R.L., The trophic-dynamic aspect of ecology
- WEST, G, Scale: The Universal Laws of Growth, Innovation, Sustainability, and the Pace of Life in Organisms, Cities, Economies, and Companies, Penguin Press
- DIAMOND J., De l'inégalité parmi les sociétés : Essai sur l'homme et l'environnement dans l'histoire
- DIAMOND J, Collapse: How Societies Choose to Fail or Survive, Penguin edition, 2011
- MEADOWS et al., The Limits to Growth, New American Library, 1972

Energie & société

- GIAMPIETRO M., The biofuel delusion: the fallacy of large-scale agro-biofuel production
- HERMANN, W.A., Quantifying global exergy resources, Energy 2006

Économie et scénarii

- RTE, "Futurs énergétiques 2050"
- MACKAY David, « L'énergie durable : Pas que du vent ! », édition De Boeck, 2015

METHODS PEDAGOGIQUES / TEACHING METHODS

Cours ouvert à la discussion. Les cours aborderont également des articles de presse ou des rapports qui seront proposés une semaine avant le cours, de manière à ce que chacun puisse se préparer à une lecture critique.

TRAVAUX ET ÉVALUATIONS / WORK AND EVALUATIONS

Outils / support / mode d'évaluation Tool/method of evaluation	Durée et format Duration	Pondération dans la notation finale Weight in the final grading
Final Exam	Individuel, 1h, QCM plus questions	100%

BIOGRAPHIE(S) / BIOGRAPHY

Nicolas Jonquères est ingénieur chercheur au Commissariat à l'énergie atomique et aux énergies alternatives (CEA) depuis le début de sa carrière. Il a travaillé une quinzaine d'année au sein de la direction des énergies, concevant des expériences en lien avec les technologies de l'énergie. Depuis 2022 il a changé pour la l'institut de Recherche sur les lois fondamentales de l'Univers (CEA/IRFU) où il conçoit toujours des expériences, mais pour la physique fondamentale. Il enseigne l'énergie et ses liens avec la société depuis une quinzaine d'années. Il a co-crée au sein du CEA un laboratoire d'idées nommé « Energies & Société ».

Jérôme Garnier est docteur en science des matériaux, ingénieur chercheur au Commissariat à l'énergie atomique et aux énergies alternatives (CEA), spécialiste des effets d'irradiation sur la mécanique des matériaux. Il a co-crée au sein du CEA un laboratoire d'idées nommé « Energies & Société ».

MOOC / ONLINE

ONLINE COURSE : CRÉER ET DÉVELOPPER UNE STARTUP

Enseignant(s) / Teacher(s): Etienne KRIEGER

Niveau / Education Level	Période / Period	Langue d'enseignement / Language of instruction	Effectif max / Max. Staffing	Mode / Teaching Mode
M1 & EXCHANGE	B2	Français	60	E-Learning (asynchrone)

Vous ne pouvez avoir qu'une seule inscription dans un MOOC par bimestre

Prérequis / Prerequisites:

Logiciel Zoom + accès aux vidéos Coursera durant toute la durée du cours.

SYNOPSIS / OVERVIEW

Ce cours se compose de sessions méthodologiques et de témoignages d'entrepreneurs et d'acteurs emblématiques de la création d'entreprises technologiques. Vous pourrez ainsi vous familiariser avec les dilemmes essentiels auxquels sont confrontés les créateurs d'une entreprise high tech, à commencer par la décision de créer sa propre structure, qui représente un véritable choix de vie.

[Lien](#) vers la vidéo d'introduction.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES / LEARNING OUTCOMES

Ce cours vous permettra d'identifier et d'évaluer des opportunités de création d'entreprises technologiques et d'en comprendre les principaux enjeux humains, techniques, commerciaux, environnementaux et financiers. Vous disposerez ainsi de bases solides pour créer votre entreprise high tech ou décider d'en rejoindre une. Décider de créer ou de rejoindre une entreprise technologique dans ses premières années est la promesse d'une aventure hors du commun mais ce n'est pas un acte anodin : il faut être capable d'accepter que toutes les « bonnes » idées ne conduisent pas au succès, que seule une minorité de projets débouchera sur un immense succès.

Il faut aussi renverser votre rapport à l'échec, qui est une source d'expérience et doit être géré selon la logique de la « perte acceptable » : l'entrepreneur aime l'incertitude, pas le risque démesuré.

La création d'entreprises technologiques vous offre une réelle occasion de contribuer à changer le monde mais nécessite que vous adoptiez un certain état d'esprit et que vous puissiez acquérir des savoirs, des savoir-faire et des savoir-être, ainsi qu'une expérience significative.

Compréhension des fondamentaux de la création et du développement d'une startup technologique : constitution d'une équipe, propriété intellectuelle, business model et stratégie commerciale, enjeux financiers, formulation du plan de développement...

DESCRIPTION DETAILLEE / DETAILED DESCRIPTION

Thèmes clés / Key Topics:

Startups, Venture Capital, Deep tech, Finance, Stratégie, Entrepreneuriat, Innovation

Organisation du cours – plan détaillé / Course organization - detailed outline:

Cf. planning détaillé ci-dessous + lien direct vers les contenus du MOOC

Durée totale : environ 18 heures. **Séances obligatoires** et **liens Zoom** :

- **Webinar d'introduction**, le **mardi 21 oct.** de **20h30 à 21h30** >> via Zoom (LIEN communiqué par mail)

- **Webinar de mi-parcours**, le **mardi 18 nov.** de **20h30 à 21h30** >> idem

- **Examen final online** : le **mardi 2 déc.** de **20h30 à 21h30** >> idem

Si vous n'êtes pas sur le campus d'HEC pour ces sessions, assurez-vous d'une connexion Internet suffisamment stable, via votre ordinateur ou votre smartphone. Il n'y aura en effet pas de rediffusion ou de quiz en différé

1 : De l'innovation au marché : comment repérer des opportunités d'innovation : [TechStartup #1](#)

La création d'une entreprise technologique est avant tout une aventure humaine qui nécessite, pour chaque associé, de s'interroger sur ses choix de vie. Au-delà de l'intuition initiale d'une nouvelle offre basée sur une technologie de pointe, nous souhaitons vous familiariser avec plusieurs pratiques et méthodes de conception. *Vous serez plus spécifiquement invités à explorer les usages auxquels votre offre pourra répondre et les différentes manières de vous distinguer des offres existantes.*

2 : Maturation d'un projet d'innovation technologique : [TechStartup #2](#)

Cette séance vous familiarisera avec les étapes clés de la maturation d'un projet innovant. Nous vous présenterons les fondamentaux du management de projet et le processus qui permet de prendre graduellement des décisions cruciales pour votre entreprise. *Vous découvrirez les principaux piliers de votre projet stratégique et quelques principes de la stratégie d'entreprise.*

3 : Un aperçu de l'écosystème d'innovation : [TechStartup #3](#)

Les jeunes entreprises technologiques sont souvent issues de recherches réalisées dans des laboratoires publics ou privés. Leur valorisation peut directement passer par des accords de licence mais la création d'une entreprise ex-nihilo est parfois l'option retenue pour transformer des travaux académiques en un produit ou un service innovant. *Cette séance vous permettra de vous familiariser avec la logique du service de valorisation d'une université de premier rang en matière de production scientifique.*

4 : Calculez vos besoins de financement et trouvez des partenaires financiers : [TechStartup #4](#)

Le développement d'une innovation technologique est une aventure passionnante qui s'apparente souvent à une course d'obstacles lorsqu'il s'agit de trouver les premiers financements. *Cette séance relative au financement de l'innovation vous permettra de voir comment déterminer vos besoins de financement et comment trouver les ressources correspondantes.*

5 : Modèle économique, plan de développement et exemples de modalités de valorisation : [TechStartup #5](#)

Le développement d'une technologie, la constitution d'une équipe et le financement du démarrage ne sont pas les seuls défis auxquels vous et vos collègues serez confrontés. L'élaboration d'une proposition de valeur crédible et d'un business model scalable et rentable nécessitent de nombreux allers-retours avec le terrain car les clients et les modalités de commercialisation de votre offre seront souvent très différents de ce qui était initialement envisagé.

6 : Examen final (quiz online).

Contenus ESG / ESG-related content (Environmental – Social – Governance):

Environmental-related content	Social-related content	Governance-related content
3. Significant content	2. Moderate content	2. Moderate content

Objectifs de compétences / Competency Goals:

Transformative Management	Innovative Thinking & Problem Solving	Positive Leadership	Sustainable Business Practises
3. Significant contribution	3. Significant contribution	2. Moderate contribution	3. Significant contribution

MATERIEL PEDAGOGIQUE / TEACHING MATERIALS

- www.ikigai-colors.com/index.php/blog/ + <https://solutions.lesechos.fr/auteur/etienne-krieger/> :
- KRIEGER E. (2023), « **Deep Tech : 4 défis pour l'entrepreneuriat** », Les Echos Solutions, 06/07/2023 : <https://solutions.lesechos.fr/tech/c/deep-tech-4-defis-pour-lentrepreneuriat-39953/>
- KRIEGER E. (2023), « **Les startups, ces entreprises atypiques combinant dérisquage, hypercroissance et cession programmée** », Les Echos Solutions, 17/03/2023 : <https://solutions.lesechos.fr/business-development/c/les-startups-ces-entreprises-atypiques-combinant-derisquage-hypercroissance-et-cession-programmee-36486/>
- KRIEGER E. (2023), « **Quel est le profil-type des startups financées par le capital-risque à leur sortie ?** », Maddyne, 19/12/2023 : www.maddyne.com/2023/12/19/quel-est-le-profil-type-des-startups-financees-par-le-capital-risque-a-leur-sortie/
- KRIEGER E. (2024), « **Radiographie du capital d'une jeune licorne : Mistral AI** », Maddyne, 17/01/2024 : <https://www.ikigai-colors.com/index.php/2024/01/17/radiographie-du-capital-dune-jeune-licorne-mistral-ai/>
- KRIEGER E. (2023), « **Les 4 critères principaux que regardent les investisseurs** », Maddyne, 02/08/2023 : www.maddyne.com/2023/08/02/criteres-investisseurs/
- KRIEGER E. (2023), « **Capital risque : pourquoi les startups doivent prendre en compte la règle des 10X** », Maddyne, 24/11/2023 : www.maddyne.com/2023/11/24/capital-risque-pourquoi-les-startups-doivent-prendre-en-compte-la-regle-des-10x/

- KRIEGER E. & LETHBRIDGE A.C. (2023), “**Allier compétences et personnalités au sein des équipes entrepreneuriales**”, adapté de la tribune “*Le succès repose sur l'alchimie de l'équipe dirigeante*”, Le Figaro Entrepreneurs, pages 4-5, 4 mai 2016 : www.ikigai-colors.com/index.php/2023/09/04/allier-competences-et-personnalites-au-sein-des-equipes-entrepreneuriales/
- KRIEGER E. (2023), « **L’investissement à impact : avenir du capital-innovation ?** », Les Echos Solutions, 01/09/2023 : <https://solutions.lesechos.fr/financement-assurance/c/linvestissement-a-impact-avenir-du-capital-innovation-40668/>
- KRIEGER E. (2023), « **La proposition de valeur : au cœur du réacteur entrepreneurial** », Les Echos Solutions, 29/09/2023 : <https://solutions.lesechos.fr/business-development/c/la-proposition-de-valeur-au-coeur-du-reacteur-entrepreneurial-41447/>

METHODES PEDAGOGIQUES / TEACHING METHODS

Le format du MOOC vous permet d'avancer à votre rythme, sur une période de 4 à 6 semaines. Cet électif combinera des sessions vidéo, des webinaires et diverses ressources de modélisation économiques et financières adaptées à la création et au développement de startups technologiques.

TRAVAUX ET ÉVALUATIONS / WORK AND EVALUATIONS

Outils / support / mode d'évaluation Tool/method of evaluation	Durée et format Duration	Pondération dans la notation finale Weight in the final grading
Participation aux deux webinars, la réponse aux quiz	Individuel	30%
Examen final	Individuel	70%

Précisions complémentaires / Additional details:

Ce cours comprend **3 quiz obligatoires** consécutifs aux différents webinaires ainsi que quiz optionnels relatifs à l'ensembles des vidéos.

Le cours inclura des quiz optionnels pour évaluer votre compréhension et des quiz notés. La participation aux webinaires est obligatoire.

BIOGRAPHIE(S) / BIOGRAPHY

Étienne Krieger, diplômé d'HEC et docteur ès sciences de gestion à l'Université Paris-Dauphine, est Professeur Affilié à HEC Paris et expert en matière de finance entrepreneuriale. Il est directeur académique du programme HEC Challenge + (France & Afrique) et du certificat exécutif « Dirigeant PME : Innovation, Impact & Croissance ». Il est également Directeur Scientifique du Certificat Entrepreneurial et Conseiller Scientifique du MSc in Innovation and Entrepreneurship (MSIE) d'HEC Paris. Enseignant à HEC Paris, il a accompagné plus de 1000 créateurs et dirigeants d'entreprises innovantes. Il est président du Club CHALLENGE +, association regroupant une centaine de dirigeants d'entreprises innovantes. Il est membre du comité d'investissement du fonds d'investissement Paris Saclay Seed Fund. Il est par ailleurs cofondateur, administrateur et/ou conseiller de plusieurs entreprises technologiques. Il a accompagné la société XIRING en qualité d'administrateur indépendant, depuis sa cotation sur Euronext Paris jusqu'à l'OPA amicale d'Ingenico.

Coauteur de l'ouvrage *"De l'entreprise traditionnelle à la start-up : les nouveaux modèles de développement"*, il a publié de nombreux articles sur le thème de l'innovation, de la confiance et du financement des jeunes entreprises. Il est par ailleurs l'éditeur et le directeur de la publication du site [www.ikigai-colors](http://www.ikigai-colors.com), consacré à l'art, à la science, à l'innovation et aux enjeux de société.

Auteur et Directeur de la collection « Outils de pilotage » chez NetPME et NetLEGIS, il a développé une gamme de logiciels de modélisation et d'ingénierie financière. Il est coauteur du MOOC « *Créer et développer une startup technologique* » réalisé par HEC et l'Ecole Polytechnique. Ce cours diffusé par Coursera a réuni plus de 65 000 inscrits issus de 143 pays. Il a également créé un cours de finance entrepreneuriale pour le premier programme diplômant d'HEC dispensé intégralement en ligne : l'Executive MSc in Innovation and Entrepreneurship (MSIE).

ONLINE COURSE: GENAI FOR BUSINESS

Enseignant(s) / Teacher(s): Julien LEVY

Niveau / Education Level	Période / Period	Langue d'enseignement / Language of instruction	Effectif max / Max. Staffing	Mode / Teaching Mode
L3 & M1 & EXCHANGE	B2	English	30	Online (synchronous)

Vous ne pouvez avoir qu'une seule inscription dans un MOOC par bimestre

Prérequis / Prerequisites:

Not applicable.

SYNOPSIS / OVERVIEW

The 'Generative AI for Business' course is an online program featuring both live and prerecorded content and resources. It covers: (1) A comprehensive understanding of the subject matter, both technological dimensions and business implications. (2) Practical experience in formulating problems, evaluating initial results, and developing further capabilities for use cases. (3) Methods including the art of prompting that are directly beneficial to students, enabling them to enhance their understanding through practice.

Since the launch of ChatGPT 3.5 on November 30, 2022, generative AI has moved to the forefront of public discourse and executive-level discussions.

Generative AI excels at tasks traditionally associated with human creativity: generating ideas, producing content, answering questions, analyzing documents and data, summarizing, translating, and even training. While earlier AI systems focused on classification and prediction, generative AI enables the creation of new content—text, images, video, music, code—thus fulfilling the long-standing promise of knowledge management.

Companies are actively assessing this technology: its implications for organizational structures (business lines, HR, etc.), its modes of integration, and the strategic choice between off-the-shelf and custom solutions. They are identifying and testing use cases with the aim of improving productivity. Some have already embedded generative AI into their operations.

For students, managers, entrepreneurs, and organizations, the key challenge is to build a relationship in which human skills and AI *complement* each other. The goal is not simply to adopt AI, but to use it to augment human capabilities—ensuring that it becomes a lever for value creation, not a substitute for human contribution.

This course is designed around that *complementarity*. It equips students with the core principles of generative AI, offers practical training with tools, and guides them in exploring use cases that can support their studies, internships, and professional development.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES / LEARNING OUTCOMES

1. **Build a solid conceptual foundation:** Gain a comprehensive understanding of the fundamentals of artificial intelligence and machine learning: their underlying mechanisms, the tools and technologies involved, their evolution, and their impact on skills and use cases in professional settings. This also includes an introduction to key issues related to security and regulation.
2. **Develop practical problem-solving capabilities:** Train to formulate relevant problems, evaluate initial outputs, and refine questions to address more complex and nuanced challenges.
3. **Apply and Implement effectively:** Learn methods and explore use cases that enhance students' ability to use generative AI tools in a purposeful way. Emphasis is placed on the art of prompting and the practical application of tools to deepen comprehension and skill acquisition.

The course aims at developing four core skills essential for navigating and leveraging Generative AI:

- 1- **Mastering the Fundamentals of Generative AI:** Understand the capabilities and limitations of generative AI tools and learn to use them effectively with a focus on prompt design and user interaction.
- 2- **Identifying, Analyzing and Framing Problems:** Learn to define objectives clearly and formulate problems in ways that generative AI can help solve – whether in academic, business or creative contexts.
- 3- **Enhancing outputs through Expertise and Critical Thinking:** Use personal judgment, domain knowledge and critical thinking to evaluate, interpret and improve AI-generated content.
- 4- **Creating, Communicating and Learning with AI:** Develop the ability to co-create with generative AI, articulate results clearly and extend capabilities over time – whether for personal learning, collaboration or training others.

DESCRIPTION DETAILLEE / DETAILED DESCRIPTION

Thèmes clés / Key Topics:

Machine learning and deep learning.

Technologies supporting Generative AI and Large Language Models (LLM)s.

Fundamental glossary.

Economy of productivity gains and innovation.

Challenges in implementation within companies.

Art of prompting.

Personal usages for managers.

Identifying and developing use cases.

Organisation du cours – plan détaillé / Course organization - detailed outline:

The course consists of a hybrid program: live online (kick-off and Q&A, workshops) / pre-recorded online (platform).

Sessions	Live	E-learning platform
1. Course introduction. What is Gen AI? (Part I)	<i>Kickoff and introduction to GAI. Q&A session.</i>	<i>Artificial Neural Networks Large Language Models Understanding Model capabilities.</i>
2. What is Gen AI? (Part II)	<i>Kick off Q&A session with additional insights.</i>	<i>Interacting with AI Retrieval-Augmented Generation (RAG) Developer-focused applications</i>
3. The art of prompting for real usage: tasks and roles	<i>Workshop.</i>	<i>Access to guided live exercises.</i>
4. Business, economic and social impact of Gen AI	<i>Kick off Q&A session.</i>	<i>The Great employment debate. Four key challenges for companies.</i>
5. Gen AI for managers	<i>Kick off Q&A session and Debate.</i>	<i>How to become an augmented actor? The role of managers in AI-driven transformation. Which future skills for managers and entrepreneurs?</i>
6. The future of Gen AI usage and autonomous agents	<i>Lectures and Workshop.</i>	<i>Access to guided live exercises.</i>

Please note

This is the planned program for the upcoming term, which has evolved from the 2025 edition. It may be subject to further changes by the time of the session to reflect the rapid evolution of technologies and practices in the field of generative AI, and ensure the content remains relevant for students

Contenus ESG / ESG-related content (Environmental – Social – Governance):

Environmental-related content	Social-related content	Governance-related content
1. Minimal content	3. Significant content	2. Moderate content

Précisions complémentaires / Additional details :

- **Environmental-related content:** Carbon Footprint
- **Social-related content:** Inclusion, building the right culture, the social responsibility of business, social impact

- **Governance-related content:** Employee engagement, stakeholder's management

Objectifs de compétences / Competency Goals:

Transformative Management	Innovative Thinking & Problem Solving	Positive Leadership	Sustainable Business Practises
3. Significant contribution	4. Extensive contribution	2. Moderate contribution	1. Minimal contribution

MATERIEL PEDAGOGIQUE / TEACHING MATERIALS

An online platform is made available to students, featuring courses, testimonials, supplementary readings, quizzes, and exercises.

METHODES PEDAGOGIQUES / TEACHING METHODS

The course is delivered online through a combination of live sessions and prerecorded content.

It uses an interactive learning platform that includes video lectures by native English speakers, testimonials, readings, quizzes, and practical exercises.

Hands-on activities in prompt engineering with ChatGPT are integrated via an API directly on the platform.

TRAVAUX ET ÉVALUATIONS / WORK AND EVALUATIONS

Outils / support / mode d'évaluation Tool/method of evaluation	Durée et format Duration	Pondération dans la notation finale Weight in the final grading
<i>Attendance to the platform and live session</i>	—	<i>One third</i>
<i>Participation to discussions and workshops</i>	<i>9h</i>	<i>One third</i>
<i>Quiz and online exam</i>	<i>3h</i>	<i>One third</i>

BIOGRAPHIE(S) / BIOGRAPHY

The 'Generative AI for Business' elective is co-led by **Julien Lévy**, Associate Professor at HEC Paris and **Jean-Rémi Gratadour**.

Prof. Lévy serves as the founder and scientific director, while Prof. Gratadour is the founder and executive director of the HEC Paris Innovation & Entrepreneurship Institute. This Institute coordinates the Grande Ecole, MBA, and EMBA programs focused on data, digital transformation, business transformation, and entrepreneurship, including the HEC incubator at Station F.

Julien Lévy launched the MSc in Digital Business, the MSc in Data Science for Business, and the Entrepreneurship in a Digital Age Certificate at HEC Paris. Jean-Rémi Gratadour created the Data and AI Innovation for Business specialization within the HEC MBA program.



Both have significant experience in online education for executives and have designed digital training programs followed by over 5,000 managers from major companies undergoing digital and data-driven transformations.

MOOC DATA ANALYTICS – Découvrir les fondamentaux de la Data Analyse

Enseignant(s) / Teacher(s): DATABIRD

Niveau / Education Level	Période / Period	Langue d'enseignement / Language of instruction	Effectif max / Max. Staffing	Mode / Teaching Mode
L3 & M1 & EXCHANGE	B2	Français	70	E-Learning (asynchronous)

Vous ne pouvez avoir qu'une seule inscription dans un MOOC par bimestre

Prérequis / Prerequisites:

Non applicable.

SYNOPSIS / OVERVIEW

SQL, Python et Tableau sont aujourd'hui les outils les plus utilisés pour gérer la data d'entreprise.

SQL est le langage qui permet d'interroger des bases de données, Python est le langage qui permet d'automatiser son travail et Tableau est le logiciel de data visualisation qui permet de visualiser les données de manière simple et intelligible.

L'objectif de ce cours est de donner toutes les clés pour découvrir ces deux langages et cet outil. Le cours est conçu et enseigné par des professionnels de la data.

Ce cours permet d'acquérir le niveau suffisant pour commencer à interroger des bases de données avec SQL, pour appréhender le langage de programmation le plus en vogue du moment Python et enfin pour exprimer de façon visuelle un set de données via Tableau

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES / LEARNING OUTCOMES

A l'issue du cours, l'étudiant :

1. Comprendra les bases des données relationnelles. Il sera capable d'utiliser des requêtes SQL simples pour interroger la base de données
2. Comprendra les bases de l'algorithme sur Python
3. Pourra réaliser des graphiques via Tableau et pourra ajouter différents éléments de filtrage sur ces graphiques pour présenter les KPIs de manière efficiente.

Compétences analytiques, compétences de programmation.

DESCRIPTION DETAILLEE / DETAILED DESCRIPTION

Thèmes clés / Key Topics:

Dashboarding, Data

Organisation du cours – plan détaillé / Course organization - detailed outline:

Le cours s'articule autour de cinq parties :

1. Le concept d'une base de données et du langage SQL (requêtes)
2. Les opérateurs simples et intermédiaires (structure basique, ORDER BY, GROUP BY, JOIN)
3. Introduction à Python et à l'algorithmique
4. Les types en Python (dictionnaires / listes / tuples)
5. Initiation à Tableau

Contenus ESG / ESG-related content (Environmental – Social – Governance):

Environmental-related content	Social-related content	Governance-related content
1. Minimal content	1. Minimal content	1. Minimal content

Objectifs de compétences / Competency Goals:

Transformative Management	Innovative Thinking & Problem Solving	Positive Leadership	Sustainable Business Practises
1. Minimal contribution	3. Significant contribution	5. N/A	5. N/A

MATERIEL PEDAGOGIQUE / TEACHING MATERIALS

Le cours est enseigné sur la plateforme en ligne de DataBird. Les étudiants ont un accès à des tutoriels vidéo, des quiz et différentes ressources ainsi qu'un forum sur lequel les étudiants peuvent poser leurs questions et où les enseignants de DataBird répondent hebdomadairement.

Une session de Q&A live est également proposée en live via Zoom de façon hebdomadaire.

METHODES PEDAGOGIQUES / TEACHING METHODS

L'approche de ce cours est pratique : la théorie s'arrête au strict minimum pour bien comprendre les concepts, ce sont aux élèves de pratiquer SQL, Python et Tableau sur les outils mis à leur disposition. Tout au long de la progression, des exercices de pratique seront à la disposition des élèves avec des retours sur la session précédente, afin de faire une synthèse et de répondre aux problèmes rencontrés.

TRAVAUX ET ÉVALUATIONS / WORK AND EVALUATIONS

Outils / support / mode d'évaluation Tool/method of evaluation	Durée et format Duration	Pondération dans la notation finale Weight in the final grading
<i>Quiz</i>	<i>Individuel</i>	<i>20 %</i>
<i>Data Analysis Project</i>	<i>Individuel</i>	<i>70 %</i>
<i>Présence</i>	<i>Individuel</i>	<i>10 %</i>

MOOC DATA ANALYTICS – Acquérir une maîtrise avancée du langage de programmation SQL

Enseignant(s) / Teacher(s): DATABIRD

Niveau / Education Level	Période / Period	Langue d'enseignement / Language of instruction	Effectif max / Max. Staffing	Mode / Teaching Mode
L3 & M1 & EXCHANGE	B2	Français	40	E-Learning (asynchronous)

Vous ne pouvez avoir qu'une seule inscription dans un MOOC par bimestre

Prérequis / Prerequisites:

Non applicable.

SYNOPSIS / OVERVIEW

La Data est partout en entreprise, quelle que soit sa taille ou son secteur d'activité. La capacité à s'appuyer sur des données fiables est aujourd'hui très valorisée et donc demandée en entreprise. Les postes de Data Analyst, Data Scientist, Business Analyst, Growth, Sales, sont de plus en plus nombreux à pourvoir.

SQL, c'est LE langage qui permet d'interroger des bases de données de manière simple et intelligible. L'objectif de ce cours en ligne est de donner toutes les clés pour maîtriser ce langage, mais aussi comprendre les architectures data et donner une perspective sur les *nombreux use cases* data. Le cours est conçu et enseigné par des professionnels de la data qui apporteront de nombreux conseils ainsi que des retours d'expérience concrets sur l'utilisation de SQL en entreprise.

Ce cours vous permettra d'interroger et de faire parler n'importe quel set de données qui se présentera à vous !

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES / LEARNING OUTCOMES

A l'issue du cours, l'étudiant sera capable de :

1. Comprendre la notion de base de données relationnelles.
2. Requêter de la donnée sur une base de données relationnelles
3. Utiliser SQL pour réaliser de l'agrégation dans une base de données.
4. Réaliser des jointures entre les différentes tables de la base de données
5. Utiliser des fonctionnalités avancées de requêtage pour récupérer des données complémentaires.

Compétences analytiques, compétences de programmation.

DESCRIPTION DETAILLEE / DETAILED DESCRIPTION

Thèmes clés / Key Topics:

Coding, Data

Organisation du cours – plan détaillé / Course organization - detailed outline:

Le cours s'articule autour de trois axes :

1. Le concept d'une base de données et du langage SQL (requêtes)
2. Les opérateurs simples et intermédiaires (structure basique, ORDER BY, GROUP BY, JOIN)
3. Les fonctions avancées (WITH, HAVING, window functions, CASE et bien d'autres)

Contenus ESG / ESG-related content (Environmental – Social – Governance):

Environmental-related content	Social-related content	Governance-related content
1. Minimal content	1. Minimal content	1. Minimal content

Objectifs de compétences / Competency Goals:

Transformative Management	Innovative Thinking & Problem Solving	Positive Leadership	Sustainable Business Practises
1. Minimal contribution	3. Significant contribution	5. N/A	5. N/A

MATERIEL PEDAGOGIQUE / TEACHING MATERIALS

Le cours est enseigné sur la plateforme en ligne de DataBird. Les étudiants ont un accès à des tutoriels vidéo, des quiz et différentes ressources ainsi qu'un forum sur lequel les étudiants peuvent poser leurs questions et où les enseignants de DataBird répondent hebdomadairement.

Une session de Q&A live est également proposée en live via Zoom de façon hebdomadaire.

METHODES PEDAGOGIQUES / TEACHING METHODS

L'approche de ce cours est pratique : la théorie s'arrête au strict minimum pour bien comprendre les concepts, ce sont aux élèves de pratiquer SQL sur les outils mis à leur disposition. Tout au long de la progression, des exercices de pratique seront à la disposition des élèves avec des retours sur la session précédente, afin de faire une synthèse et de répondre aux problèmes rencontrés.

TRAVAUX ET ÉVALUATIONS / WORK AND EVALUATIONS

Outils / support / mode d'évaluation Tool/method of evaluation	Durée et format Duration	Pondération dans la notation finale Weight in the final grading
<i>Quiz</i>	<i>Individuel</i>	<i>20 %</i>
<i>Data Analysis Project</i>	<i>Individuel</i>	<i>70 %</i>
<i>Présence</i>	<i>Individuel</i>	<i>10 %</i>

MOOC DATA ANALYTICS – Maîtriser l’outil de Datavisualisation Tableau Software

Enseignant(s) / Teacher(s): DATABIRD

Niveau / Education Level	Période / Period	Langue d’enseignement / Language of instruction	Effectif max / Max. Staffing	Mode / Teaching Mode
L3 & M1 & EXCHANGE	B2	Français	40	E-Learning (asynchronous)

Vous ne pouvez avoir qu'une seule inscription dans un MOOC par bimestre

Prérequis / Prerequisites:

Non applicable.

SYNOPSIS / OVERVIEW

Tableau est LE logiciel de data visualisation le plus communément utilisé dans les entreprises afin de visualiser les données de manière simple et intelligible. L’objectif de ce cours est de donner toutes les clés pour maîtriser ce logiciel, et d’offrir une perspective sur les *nombreux use cases*. Le cours est conçu et enseigné par des professionnels de la data qui apporteront de nombreux conseils ainsi que des retours d’expérience concrets sur l’utilisation de Tableau en entreprise.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES / LEARNING OUTCOMES

A l’issue du cours, l’étudiant sera capable de :

1. Réaliser des graphiques via Tableau
2. D’ajouter différents éléments de filtrage sur ces graphiques pour présenter les KPIs de manière efficiente.
3. Comprendre les principes du dashboarding et de réaliser des dashboards interactifs, mis à jour automatiquement
4. Comprendre les notions principales du datastorytelling et d’en appliquer les bonnes pratiques.

Compétences analytiques, compétences de programmation.

DESCRIPTION DETAILLEE / DETAILED DESCRIPTION

Thèmes clés / Key Topics:

Dashboarding, Data

Organisation du cours – plan détaillé / Course organization - detailed outline:

Le cours s’articule autour de trois chapitres :

1. Initiation à Tableau

2. Le niveau de granularité et le concept de jointures

3. Le dashboard, les fonctions analytiques et les stories

Le cours est enseigné à l'aide de la plateforme en ligne de DataBird sur laquelle ils ont un accès à des tutoriels vidéo, des quiz et des ressources en fonction du cours ainsi qu'un forum sur lequel les étudiants peuvent poser leurs questions où les enseignants de DataBird répondent chaque semaine.

Contenus ESG / ESG-related content (Environmental – Social – Governance):

Environmental-related content	Social-related content	Governance-related content
1. Minimal content	1. Minimal content	1. Minimal content

Objectifs de compétences / Competency Goals:

Transformative Management	Innovative Thinking & Problem Solving	Positive Leadership	Sustainable Business Practises
1. Minimal contribution	3. Significant contribution	5. N/A	5. N/A

MATERIEL PEDAGOGIQUE / TEACHING MATERIALS

Le cours est enseigné sur la plateforme en ligne de DataBird. Les étudiants ont un accès à des tutoriels vidéo, des quiz et différentes ressources ainsi qu'un forum sur lequel les étudiants peuvent poser leurs questions et où les enseignants de DataBird répondent hebdomadairement.

Une session de Q&A live est également proposée en live via Zoom de façon hebdomadaire.

METHODES PEDAGOGIQUES / TEACHING METHODS

L'approche de ce cours est pratique. La théorie s'arrête au strict minimum pour bien comprendre les concepts, ce sont aux élèves de pratiquer Tableau sur les outils mis à leur disposition. Tout au long de la progression, des exercices de pratique seront à la disposition des élèves avec des retours sur la session précédente, afin de faire une synthèse et de répondre aux problèmes rencontrés.

TRAVAUX ET ÉVALUATIONS / WORK AND EVALUATIONS

Outils / support / mode d'évaluation Tool/method of evaluation	Durée et format Duration	Pondération dans la notation finale Weight in the final grading
Quiz	Individuel	20 %
Data Analysis Project	Individuel	70 %
Présence	Individuel	10 %

MOOC OMIND – Transformative Leadership Through Cognitive Neuroscience and Gaming

Enseignant(s) / Teacher(s): OMIND

Niveau / Education Level	Période / Period	Langue d'enseignement / Language of instruction	Effectif max / Max. Staffing	Mode / Teaching Mode
L3 & M1 & EXCHANGE	B2	English	30	E-Learning (asynchronous)

Vous ne pouvez avoir qu'une seule inscription dans un MOOC par bimestre

Prérequis / Prerequisites:

Not applicable.

SYNOPSIS / OVERVIEW

What if neuroscience could make you a better leader?

This course invites you on a transformative journey at the crossroads of cognitive science and immersive gaming. Designed for future leaders navigating complexity, it helps you develop emotional intelligence, cognitive agility, and the clarity to make impactful decisions.

Through experiential learning and interactive simulations, you'll explore how your brain handles stress, relationships, and uncertainty. You'll learn to recognize your mental patterns, enhance your empathy, and turn emotions into leadership assets.

Rooted in cutting edge scientific research, this fully online course offers much more than theory: it's a deep personal development experience. Ideal for those ready to lead with both heart and mind, and to cultivate human-centered, innovative leadership.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES / LEARNING OUTCOMES

At the end of the course, the student will be able to:

- Identify and reflect** on their own cognitive and emotional patterns to increase self-awareness and personal leadership effectiveness.
- Apply emotional intelligence skills** such as empathy, emotional regulation, and active listening to enhance interpersonal and team relationships.
- Adapt problem-solving strategies** in response to complex and uncertain environments using cognitive agility techniques.
- Translate cognitive neuroscience principles** into concrete leadership practices to improve decision-making, communication, and motivation.

5. **Demonstrate key leadership behaviors** such as strategic thinking, conflict resolution, and team management in real-world inspired scenarios.
6. **Develop a continuous learning mindset** to sustain personal growth and long-term leadership development.

DESCRIPTION DETAILLÉE / DETAILED DESCRIPTION

Thèmes clés / Key Topics:

- Cognitive Neuroscience & Decision-Making
- Emotional Intelligence & Empathy
- Cognitive Flexibility & Adaptability
- Neuroleadership & Motivation
- Immersive Learning & Serious Gaming
- Self-Awareness & Team Dynamics

Organisation du cours – plan détaillé / Course organization - detailed outline:

1. Initial Self-Assessment

- 60 min – Gaming-based cognitive and emotional profiling
- Objective: establish a baseline and raise awareness

2. E-learning Modules (16 x 50 min)

- Topics: brain & behavior, stress, decision-making, emotions, attention, cognitive bias, empathy, leadership practices, etc.
- Format: flipped classroom videos, reading resources, reflection activities
Modules released weekly – subject to adjustment

3. Live Online Masterclasses (3 x 60 min)

- Interactive sessions with the instructor and guest experts
- Focus: real-life applications, case studies, Q&A, peer feedback

4. Final Integration & Reflection

- Completion of final assignments
- Self-evaluation & peer insights

Contenus ESG / ESG-related content (Environmental – Social – Governance):

Environmental-related content	Social-related content	Governance-related content
2. Moderate content	4. Extensive content	2. Moderate content

Précisions complémentaires / Additional details:

- **Environmental-related content:** The course includes content from cognitive sciences that raises awareness and provides strategies for promoting sustainable behavior change
- **Social related content:** The course builds emotional intelligence, empathy, ethical leadership, and team dynamics
- **Governance related content:** Topics such as decision-making and responsible engagement are covered

Objectifs de compétences / Competency Goals:

Transformative Management	Innovative Thinking & Problem Solving	Positive Leadership	Sustainable Business Practises
3. Significant contribution	4. Extensive contribution	4. Extensive contribution	2. Moderate contribution

Précisions complémentaires / Additional details:

- **Transformative Management:** The course equips students to transform their leadership practices using neuroscience
- **Innovative Thinking & Problem Solving:** Students practice flexible thinking and decision-making through immersive games and simulations
- **Positive Leadership:** Strong focus on self-awareness, emotional regulation, empathy, team management, and conflict resolution
- **Sustainable Business Practises:** While not the core focus, the course touches on sustainable human-centered leadership and long-term impact

MATERIEL PEDAGOGIQUE / TEACHING MATERIALS

Omind platform and pedagogical content

BAR, M. (2022). *Mindwandering: How Your Constant Mental Drift Can Improve Your Mood and Boost Your Creativity*. Hachette UK.

CLARK, A. (2015). *Surfing uncertainty: Prediction, action, and the embodied mind*. Oxford University Press.

DAMASIO, A. (2019). *The strange order of things: Life, feeling, and the making of cultures*. Vintage.

GAZZALEY, A., & ROSEN, L. D. (2016). *The distracted mind: Ancient brains in a high-tech world*. Mit Press.

KAHNEMAN, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Macmillan.

KRAMER, G. (2007). *Insight dialogue: The interpersonal path to freedom*. Shambhala Publications.

LUMINET, O., & GRYNBERG, D. (2021). *Psychologie des émotions: Concepts fondamentaux et implications cliniques*. DeBoeck

MIHALY, C. (2013). *Creativity: The psychology of discovery and invention*. New York, Harperperennial, "Modern Classics".

SHANKLAND, R., & ANDRE, C. (2020). *Ces liens qui nous font vivre: éloge de l'interdépendance*. Odile Jacob.

SCHARMER, C. O. (2009). *Theory U: Learning from the future as it emerges*. Berrett-Koehler Publishers.

ZAK, P. (2017). *Trust factor: The science of creating high-performance companies*. Amacom.

METHODES PEDAGOGIQUES / TEACHING METHODS

- Fully flipped classroom
- Immersive gaming
- Role play & case study

TRAVAUX ET ÉVALUATIONS / WORK AND EVALUATIONS

Outils / support / mode d'évaluation Tool/method of evaluation	Durée et format Duration	Pondération dans la notation finale Weight in the final grading
QCM on cognitive neuroscience	1h30 individual	50%
Online game completion	1h individual	25%
Essay writing	1h30 individual	25%

BIOGRAPHIE(S) / BIOGRAPHY

Nicolas Bassan is a cognitive psychologist and Director of Science & Innovation at Omind Neurotechnologies. He specializes in applying cognitive and affective neuroscience to leadership, decision-making, and emotional regulation. Over the past decade, he has designed evidence-based learning experiences combining serious games, coaching, and scientific assessments. Nicolas has worked with executives, elite athletes, and special forces units to enhance performance under pressure, adaptability, and mental resilience. His mission: bring the power of brain science to the real world to cultivate human-centered, high-impact leadership.

ASSOCIATIONS

FLEUR DE BITUME - PROGRAMME POUR LES SPORTIFS

Pas d'inscription dans la campagne de choix.

Les élèves intéressés par l'électif doivent s'inscrire obligatoirement auprès de la Mission Egalité des Chances à egalitedeschances@hec.fr avant le 14/09/2025

Enseignant(s) / Teacher(s): Delphine CUTRIM

Niveau / Education Level	Période / Period	Langue d'enseignement / Language of instruction	Effectif max / Max. Staffing	Mode / Teaching Mode
L3	S1	Français	5	Online (synchronous)

Prérequis / Prerequisites:

Avoir un bon niveau dans les disciplines suivantes : maths, éco, geopo, culture générale et anglais.

La langue du tutorat est le français.

SYNOPSIS / OVERVIEW

Le programme WeID School Talents a été conçu pour permettre à des artistes et sportifs de haut niveau de suivre des études supérieures ambitieuses tout en poursuivant leur projet de performance.

La classe préparatoire traditionnelle, très exigeante et chronophage, n'est pas compatible avec les contraintes liées à une carrière artistique ou sportive. Les jeunes talents français se trouvent donc souvent contraints de choisir entre leurs ambitions académiques et leur passion. WEID School propose un Bachelor en 4 ans. Votre accompagnement interviendra uniquement pour les élèves en 1ère année de Bachelor. Les étudiants HEC assurent un accompagnement individuel annuel en tant que « parrain » pour répondre à toutes les questions de l'élève bénéficiaire.

Les séances sont en distanciel : zoom, teams, téléphone... L'objectif des séances est de soutenir, conseiller, motiver l'élève bénéficiaire et aussi les aider sur différentes disciplines. Le tutorat doit être régulier ; des créneaux de 1h par semaine.

Disciplines demandées :

Mathématiques

Economie ou géopolitique

Culture générale

Anglais

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES / LEARNING OUTCOMES

1. Acquérir des compétences dans le domaine de la transmission de savoir, de l'écoute, de l'animation de groupe, de l'encadrement d'un groupe de jeunes
2. Accompagner et conseiller les élèves
3. Transmettre une envie et ouvrir le champ des possibles

DESCRIPTION DETAILLEE / DETAILED DESCRIPTION

Thèmes clés / Key Topics:

Capacité à transmettre un savoir – Capacité à motiver – Réactivité et capacité à s'adapter – Ecoute – Capacité à travailler en équipe – Organisation – Force de proposition et prise d'initiative – Gestion de projet – Prise de parole en public

Organisation du cours – plan détaillé / Course organization - detailed outline:

Les séances de tutorat démarreront début novembre 2025. Vous êtes libre de vous organiser avec votre tuteur pour convenir d'un calendrier de vos échanges mais vous devez proposer obligatoirement un créneau d'une heure par semaine.

Cadrage et suivi de la mission : Suivis réguliers avec le Directeur du programme Talents de WEID School et la responsable du programme HEC Egalité des Chances. Il y aura 4 temps forts répartis sur l'année.

Objectifs de compétences / Competency Goals:

Transformative Management	Innovative Thinking & Problem Solving	Positive Leadership	Sustainable Business Practises
5. N/A	4. Extensive contribution	4. Extensive contribution	5. N/A

MATERIEL PEDAGOGIQUE / TEACHING MATERIALS

Cet électif requiert une forte implication et motivation. Les tuteurs ont en effet une responsabilité vis-à-vis des élèves qu'ils accompagnent. Il leur est demandé de respecter le calendrier des séances de tutorat fixé en novembre et de s'engager à être assidus. Cette assiduité est en effet nécessaire pour la progression des élèves.

Les tuteurs seront également sollicités pour participer à d'autres activités initiées par Fleur de Bitume et/ou la Mission Egalité des Chances.

TRAVAUX ET ÉVALUATIONS / WORK AND EVALUATIONS

Outils / support / mode d'évaluation Tool/method of evaluation	Durée et format Duration	Pondération dans la notation finale Weight in the final grading
<i>La notation tiendra compte de :</i> <i>Assiduité</i> <i>Qualité du travail effectué</i> <i>Qualité du rapport écrit individuel</i> <i>La participation à 1 ou plusieurs événements EDC sera favorisée dans la notation finale</i>	<i>Individuel</i>	<i>100%</i>

FLEUR DE BITUME – PROGRAMME PREP'ETOILE

Pas d'inscription dans la campagne de choix.

Les élèves intéressés par l'électif doivent s'inscrire obligatoirement auprès de la Mission Egalité des Chances à egalitedeschances@hec.fr avant le 14/09/2025

Enseignant(s) / Teacher(s): Delphine CUTRIM

Niveau / Education Level	Période / Period	Langue d'enseignement / Language of instruction	Effectif max / Max. Staffing	Mode / Teaching Mode
L3 & M1 & EXCHANGE	A1	Français	10	Online (synchronous)

Prérequis / Prerequisites:

Être français, avoir été en prépa ECG, ECT ou littéraire. Vous serez tuteur de 2 élèves minimum toute l'année.

SYNOPSIS / OVERVIEW

Le programme PREP Etoile est dédié à des élèves boursiers, inscrits en prépa ECG et ECT, dont le niveau académique permet d'envisager une intégration à HEC Paris lors de l'édition 2026 du concours mais qui ne s'autorisent pas à imaginer que « c'est possible »

L'identification aux étudiants HEC ayant franchi et réussi l'étape des concours est pour ces élèves un facteur clé de succès.

Les étudiants HEC assurent un accompagnement individuel annuel en tant que « parrain » pour répondre à toutes les questions de l'élève bénéficiaire.

Les séances sont en distanciel : zoom, teams, téléphone... L'objectif des séances est de soutenir, conseiller, motiver l'élève bénéficiaire.

Les étudiants souhaitant s'inscrire à cet électif doivent avoir suivi le même parcours que les élèves (CPGE et concours).

Pour tout renseignement complémentaire, ils peuvent s'adresser au responsable du programme PREP au sein de Fleur de Bitume ou la Mission Egalité des chances.

Bureau Fleur de bitume - association.fleurdebitume@hec.edu

Mission Egalité des chances - cutrim@hec.fr

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES / LEARNING OUTCOMES

- Acquérir des compétences dans le domaine de la transmission de savoir, de l'écoute, de l'animation de groupe, de l'encadrement d'un groupe de jeunes
- Accompagner et conseiller les élèves dans les difficultés spécifiques aux classes préparatoires

3. Transmettre une envie et ouvrir le champ des possibles

DESCRIPTION DETAILLEE / DETAILED DESCRIPTION

Thèmes clés / Key Topics:

Capacité à transmettre un savoir – Capacité à motiver – Réactivité et capacité à s'adapter – Ecoute – Capacité à travailler en équipe – Organisation – Force de proposition et prise d'initiative – Gestion de projet – Prise de parole en public

Organisation du cours – plan détaillé / Course organization - detailed outline:

Les séances de tutorat démarreront début novembre 2025. Vous êtes libre de vous organiser avec votre tuteur pour convenir d'un calendrier de vos échanges. Idéalement, nous vous conseillons de maintenir un rythme d'une séance par semaine.

Objectifs de compétences / Competency Goals:

Transformative Management	Innovative Thinking & Problem Solving	Positive Leadership	Sustainable Business Practises
5. N/A	4. Extensive contribution	4. Extensive contribution	5. N/A

METHODES PEDAGOGIQUES / TEACHING METHODS

Cet électif requiert une forte implication et motivation. Les tuteurs ont en effet une responsabilité vis-à-vis des élèves qu'ils accompagnent. Il leur est demandé de respecter le calendrier des séances de tutorat fixé en novembre et de s'engager à être assidus. Cette assiduité est en effet nécessaire pour la progression des élèves.

Les tuteurs seront également sollicités pour participer à d'autres activités initiées par Fleur de Bitume et/ou la Mission Egalité des Chances

TRAVAUX ET ÉVALUATIONS / WORK AND EVALUATIONS

Outils / support / mode d'évaluation Tool/method of evaluation	Durée et format Duration	Pondération dans la notation finale Weight in the final grading
<i>La notation tiendra compte :</i> <i>Assiduité</i> <i>Qualité du travail effectué</i> <i>Qualité du rapport écrit individuel</i> <i>La participation à 1 ou plusieurs événements EDC sera favorisée dans la notation finale.</i>	<i>Individuel</i>	<i>100%</i>

FLEUR DE BITUME – PROGRAMME CPES PALAISEAU

Pas d'inscription dans la campagne de choix.

Les élèves intéressés par l'électif doivent s'inscrire obligatoirement auprès de la Mission Egalité des Chances à egalitedeschances@hec.fr avant le 14/09/2025

Enseignant(s) / Teacher(s): Delphine CUTRIM / Hélène BERMOND

Niveau / Education Level	Période / Period	Langue d'enseignement / Language of instruction	Effectif max / Max. Staffing	Mode / Teaching Mode
L3 & M1 & EXCHANGE	A1	Français	10	Distanciel (synchrone)

Prérequis / Prerequisites:

Non applicable.

SYNOPSIS / OVERVIEW

Le partenaire de Fleur de Bitume pour ce programme est le CPES (Cycle Pluridisciplinaire d'Etudes Supérieures) dédié aux Sciences des Données – Santé - Société, qui a ouvert à la rentrée 2023 au Lycée International de Palaiseau en partenariat avec HEC Paris, l'Institut Polytechnique de Paris, l'ENS Paris Saclay et l'université Paris Saclay.

Ce CPES a pour ambition d'offrir à ses étudiants un enseignement pluridisciplinaire autour des données et à leur permettre d'acquérir un niveau de maîtrise robuste en sciences des données et intelligence artificielle, une bonne capacité à appréhender leurs implications et leur exploitation dans les champs de la santé, de l'économie, de la sociologie, de l'éthique, des affaires publiques et du commerce. La durée de la formation est de 3 ans. Les CPES ont pour objectif d'accueillir 40% d'étudiants boursiers.

Le programme est un programme de tutorat en maths, éventuellement économie auprès des élèves de 1ère année. D'autres disciplines comme l'informatique, l'anglais peuvent également être proposées aux élèves. Au-delà du soutien scolaire pur, il s'agit d'accompagner l'élève dans son passage du secondaire au supérieur, de l'aider à acquérir la bonne méthodologie et de le soutenir dans sa démarche.

Le principe : Animer toutes les semaines une séance de tutorat. Les séances auront lieu en ligne, élèves et tuteurs détermineront ensemble le créneau.

Pour toute information complémentaire :

- Bureau Fleur de bitume - association.fleurdebitume@hec.edu
- Mission Egalité des chances : Delphine Cutrim – cutrim@hec.fr

Les étudiants ne peuvent pas s'inscrire à plus d'un électif relevant de la Mission Egalité des chances et de Fleur de bitume sur une même année scolaire.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES / LEARNING OUTCOMES

1. Acquérir des compétences dans le domaine de la transmission de savoir, de l'écoute, de l'animation de groupe, de l'encadrement d'un groupe de jeunes
2. Réflexion critique autour des questions liées à l'égalité des chances
3. Transmettre une envie et ouvrir le champ des possibles

DESCRIPTION DETAILLEE / DETAILED DESCRIPTION

Thèmes clés / Key Topics:

Capacité à transmettre un savoir – Capacité à motiver – Réactivité et capacité à s'adapter – Ecoute – Capacité à travailler en équipe – Organisation – Force de proposition et prise d'initiative – Gestion de projet – Prise de parole en public

Organisation du cours – plan détaillé / Course organization - detailed outline:

Une session de formation rassemblant tous les tuteurs (tous programmes confondus) sera organisée le mercredi 8 octobre 2024 à 16h30.

Elle sera complétée par un échange avec les équipes du CPES à Palaiseau le 15 octobre.

La participation à ces sessions est obligatoire.

Démarrage du tutorat : Début Novembre 2025 – Fin du tutorat mi-mai 2026

METHODES PEDAGOGIQUES / TEACHING METHODS

Cet électif requiert une forte implication et motivation. Les tuteurs ont en effet une responsabilité vis-à-vis des élèves qu'ils accompagnent. Il leur est demandé de respecter le calendrier des séances de tutorat fixé en novembre et de s'engager à être assidus. Cette assiduité est en effet nécessaire pour la progression des élèves.

Les tuteurs seront également sollicités pour participer à d'autres activités initiées par Fleur de Bitume et/ou la Mission Egalité des Chances

TRAVAUX ET ÉVALUATIONS / WORK AND EVALUATIONS

Outils / support / mode d'évaluation Tool/method of evaluation	Durée et format Duration	Pondération dans la notation finale Weight in the final grading
<i>La notation tiendra compte :</i> <i>Assiduité</i> <i>Qualité du travail effectué</i> <i>Qualité du rapport écrit individuel</i> <i>La participation à un ou plusieurs événements organisés par la Mission Egalité des chances sera favorisé dans la notation finale.</i>	<i>Individuel</i>	<i>100%</i>

Précisions complémentaires / Additional details:

L'évaluation de l'électif CPES a lieu en fin d'année et s'effectue sur la base des critères d'assiduité, d'appréciation de l'investissement du tuteur dans sa mission et de communication de son rapport d'électif. L'électif est annuel.

Le rapport écrit doit notamment comporter les points suivants :

- 1 : Compte rendu de l'année et choix pédagogiques
- 2 : Zoom sur un exercice particulier proposé en séance
- 3 : Eclairage sur le bénéfice personnel retiré par l'étudiant ; Difficultés rencontrées et surmontées, réussites et déceptions
- 4 : Conseils et recommandations pour l'année suivante
- 5 : Annexe obligatoire : calendrier et descriptif précis du contenu de chaque séance

Le rapport d'électif doit être rédigé individuellement.

La participation active à d'autres événements organisés par Fleur de Bitume et la Mission Egalité des Chances sera valorisée dans la notation de l'électif : Accompagner une sortie, rencontre ponctuelle avec les élèves d'une autre cordée ; groupe de travail sur de nouveaux projets liés à l'Egalité des Chances, table ronde etc...