

CURRICULUM AND ASSESSMENT: THE FEDE GUIDELINE
RÉFÉRENTIELS DES DIPLÔMES FEDE



Mastère européen

Logistique

www.fede.education



OING dotée du statut participatif auprès du Conseil de l'Europe - OING dotée du statut consultatif auprès de la Francophonie
Registre de transparence de l'Union européenne - 313869925841-90 - FEDE, 114 rue du Rhône, Genève, Suisse - RC Genève : CHE-109.997.364



Federation for EDucation in Europe
Fédération Européenne Des Ecoles

La Fédération Européenne Des Écoles - Federation for EDucation in Europe - FEDE

La FEDE est une Organisation Internationale Non Gouvernementale (OING), institution supranationale, créée en Suisse en 1963, dotée du statut participatif auprès du Conseil de l'Europe et du statut consultatif auprès de la Francophonie.

Elle fédère un réseau international de plus de 500 établissements d'enseignement supérieur et professionnel, dans 35 pays et sur 4 continents qui partagent un projet commun d'excellence académique, d'innovation pédagogique, de recherche scientifique et d'ouverture au monde.

La FEDE délivre plus de 150 diplômes et certificats européens accessibles en français et en anglais, pour certains en plusieurs langues européennes (espagnol, allemand, italien, roumain etc.), du Foundation Degree, Bachelor européen, Mastère européen, MBA européen, jusqu'au DBA Doctorate of Business Administration.

La FEDE rassemble un réseau international de plus de 200 000 personnes.

SOMMAIRE

PRESENTATION	5
Contexte	6
Objectifs et compétences	6
Perspectives d'emploi	6
VAE – Validation des Acquis de l'Expérience	6
Bibliographie	7
UNITES CAPITALISABLES ET HORAIRES INDICATIFS	8
ARCHITECTURE DU DIPLOME FEDE	9
UC D41.1	11
Culture générale d'entreprise	11
A. Formation	11
B. Évaluation	19
C. Coefficient et crédits ECTS	19
UC D41.2	20
Gestion des Ressources Humaines et des organisations	20
A. Formation	20
B. Evaluation	22
C. Coefficient et crédits ECTS	22
UC D42	23
Mission professionnelle	23
A. Objectifs	23
B. Stage ou Projet tutoré	23
C. Évaluation	23
D. Coefficient et crédits ECTS	27
UC D51.1	28
Environnement de l'entreprise	28
A. Formation	28
B. Évaluation	29
C. Coefficient et crédits ECTS	29
UC D51.2	30
Stratégies Logistiques	30
A. Formation	30
B. Évaluation	32
C. Coefficient et crédits ECTS	32
UC D52	33
Thèse Professionnelle	33
A. Objectifs	33
B. Stage	33
C. Évaluation	33
D. Coefficient et crédits ECTS	37
UC B4	39
Langue Vivante Européenne 1	39
A. Objectif	39
B. Formation	39
C. Ressources pédagogiques mises à la disposition des étudiants par la FEDE	39

D. Evaluation	40
E. Coefficient et crédits ECTS	40
UC B5	41
Langue Vivante Européenne 1	41
A. Objectif	41
B. Formation	41
C. Ressources pédagogiques mises à la disposition des étudiants par la FEDE	41
D. Évaluation	41
E. Coefficient et crédits ECTS	42
UC A4/5	44
Les entreprises, la concurrence et l'Europe	44
A. Objectifs	44
B. Formation	44
C. Ressources pédagogiques mises à la disposition des étudiants par la FEDE	47
D. Évaluation	47
E. Coefficient et crédits ECTS	47

LEXIQUE

UC : Unité Capitalisable

UE : Unité d'Enseignement

ECTS : Le terme ECTS signifie *European Credits Transfer System* en anglais, soit système européen de transfert et d'accumulation de crédits

CECRL : Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues

LVE : Langue Vivante Européenne

PRESENTATION

Contexte

Trois facteurs principaux sont à l'origine de l'évolution des métiers liés à la logistique : les nouvelles technologies de l'information et de la communication, une approche visant à rationaliser les coûts, et l'externalisation accrue de la production au sein des activités industrielles.

Les entreprises d'aujourd'hui recherchent des experts maîtrisant le concept de logistique globale, capables de gérer les flux financiers et les flux d'information. Le mastère européen en logistique permet en outre d'acquérir des compétences de management afin de développer la capacité à collaborer entre les différents acteurs de la Supply Chain.

À la fin de la formation, les apprenants auront eu l'occasion de mener une analyse de l'environnement de l'entreprise et de mettre en œuvre des préconisations, ceci facilitera le passage à la réalité professionnelle et la réutilisation des éléments acquis durant le parcours de formation.

Objectifs et compétences

- Analyser, organiser et optimiser les flux
- Piloter les processus clés d'une chaîne logistique global
- Optimiser la gestion des réseaux partenaires
- Mettre en place un système de planification au niveau tactique et stratégique
- Mesurer l'impact des actions de logistique sur la performance financière
- Maîtriser les pratiques de gestion de projet et de conduite du changement

Perspectives d'emploi

Détenir un Mastère européen de la FEDE, c'est bénéficier de nouvelles opportunités et d'un réseau professionnel international.

Le Mastère européen Logistique prépare les futurs professionnels des écoles FEDE aux fonctions de :

- Supply Chain Manager
- Responsable de dépôt ou plateforme
- Responsable transport
- Responsable logistique
- Responsable de production
- Acheteur(euse) et approvisionneur(euse)
- Consultant(e) logistique

VAE – Validation des Acquis de l'Expérience

La Validation des Acquis de l'Expérience est une démarche volontaire pour toute personne souhaitant obtenir une certification en validant son expérience sans nécessairement suivre une formation. Une seule condition : avoir au moins 1 an d'expérience en lien direct avec la certification choisie.

Le Mastère européen Logistique est accessible par la VAE.

La VAE demandant une réflexion et un travail personnel important, il est essentiel de bien constituer le dossier qui démontrera l'expérience et les compétences du demandeur. La FEDE propose un accompagnement personnalisé.

Bibliographie

- Arnaud de Baynast, Jacques Lendrevie, Julien Lévy, *Mercator*, Malakoff : Dunod, 2017
- Jean-Jacques Lambin, Chantal de Moerloose, *Marketing stratégique et opérationnel : la démarche marketing dans l'économie numérique*, Malakoff : Dunod, 2016
- Bruno Solnik, *Gestion financière*, Paris : Dunod, 2005
- Laurence Lehmann-Ortega, Frédéric Leroy, Bernard Garrette, *Strategor*, Paris : Dunod, 2013
- Bruno Jarrosson, *100 ans de management : un siècle de management à travers les écrits*, Paris : Dunod, 2004
- Patrick Courbe, Jean-Sylvestre Bergé, *Introduction générale au droit*, Paris : Dalloz, 2017
- Jean-Philippe Dom, *Droit des sociétés*, Paris : Vuibert, 2001
- Jean-Paul Branlard, *QCM introduction au droit et droit civil*, Paris : Gualino, 2004
- Sophie Druffin-Bricca, Laurence-Caroline Henry, *Introduction générale au droit*, Paris : Gualino Lextenso, 2009
- Yves Frédéric Livian, *Introduction à l'analyse des organisations*, Paris : Economica, 2010
- Revue L'Expansion Management Review

UNITES CAPITALISABLES ET HORAIRES INDICATIFS

		Liste des unités capitalisables	Contenu	Horaires indicatifs en face à face pédagogique
1 ^{ère} année	Épreuves obligatoires	UE D UC D41.1 UC D41.2 UC D42	Culture générale d'entreprise Gestion des RH et des organisations Mission professionnelle	235 à 310 h 60 à 80 h 12 semaines
		UE B UC B4*	Langue vivante européenne 1 (écrit) <i>Utilisateur indépendant</i>	80 à 100 h
		UE A UC A4/5	Les entreprises, la concurrence et l'Europe	80 à 120 h
2 ^{ème} année	Épreuves obligatoires	UE D UC D51.1 UC D51.2 UC D52	Environnement de l'entreprise Stratégies Logistiques Thèse professionnelle	100 à 120 h 100 à 120 h 12 semaines
		UE B UC B5*	Langue vivante européenne 1 (oral) <i>Utilisateur indépendant</i>	80 à 100 h
Épreuves facultatives		UC A2	Le projet européen : culture et démocratie pour une citoyenneté en action	40 à 60 h
		UC A3	Le management interculturel et les ressources humaines en Europe	40 à 60 h
		UC B4*	Langue vivante européenne 2 (écrit) Niveau B2 du CECR	

* Le référentiel d'examens est commun pour toutes les langues vivantes européennes.

Les étudiants ont la possibilité de choisir parmi les langues vivantes suivantes :

- Langue vivante 1 : Allemand, Anglais, Espagnol, Français, Italien, Portugais ;
- Langues vivantes 2 et 3 : Allemand, Anglais, Arabe, Chinois, Espagnol, Français, Italien, Portugais.

La langue Vivante choisie par le candidat doit être différente de celle dans laquelle il passe les épreuves du domaine européen et du domaine professionnel.

ARCHITECTURE DU DIPLOME FEDE

	Mastère européen Logistique				Temps plein, temps partiel, alternance		Formation tout au long de la vie	
	Épreuves	U.C.	ECTS	Coeff.	Forme ponctuelle	Durée	Forme ponctuelle	Durée
1 ^{ère} année - Épreuves obligatoires	D41.1 Culture générale d'entreprise	D41.1	10	5	QCM	2h	QCM	2h
	D41.2 Gestion des RH et des organisations	D41.2	6	2	Exercices pratiques	2h	Exercices pratiques	2h
	D42 Soutenance : Mission professionnelle	D42	16	7	Grand oral	1h	Grand oral	1h
	B4 Langue Vivante Européenne - Ecrit Niveau B2 du CECR	B4	12	2	Écrit	1h45	Écrit	1h45
	A4/5 Les entreprises, la concurrence et l'Europe	A4/5*	16	4	QCM en ligne	1h30	QCM en ligne	1h30
	Total		60	20				
2 ^{ème} année - Épreuves obligatoires	D51.1 Environnement de l'entreprise	D51.1	16	6	QCM	50 min	QCM	50 min
	D51.2 Stratégies Logistiques	D51.2	16	6	Étude de cas	3h	Étude de cas	3h
	D52 Soutenance : Thèse professionnelle	D52	16	6	Grand oral	1h	Grand oral	1h
	B5 Langue Vivante Européenne – Oral Niveau B2 du CECR	B5	12	2	Oral	45min	Oral	45min
Total		60	20					
Facultatifs	B4 Langue vivante 2	B4	6		Écrit	1h45	Écrit	1h45
	A2 Le projet européen : culture et démocratie pour une citoyenneté en action	A2	6		QCM en ligne	40mn	QCM en ligne	40mn
	A3 Le management interculturel et les ressources humaines en Europe	A3	6		QCM en ligne	40mn	QCM en ligne	40mn

Pour les épreuves facultatives, les points au-dessus de 10/20, multipliés par 2, s'ajoutent au total des points.

*L'unité capitalisable A4/5 est à passer obligatoirement par les candidats rentrant directement en deuxième année de Mastère européen suite à des dispenses d'épreuves.

UE D | Expertise
Professionnelle

UC D41.1 Culture générale d'entreprise

A. Formation

L'unité capitalisable D41.1 repose sur le programme pédagogique développé dans le référentiel « **Culture générale d'entreprise** » sur lequel reposera l'évaluation.

Le volume horaire recommandé de formation en face à face pédagogique est de 235 à 310 heures.

Contenu	Capacités attendues
1. Gestion comptable et financière (30 à 40 heures)	
<ul style="list-style-type: none"> • Les fondamentaux de la gestion financière <ul style="list-style-type: none"> - SIG - FR / BFR - Ratios - Tableaux de financement • Analyse financière et diagnostic financier • Gestion prévisionnelle et budgétaire • Le financement des investissements • Les tableaux de bord • Mathématiques financières et statistiques <ul style="list-style-type: none"> - Indices - Séries - Echantillonnage - Lois de probabilité (binomale, normale, poisson) - Corrélation - Intérêts simples et composés - Amortissement - Actualisation - Programmation linéaire - Ordonnement - Analyse de la décision : arbre de décision 	<p><i>Connaître et maîtriser les principaux outils de gestion</i></p> <p><i>Être capable d'élaborer un plan de financement</i></p> <p><i>Être capable de mettre en place un tableau de bord</i></p>
2. Rappels en droit des affaires et fiscalité (35 à 45 heures)	
<p>1. Le droit objectif</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les sources internationales <ul style="list-style-type: none"> - Les traités internationaux - Le droit communautaire - Les traités du Conseil de l'Europe • Les sources nationales <ul style="list-style-type: none"> - La loi - La coutume - La jurisprudence - La doctrine <p>2. Le droit subjectif</p> <ul style="list-style-type: none"> • Classification des droits subjectifs <ul style="list-style-type: none"> - Les droits extra patrimoniaux 	<p><i>Connaître l'évolution de l'importance relatives des sources de droit, notamment en fonction du droit européen</i></p>

<ul style="list-style-type: none"> - Les droits patrimoniaux • Preuve des droits subjectifs <ul style="list-style-type: none"> - L'objet de la preuve - La charge de la preuve - Les modes de preuve • Sanctions des droits subjectifs <ul style="list-style-type: none"> - Le procès - Les voies d'exécution <p>3. L'entreprise et l'activité commerciale</p> <ul style="list-style-type: none"> • La notion juridique d'entreprise <ul style="list-style-type: none"> - Entreprise et personnalité morale - Emergence d'un statut juridique de l'entreprise - Entreprise et autres groupements • L'entreprise commerciale <ul style="list-style-type: none"> - La qualité de commerçant - Les conditions d'accès à la profession commerciale - Le statut juridique d'un commerçant • L'entreprise individuelle <ul style="list-style-type: none"> - La création - Le fonctionnement - La fin de l'entreprise individuelle • L'entreprise sociétaire <ul style="list-style-type: none"> - La constitution de la société - La personnalité juridique de la société - Les différents types de sociétés - Les régimes juridiques de quelques sociétés <p>4. La faillite</p> <p>5. L'impôt sur le revenu des personnes physiques</p> <ul style="list-style-type: none"> • Champ d'application • Définition du revenu imposable • Calcul, déclaration et paiement de l'impôt • Abattements, charges et réductions d'impôts <p>6. L'impôt sur le bénéfice des sociétés</p> <p>7. La TVA intracommunautaire</p> <p>8. Le contrôle fiscal</p>	<p><i>Savoir identifier les conditions à remplir pour acquérir la qualité de commerçant, d'artisan</i></p> <p><i>Identifier les dispositions en faveur de l'entreprise individuelle</i></p> <p><i>Comprendre le contrat de société, la personnalité morale, les sociétés de personnes, de capitaux. Savoir comparer les différents types de sociétés</i></p> <p><i>Connaître les règles applicables en matière d'imposition sur le revenu</i></p>
<p>3. Recherche marketing (20 à 30 heures)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les besoins et le système d'information marketing de l'entreprise 	<p><i>Maîtriser les différents types de besoins, motivations, les risques, les freins</i></p>

<ul style="list-style-type: none"> • Le comportement d'achat et sa modélisation • Les études exploratoires, les méthodes qualitatives d'enquête et l'interprétation des données recueillies • Les études descriptives ponctuelles permanentes et le traitement des données d'enquête • Les études de marché causales et l'analyse statistique des résultats d'expérimentation 	<p><i>Maîtriser la notion de système d'informations mercatiques et savoir indiquer sa place dans l'entreprise</i></p> <p><i>Être capable de préciser les enjeux, les finalités, les composantes</i></p> <p><i>Savoir déterminer et sélectionner les critères d'achat de la cible visée</i></p> <p><i>Être capable de concevoir un baromètre d'analyse des comportements d'achat et les mettre en place dans l'organisation marketing</i></p> <p><i>Savoir définir la fréquence d'actualisation du baromètre</i></p> <p><i>Maîtriser les techniques d'études, savoir interpréter les résultats, établir un diagnostic quantitatif d'expert avec les systèmes CATI, ATI, AWI</i></p> <p><i>Être capable de définir et d'exploiter les panels de consommateurs, de distributeurs, d'audience, et d'interpréter les tableaux de bord</i></p> <p><i>Savoir sélectionner les outils informatiques les plus adaptés</i></p> <p><i>Être capable de concevoir les modalités et de mettre en place l'étude</i></p> <p><i>Savoir valider les techniques de collecte et d'analyse utilisées.</i></p> <p><i>Être capable de sélectionner les outils informatiques les plus adaptés</i></p> <p><i>Être capable de compiler, de ventiler et d'utiliser les données recueillies</i></p> <p><i>Savoir rédiger une synthèse de l'étude</i></p>
<p>4. Marketing stratégique (30 à 40 heures)</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • L'attractivité du marché • La compétitivité et l'avantage concurrentiel • Le choix d'une stratégie de développement 	<p><i>Connaître la notion de croissance potentielle, la courbe d'expérience, le cycle de vie du produit, les facteurs clés du succès, la matrice BCG, la matrice Mc Kinsey, Doo Little</i></p> <p><i>Savoir déterminer les opportunités du marché pour l'entreprise en fonction de son potentiel technique, financier et humain.</i></p> <p><i>Être capable de choisir les axes stratégiques d'entrée au marché en fonction du poids de la concurrence</i></p> <p><i>Maîtriser les notions d'avantages concurrentiels, de marque, de brevet...</i></p> <p><i>Être capable de concevoir la matrice de Porter</i></p> <p><i>Savoir analyser et sélectionner les points forts et les points faibles de l'entreprise en fonction de la concurrence directe et indirecte du marché</i></p> <p><i>Connaître la clé des trajectoires, le pilotage, les plus de coaching</i></p> <p><i>Être capable de mesurer les potentialités quantitatives et qualitatives d'un marché</i></p>

<ul style="list-style-type: none"> • Les objectifs et les choix fondamentaux d'une stratégie marketing (cible, positionnement, source de marché, marchéage) • Le plan marketing • La stratégie de produit • La stratégie de prix • La stratégie de distribution • La stratégie de communication 	<p><i>Savoir évaluer les capacités de l'entreprise et proposer des axes de développement</i> <i>Être capable de définir les axes de développement de l'entreprise.</i> <i>Savoir analyser le marché</i> <i>Être capable de concevoir et de mettre en place une stratégie de lancement ou de repositionnement d'un produit ou d'un service</i></p> <p><i>Savoir déterminer l'importance et la cohérence de chaque variable du Mix dans l'élaboration du plan marketing</i> <i>Être capable de proposer un plan qui tient compte du positionnement de l'entreprise et de l'objectif attendu</i> <i>Savoir mettre en place des indicateurs de mesure et de contrôle</i></p> <p><i>Pouvoir concevoir et élaborer une gamme de produits ou de services en fonction du positionnement et de l'image de l'entreprise</i> <i>Prendre en compte les facteurs d'environnement dans la réalisation de cette gamme</i></p> <p><i>Être capable de mettre en place une politique tarifaire dans l'entreprise</i> <i>Savoir calculer les taux de marge et de marque les plus attractifs pour l'entreprise</i> <i>Savoir déterminer un prix d'acceptabilité</i> <i>Harmoniser la politique tarifaire de l'entreprise en fonction de sa présence à l'international</i></p> <p><i>Faire l'inventaire des circuits actuels</i> <i>Identifier les circuits de distribution les plus performants et adaptés aux produits ou aux services de l'entreprise</i> <i>Déterminer les conditions commerciales pour chaque canal de distribution</i></p> <p><i>Analyser la communication actuelle de l'entreprise</i> <i>Analyser la stratégie de communication des concurrents à travers l'élaboration d'une pige publicitaire</i> <i>Définir le budget de communication</i> <i>Choisir les supports media</i> <i>Mettre en place des outils d'analyse et de contrôle</i></p>
<p>5. Distribution et logistique (40 à 50 heures)</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • L'appareil commercial (forme de commerce et méthodes de vente) • Le marché du point de vente (zone de chalandise, perception et fréquentation du point de vente) 	<p><i>Connaître les spécificités des différents circuits de distribution</i> <i>Mesurer l'importance de chaque circuit sur le marché</i> <i>Savoir identifier dans chaque circuit les méthodes de vente et de négociation actuelles</i></p> <p><i>Savoir déterminer la zone de chalandise d'un point de vente</i> <i>Savoir mesurer la fréquentation d'un point de vente</i> <i>Savoir calculer un indice de sensibilité</i> <i>Savoir déterminer la valeur commerciale d'un emplacement</i></p>

<ul style="list-style-type: none"> • La politique d'assortiment et la politique d'achat du distributeur 	<p><i>Connaître et analyser la stratégie d'achat du distributeur</i> <i>Déterminer les critères d'achat du distributeur</i> <i>Faire une offre commerciale en tenant compte des volumes, du soutien promotionnel à assurer et de l'intensité de la concurrence</i> <i>Analyser l'assortiment du distributeur en fonction de la saisonnalité des ventes</i> <i>Proposer une gamme adaptée à la clientèle du point de vente</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> • La politique de merchandising 	<p><i>Analyser le merchandising actuel à travers l'assortiment et l'implantation actuelle des produits</i> <i>Concevoir et élaborer une recommandation merchandising visant à optimiser le linéaire</i> <i>Calculer le rendement au linéaire et la marge brute par produit</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> • La politique de communication du distributeur 	<p><i>Analyser l'historique de l'enseigne en matière de communication</i> <i>Déterminer le poids de la PLV et de la PLA dans la stratégie de communication</i> <i>Déterminer le positionnement actuel de l'enseigne sur le marché</i> <i>Concevoir des opérations de trade marketing en fonction des objectifs de communication</i> <i>Elaborer et mettre en place de nouvelles opérations de PLV et de PLA</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> • La chaîne logistique 	<p><i>Analyser les enjeux techniques et financiers de la logistique pour l'entreprise</i> <i>Concevoir la mise en place d'une supply chain dans le fonctionnement de l'entreprise</i> <i>Déterminer la chaîne logistique la plus adaptée à la commercialisation du produit</i> <i>Elaborer un cahier des charges fournisseur intégrant tous les acteurs de la supply chain (de l'informatique à la société de transport)</i> <i>Sélectionner les fournisseurs en fonction de critères techniques et financiers</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> • Les coûts logistiques 	<p><i>Analyser la politique actuelle d'approvisionnement et de commercialisation de l'entreprise</i> <i>Calculer les coûts en fonction des charges directes et indirectes</i> <i>Déterminer les résultats aux différents niveaux</i> <i>Déterminer les changements logistiques possibles à travers une stratégie de réduction des coûts</i> <i>Elaborer une nouvelle procédure de gestion des coûts.</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> • La gestion des stocks 	<p><i>Mettre en place et utiliser des méthodes de gestion des stocks en fonction des impératifs de l'entreprise</i> <i>Utiliser de façon opérationnelle les outils de gestion des stocks</i> <i>Savoir calculer un stock moyen, un stock de sécurité, un stock minimum et un stock d'alerte</i> <i>Savoir calculer la rotation physique et financière d'un stock</i> <i>Savoir sélectionner les logiciels de stock les plus adaptés</i> <i>Analyser les procédures actuelles de l'entreprise</i></p>

<ul style="list-style-type: none"> • Les méthodes d'approvisionnement 	<p><i>Mettre en place une nouvelle stratégie d'approvisionnement</i> <i>Et en mesurer les coûts pour l'entreprise</i> <i>Sélectionner et évaluer les fournisseurs potentiels</i> <i>Mettre en place une politique d'outsourcing et en évaluer le risque</i></p>
6. Négociation et animation des équipes de vente (30 à 40 heures)	
<ul style="list-style-type: none"> • Communiquer pour vendre <ul style="list-style-type: none"> - Forme de communication - Analyse transactionnelle - PNL - Gestuelle - Morphopsychologie • La prospection • Les étapes de la vente • Les différents statuts des vendeurs • Les objectifs commerciaux et le nombre optimal de vendeurs • L'organisation de secteurs de vente • Le recrutement des vendeurs • La formation des vendeurs • L'optimisation de l'activité de vendeur • La rémunération des vendeurs 	<p>La négociation <i>Savoir mettre en place et gérer sa prospection</i> <i>Être capable d'identifier les types de clientèles à prospecter</i> <i>Utiliser des ratios de prospection pour mesurer l'efficacité de sa prospection</i></p> <p><i>Être capable d'obtenir un rendez-vous</i> <i>Savoir conduire une négociation</i> <i>Prendre contact en respectant certains principes de base.</i></p> <p><i>Maîtriser les moyens d'expression de la communication verbale et non verbale</i> <i>Utiliser les techniques de questionnement dans la phase de découverte</i> <i>Conduire l'entretien en pratiquant une écoute active</i> <i>Faire preuve d'empathie</i> <i>Adapter son comportement au style de son interlocuteur</i> <i>Savoir présenter et argumenter une offre commerciale</i> <i>Savoir reformuler</i> <i>Effectuer une démonstration</i> <i>Savoir traiter les objections</i> <i>Formaliser et signer le contrat</i> <i>Savoir conclure</i> <i>Prendre congé</i> <i>Assurer le suivi de la vente</i> <i>Assurer la fidélisation du client</i> <i>Savoir traiter les réclamations</i></p> <p>L'animation d'une équipe de vente <i>Connaître les spécificités des différents statuts d'un commercial</i> <i>Savoir sélectionner le statut le plus attractif à la fois pour le commercial et pour l'entreprise</i> <i>Savoir recruter un commercial en fonction d'une méthodologie de recrutement</i> <i>Savoir sélectionner un commercial en fonction de critères d'évaluation techniques et commerciaux</i> <i>Savoir intégrer un commercial dans l'équipe</i> <i>Savoir former un commercial (en interne ou en externe)</i> <i>Savoir sectoriser un territoire de vente</i> <i>Savoir calculer le potentiel d'un secteur de vente</i> <i>Savoir mettre en place et animer une réunion commerciale</i> <i>Savoir établir des prévisions de vente</i> <i>Choisir les objectifs quantitatifs et qualitatifs à atteindre</i> <i>Savoir bâtir un système de rémunération stimulant</i></p>

<ul style="list-style-type: none"> • L'animation des vendeurs • Le contrôle de l'activité des vendeurs • Pratique de la vente industrielle • La négociation d'achat 	<p><i>Savoir gérer les dépenses commerciales</i> <i>Savoir concevoir des outils de mesure de la performance (Tableaux de bord, grille d'évaluation)</i> <i>Savoir gérer les conflits au sein de l'équipe</i> <i>Savoir féliciter, sanctionner et licencier un commercial</i> <i>Savoir déterminer les intervenants dans le processus d'achat industriel</i> <i>Identifier les motivations d'achat des intervenants</i> <i>Savoir présenter une solution technique avec ses différents financements</i> <i>Savoir intégrer les coûts d'installation et de maintenance dans une offre commerciale</i> <i>Concevoir un plan de financement adapté à la capacité d'autofinancement et d'endettement du client</i> <i>Savoir calculer le retour sur investissement de l'offre commerciale</i> <i>Analyser les stratégies d'achat du client</i></p> <p><i>Savoir rédiger une offre d'achat</i> <i>Savoir répondre à un appel d'offre ouvert ou restreint</i> <i>Savoir assurer le suivi de l'appel d'offre</i> <i>Savoir mettre en place des outils de fidélisation de la clientèle en B to B</i></p>
<p>7. Communication externe et gestion des moyens de communication (20 à 30 heures)</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Les types et les niveaux de communication de l'entreprise • Les étapes d'une campagne de communication • Le budget de communication • La segmentation, le positionnement, le marketing mix et la communication commerciale • Les cibles de la communication • La base de campagne 	<p><i>Déterminer la cohérence des types de communication utilisés</i> <i>Savoir identifier les potentialités de communication de l'entreprise en fonction du marché</i></p> <p><i>Respecter les méthodes et les procédures d'une campagne de communication</i> <i>Analyser les supports les plus attractifs en fonction du produit ou du service</i></p> <p><i>Déterminer un budget de communication en fonction des objectifs de l'entreprise</i> <i>Savoir calculer un budget de communication en fonction de la pigo publicitaire des concurrents</i> <i>Mettre en place une pigo publicitaire</i> <i>Savoir utiliser un tarif média</i></p> <p><i>Savoir établir une stratégie de communication commerciale en fonction de la stratégie marketing</i> <i>Savoir prendre en compte la segmentation, le ciblage et le positionnement dans la conception de la communication commerciale</i></p> <p><i>Savoir qualifier et quantifier une cible</i></p> <p><i>Être capable de choisir un axe de communication en fonction de la cible</i></p>

<ul style="list-style-type: none"> • La stratégie des moyens • La stratégie de communication d'entreprise • La recherche du concept de message • L'exécution ou traduction de l'idée • Le contenu du plan de campagne • Le marché publicitaire français et l'audience des médias • Le hors média • Le média planning • Le calendrier et le budget de campagne • La fabrication et la production audiovisuelle • La mesure de l'efficacité des actions de communication 	<p><i>Utiliser la méthodologie permettant de respecter la démarche publicitaire choisie</i></p> <p><i>Analyser la stratégie actuelle de l'entreprise</i> <i>Effectuer un choix entre différentes stratégies et identifier la stratégie la plus pertinente à mettre en place en fonction de l'objectif à atteindre</i></p> <p><i>Rechercher et sélectionner un concept en s'appuyant sur des méthodes de créativité</i></p> <p><i>Mettre en place des réunions de créativité avec le personnel de l'entreprise ou avec des consommateurs</i></p> <p><i>Définir et sélectionner les éléments d'un plan de campagne</i> <i>Choisir un plan de campagne en fonction d'une stratégie à court et moyen terme</i></p> <p><i>Connaître les données qualitatives et quantitatives du marché publicitaire</i> <i>Être capable d'effectuer une sélection des médias</i></p> <p><i>Appréhender et mesurer les avantages et les inconvénients de chaque technique hors média</i> <i>Être capable d'effectuer un choix parmi les techniques en fonction d'objectifs quantitatif et qualitatif</i> <i>Mettre en place des indicateurs de mesure</i> <i>Rechercher et sélectionner les médias en fonction de la cible</i></p> <p><i>Savoir établir un média planning en fonction des impératifs de cohérence, d'image et de cible</i></p> <p><i>Savoir programmer ses investissements publicitaires en fonction de la saisonnalité et de la concurrence</i> <i>Savoir établir un calendrier et un budget en fonction et de la pression publicitaire souhaitée</i></p> <p><i>Savoir comprendre les mécanismes de fonctionnement de la production audiovisuelle</i> <i>Savoir définir un budget de production audiovisuelle</i> <i>Savoir recenser les outils de production audiovisuelle les plus performants</i></p> <p><i>Sélectionner une agence de production audiovisuelle</i> <i>Savoir sélectionner des indicateurs de mesure</i> <i>Savoir les mettre en place dans l'entreprise</i> <i>Baromètres d'image, de satisfaction, de notoriété</i> <i>Savoir analyser et interpréter les résultats</i> <i>Savoir engager des actions correctrices</i></p>
---	---

8. Commerce et finances internationaux (30 à 35 heures)	
<ul style="list-style-type: none"> • La notion de risques • La dimension interculturelle des marchés • L'analyse et le choix des marchés • Les dispositifs d'information et de soutien à l'export • La couverture des risques • L'offre et ses aspects juridiques (en liaison avec le cours sur les contrats) • La prospection • Les différentes possibilités de présence à l'étranger • L'acheminement des marchandises • Les règles spécifiques à l'export <ul style="list-style-type: none"> - Les documents de transport - Les incoterms • La gestion des commandes • Les modalités de règlement <ul style="list-style-type: none"> - La devise de facturation et le risque de change - Les moyens de paiement : du chèque aux crédits documentaires • La douane (notions de base) • La gestion de la trésorerie et le financement des opérations 	<p><i>Connaître les enjeux, les spécificités et les risques à l'export</i></p> <p><i>Être capable d'analyser, d'appréhender un marché spécifique</i></p> <p><i>Être capable de proposer une stratégie</i></p> <p><i>Être capable de concevoir, de mettre en œuvre et de piloter un plan de marchéage</i></p>

B. Évaluation

Forme de l'épreuve : Questionnaire à choix multiples (QCM)

Durée : 2 heures

Nombre de questions : 100 questions

Nombre de propositions : 4 propositions par question, une seule proposition est exacte

Nombre de points : 300 points

Le nombre de questions posées par thème étant proportionnel au nombre d'heures de formation recommandé, la répartition des 100 questions de cet exercice doit être la suivante :

- 1- Gestion comptable et financière : 13 questions
- 2- Rappels en droit des affaires et fiscalité : 15 questions
- 3- Recherche marketing : 9 questions
- 4- Marketing stratégique : 15 questions
- 5- Distribution et logistique : 13 questions
9. 6 - Négociation et animation des équipes de vente : 13 questions
- 6- Communication externe et gestion de moyens de communication : 9 questions
- 7- Commerce et finances internationaux : 13 questions

Barème

- Réponse correcte : +3 points
- Réponse erronée : 0 point
- Absence de réponse : 0 point

L'usage d'une calculatrice est autorisé.

C. Coefficient et crédits ECTS

Ce module vaut coefficient 5, et permet de capitaliser 10 crédits ECTS.

UC D41.2

Gestion des Ressources Humaines et des organisations

A. Formation

L'unité capitalisable D41.2 repose sur le programme pédagogique développé dans le référentiel « **Gestion des Ressources Humaines et des organisations** » sur lequel reposera l'évaluation.

Le volume horaire recommandé de formation en face à face pédagogique est de 60 à 80 heures.

Contenu	Capacités attendues
<ul style="list-style-type: none"> • La dynamique des comportements et la mobilisation des hommes <ul style="list-style-type: none"> - L'appréciation des contributions individuelles (la performance, les compétences, les potentiels) - La mise en valeur des compétences (la formation, la GPEC, la gestion des carrières, la mobilité) - Le travail en équipe (l'animation, la délégation, la motivation, la fixation des objectifs) - Le suivi et l'évaluation des performances 	<p><i>Savoir déterminer les éléments à évaluer</i></p> <p><i>Être capable de concevoir une démarche efficace pour mettre en valeur les ressources humaines de l'entreprise</i></p> <p><i>Evaluer l'impact de la gestion des compétences sur la relation salariale et les conditions de travail</i></p> <p><i>Pouvoir construire et piloter une équipe efficace</i> <i>Maîtriser les outils et techniques d'évaluation et de gestion des performances</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> • La communication interpersonnelle, la dynamique des groupes et la négociation des conflits <ul style="list-style-type: none"> - Les modèles d'interprétation de la communication - Les éléments de la communication interpersonnelle - La communication verbale et non verbale et les canaux d'émission des messages - Les caractéristiques psychologiques des groupes (les interactions, les buts communs, les normes, les émotions, l'inconscient collectif) - Les différentes formes de conflits (les indicateurs de crises, les conflits individuels et collectifs, le climat social) - Les partenaires sociaux et la négociation 	<p><i>Savoir déchiffrer la communication interpersonnelle</i> <i>Pouvoir distinguer et interpréter les messages et leur signification</i> <i>Être capable de communiquer efficacement à l'aide de différents outils</i></p> <p><i>Mettre en place les règles pour créer un équilibre interne et un système de relation stable avec l'environnement</i></p> <p><i>Savoir définir et mesurer la conflictualité</i> <i>Être capable de gérer et de régler un conflit</i></p> <p><i>Pouvoir évaluer le climat social</i> <i>Savoir créer des outils efficaces de communication interne et externe</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> • La structure, la culture et les changements organisationnels <ul style="list-style-type: none"> - Les différents types de structure d'entreprise (les caractéristiques, les 	<p><i>Connaître les différents modes de fonctionnement de l'organisation</i> <i>Savoir mettre en place une structure organisationnelle simple</i></p>

<p>systèmes mécanistes et organiques, les déterminants de la structure)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les composantes de la culture d'entreprise (valeurs, normes, symboles, rites, mythes, héros) - La culture d'entreprise et le management - Les différents degrés de changement (le réglage, la réforme, la restructuration, la refondation) <p>• Les coûts cachés et les outils de management socioéconomiques</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'absentéisme (les causes, le taux et l'évaluation des coûts) - Le turn-over (les différents types de départ, la mesure du turn-over, les moyens d'information sur les causes, le coût) - Les conflits sociaux (les coûts pour l'organisation) - Les accidents du travail (les statistiques, la prévention et le coût) - Le management socioéconomique (la mobilisation, le recours aux compétences, l'adhésion, l'information, l'organisation du travail) <p>• La gestion du temps</p> <ul style="list-style-type: none"> - La maîtrise du temps - L'élaboration d'objectifs, plannings et priorités (l'agenda, les listes de contrôle, les plannings, les organisateurs) - L'analyse de l'utilisation du temps - La délégation des tâches <p>• La qualité totale</p> <ul style="list-style-type: none"> - La démarche qualité (les enjeux, le contrôle et les coûts) - Les méthodes et les outils (les cercles de qualité, les outils statistiques) - La normalisation et la certification 	<p><i>Être capable de comprendre la formation de l'identité culturelle d'une entreprise</i></p> <p><i>Pouvoir définir les principes culturels et organisationnels et gérer les différences socioculturelles dans l'entreprise</i></p> <p><i>Savoir définir et transmettre les finalités du changement</i></p> <p><i>Pouvoir utiliser les leviers du changement : le management, la structure, les systèmes et la culture</i></p> <p><i>Pouvoir apprécier le climat social à l'aide de différents outils : tableaux de bord, enquête indicateurs</i></p> <p><i>Maîtriser les techniques de management qui permettent d'éviter la dégradation du climat social dans l'entreprise (le scoring)</i></p> <p><i>Savoir exploiter le temps imparti</i></p> <p><i>Pouvoir programmer le temps à l'aide de différents outils</i></p> <p><i>Être capable d'identifier les causes de perte de temps</i></p> <p><i>Être capable de mener une démarche qualité grâce à des méthodes et outils spécifiques</i></p> <p><i>Comprendre les enjeux pour l'entreprise</i></p> <p><i>Pouvoir calculer les coûts</i></p> <p><i>Connaître les différentes normalisations et certifications</i></p>
---	--

B. Evaluation

Forme de l'épreuve : Exercices pratiques

Durée : 2 heures

Barème : 120 points

Cette partie permet de contrôler les connaissances et les compétences acquises par les étudiants.

Un sujet d'une à trois pages, présentant une problématique en ressources humaines et gestion des organisations est proposé aux candidats. Des annexes (de une à cinq) peuvent également être proposées.

Deux questions (une question concernant le thème des ressources humaines et une question portant sur la question de la gestion de l'organisation des entreprises) doivent être traitées par les candidats.

La réponse à ces questions doit être présentée sous forme d'un développement structuré et argumenté.

L'usage d'une calculatrice est autorisé.

C. Coefficient et crédits ECTS

Ce module vaut coefficient 2, et permet de capitaliser 6 crédits ECTS.

UC D42

Mission professionnelle

A. Objectifs

La pédagogie doit faire une large place à l'initiative de l'étudiant et à son travail personnel, pour mettre en œuvre les connaissances et les compétences acquises. À cette fin, le stage ou projet tutoré implique l'élaboration d'un mémoire qui donne lieu à une soutenance orale.

Le Mastère Européen réalise une mise en contact réelle de l'étudiant avec le monde du travail de manière à lui permettre d'approfondir sa formation et son projet professionnel et de faciliter son insertion dans l'emploi.

Une partie de la formation peut être accomplie à l'étranger dans le cadre d'une convention.

L'épreuve est un grand oral d'une durée d'une heure.

B. Stage ou Projet tutoré

Stage

Durée : 12 semaines

Contenu : Réalisation d'une ou plusieurs actions afférentes à la logistique, appliquée(s) soit à la gestion comptable et financière, soit au marketing stratégique et opérationnel, soit à la négociation et la gestion commerciales, soit aux ressources humaines, soit à la communication interne ou externe (via les outils intranet ou internet, par exemple).

Capacités attendues : Appréhender les réalités d'une activité professionnelle au sein du secteur de la logistique.

Ou

Projet tutoré

Durée : ¼ du volume de la formation, hors stage

Contenu : Dans le cadre d'un travail individuel ou collectif, réalisation d'un mémoire retraçant l'ensemble des actions menées pour la réalisation d'une opération dans le secteur de la logistique validée en début d'année par le tuteur enseignant.

Capacités attendues : Mettre en œuvre une stratégie permettant la réalisation effective d'une action dans le secteur de la logistique.

C. Évaluation

L'épreuve professionnelle de soutenance permet de valider les capacités du candidat à mener un projet professionnel, à développer une problématique dans un document écrit et à expliquer et défendre sa démarche devant un jury.

En raison de l'intérêt qu'elle représente dans la formation du candidat, cette épreuve est obligatoire.

1. Modalités de préparation

Quel que soit le pays d'exercice, l'élaboration du document écrit peut s'appuyer sur différentes modalités d'expériences formatives :

- Soit un stage en entreprise ;
- Soit un emploi salarié ;
- Soit des travaux plus théoriques.

1.1. Le stage en entreprise

Le stage doit se dérouler pendant la scolarité. Il doit avoir une durée de 12 semaines.

La date et la planification de ce stage sont laissées à la libre appréciation de l'établissement de formation, en accord avec sa propre organisation pédagogique.

Par exemple, le stage peut être scindé en 2 parties ou organisé selon un rythme hebdomadaire propre à l'alternance (n jours en école, n jours en entreprise).

Toutefois, il semble préférable, pour des motifs pédagogiques, que le stage ainsi scindé se déroule dans la même entreprise ou organisation.

Le terrain de stage doit être choisi en fonction des possibilités d'actions professionnelles du candidat, et soumis à l'équipe pédagogique de l'école, qui en valide le bien-fondé et l'adéquation avec le niveau exigé. Il peut s'agir d'une entreprise publique ou privée ou d'une organisation au sens large.

Ce stage donne l'occasion au candidat de déterminer, en relation avec son tuteur en entreprise et, éventuellement, son tuteur-enseignant, les études, les actions ou les missions qui lui seront confiées et qui constitueront la matière de son rapport d'activité.

La production d'un certificat de stage mentionnant la durée, les dates et éventuellement les études ou missions confiées par l'entreprise, sera exigé au moment de l'épreuve de soutenance.

1.2. L'emploi salarié

La préparation du mémoire peut également s'appuyer sur l'expérience professionnelle du candidat, qu'il soit salarié à temps plein ou en alternance, pourvu que la nature de ses activités professionnelles et le niveau de ses responsabilités soient conformes aux spécificités et aux exigences du référentiel de l'examen FEDE présenté.

Dans ce cas, ce sont les missions qui sont confiées au salarié qui deviennent la matière de son rapport d'activité. La production d'un certificat de travail mentionnant la durée, les dates et, éventuellement les études ou missions confiées par l'entreprise, sera exigé au moment de l'épreuve de soutenance.

1.3. Les travaux théoriques

L'obtention d'un stage en entreprise doit constituer la priorité mais les candidats peuvent éventuellement, en accord avec leur établissement de formation, appuyer leur mémoire sur des travaux théoriques.

Dans ce cas, le projet de mémoire est négocié et déterminé en début d'année en concertation avec l'équipe pédagogique et plus spécialement un tuteur-enseignant, qui aura pour rôle de superviser le projet.

1.3.1. Contenu du projet

Cette mission sera définie et suivie au sein de l'entreprise par un maître de stage.

L'utilisation des outils stratégiques et management tels que les matrices d'analyse, un budget prévisionnel sur deux à trois ans, ou toute autre partie du programme qui viendra en appui de l'argumentation et de la synthèse du travail effectué est encouragée et sera appréciée.

Dans la mesure du possible, ce projet aura une dimension européenne et sera élaboré en liaison avec une entreprise ou une organisation professionnelle où il pourrait trouver une application.

1.3.2. Rôle du tuteur

Le tuteur est un des enseignants du candidat. En tant que tuteur, son rôle consiste à :

- Suggérer des idées de projet ou d'étude ;
- Valider le projet et négocier avec le candidat l'évolution du projet ;
- Orienter ses recherches bibliographiques et documentaires ;

- Fournir des pistes pour mettre en place des relations avec des entreprises ou des organisations professionnelles ;
- Surveiller la qualité d'ensemble du travail fourni ;
- Participer, le cas échéant au jury d'examen.

2. Le rapport d'activité ou le mémoire

Le document écrit présenté par les candidats stagiaires ou salariés est un rapport d'activité. Le document écrit présenté au titre de recherches théoriques est un mémoire.

Ce document écrit constitue une partie du travail évalué par le jury. En tant que tel, il est donc un objet d'évaluation (il compte pour 50% de la note finale).

2.1. Le contenu du document écrit

Le document écrit ne doit pas se résumer à un simple descriptif de l'activité du candidat ou à un simple compte rendu de lecture.

Il doit représenter un effort de recherche, d'analyse et d'application concernant un aspect réel et bien délimité de l'activité d'une entreprise (entendue au sens large), dans un contexte économique européen si possible.

L'observation des pratiques de l'entreprise ou de l'organisation et/ou la lecture des ouvrages théoriques en relation avec le sujet doit permettre au candidat de cerner une problématique relative à un contexte précis, et lui donner l'occasion de développer une analyse et des propositions concrètes qu'il doit être capable de justifier.

L'organisation du document écrit est importante, il doit respecter une ordonnance classique, en abordant dans un ordre logique les différentes étapes de l'élaboration du projet, dont voici quelques exemples :

- Une introduction indiquant la commande (mission), la problématique que celle-ci suggère et les moyens envisagés pour y répondre.
- Un développement en 2, voire 3 parties maximum, bien identifiées reprenant la méthodologie utilisée, les arguments du projet, les propositions, l'évaluation (éventuellement la comparaison avec d'autres projets) et la confrontation avec la réalité, les résultats obtenus, les outils de contrôle ainsi que les avantages apportés par l'étude.
- Une conclusion rapide.
- Les références bibliographiques (tout document cité dans le texte doit figurer dans la bibliographie et inversement un document cité en bibliographie doit apparaître dans le corps du texte).
- Les tableaux et graphiques doivent mentionner la source, avoir un titre.
- Les annexes numérotées pouvant permettre de justifier les résultats de la mission.

2.2. Présentation du rapport ou du mémoire

Le document écrit sera saisi au traitement de texte et présentera les caractéristiques suivantes :

- Format A4 ;
- Nombre de pages : de l'ordre de 40 à 50 pages hors annexes ;
- Impression recto seul ;
- Marges 2,5 cm de chaque côté ;
- Interligne 1,5 ;
- Relié.

Le rapport ou mémoire peut contenir quelques annexes essentielles qui ne doivent pas dépasser un volume maximum de 10 feuilles A4.

La provenance de ces annexes doit être clairement indiquée (document élaboré par le candidat, tiré de telle publication, fourni par l'entreprise...).

Il sera exigé la même rigueur que pour les travaux universitaires en ce qui concerne la présentation des références, des citations, etc.

Il faut prévoir une édition en au moins deux exemplaires, un pour le jury, un pour le candidat.

2.3. Délai de fourniture du document écrit

Les rapports d'activités ou mémoires doivent être envoyés en deux exemplaires au centre d'examen (pour transmission au jury) au moins 3 semaines avant le début de la période annoncée pour ce type d'épreuve.

3. Déroulement de la soutenance

Le jury est composé d'un enseignant de la spécialité auquel il est adjoint un professionnel. L'épreuve dure 1 heure. Pas de temps de préparation.

La soutenance orale représente 50% de la note finale.

3.1. Exposé théorique (de 30 à 40 min)

Dans un premier temps, le jury invitera le candidat à justifier le choix de son projet ou de son étude et à livrer les conclusions auxquelles il est parvenu.

Ce travail de soutenance ne doit pas conduire le candidat à « lire » son rapport ou mémoire devant le jury. Cette partie de l'épreuve est une évaluation des compétences de communication orale dans un contexte professionnel et technique.

Le candidat s'efforcera donc de retracer, d'une manière construite et raisonnée, son cheminement dans le choix d'un sujet ou d'un projet, les difficultés qu'il a connues et comment il les a surmontées, la place que ce projet a prise par rapport à son projet professionnel global, l'intérêt qu'il a trouvé, le bénéfice qu'il a tiré d'un travail personnel d'élaboration et de recherche, les contacts qu'il a pu nouer à cette occasion avec des professionnels, des organisations, les suites qui seront éventuellement données...

Il devra savoir introduire et conclure son exposé, et maîtriser son temps de parole.

Le candidat peut utiliser à sa guise des documents complémentaires qui ne sont pas dans le document écrit remis au jury et qu'il aura apporté avec lui.

Le candidat a aussi la possibilité d'utiliser les techniques de présentation qu'il juge utiles (par exemple : présentation assistée sur ordinateur...) pourvu qu'il soit autonome dans l'utilisation de ces outils et qu'il reste dans le temps imparti.

Pendant cet exposé de 30 à 40 minutes, le candidat ne sera pas interrompu.

3.2. Discussion avec le jury (20 à 30 min)

Dans un deuxième temps, le jury reviendra sur des aspects plus techniques ou professionnels, notamment sur le contenu du document écrit, et posera les questions suscitées par la lecture de celui-ci.

4. Objectifs et critères d'évaluation

Cette épreuve a pour objectif d'évaluer les capacités suivantes (les performances écrites et les performances orales ayant le même poids pour la note finale) :

Concernant le document écrit (50% de la note)

Forme du rapport :

- La présentation du document et le respect des consignes concernant la forme demandée
- La qualité rédactionnelle

Fond du rapport :

- Qualité des développements : argumentation, choix des méthodes et des outils employés, rigueur du raisonnement
- Niveau des connaissances dans la spécialité
- Qualité des documents produits en annexe : structuration, intérêt, justification, utilisation
- Observation et compréhension du milieu professionnel : description rapide de l'entreprise, analyse de ses activités, particularités du secteur

Concernant la soutenance (50% de la note)

Qualité de l'exposé préalable :

- Construction d'un exposé cohérent et complet
- Expression claire, précise, concise...
- Gestion du temps d'exposé

Maîtrise du dossier :

- Connaissance des problèmes traités
- Connaissance et justification des méthodes et outils employés

Dialogue :

- Ecoute et compréhension
- Argumentation et faculté de convaincre
- Rôle actif dans le déroulement du dialogue : recours à bon escient au dossier, aux annexes et à d'autres supports
- Qualités générales du candidat : aptitude au travail en équipe et dynamisme, comportement professionnel, esprit d'analyse, maîtrise des sujets, présentation générale devant le jury.

D. Coefficient et crédits ECTS

Ce module vaut coefficient 7, et permet de capitaliser 16 crédits ECTS.

UC D51.1

Environnement de l'entreprise

A. Formation

L'unité capitalisable D51.1 repose sur le programme pédagogique développé dans le référentiel « **Environnement de l'entreprise** » sur lequel reposera l'évaluation.

Le volume horaire recommandé de formation en face à face pédagogique est de 100 à 120 heures.

Contenu	Capacités attendues
<p>1. La logistique - Le concept</p> <ul style="list-style-type: none"> • Définition de la logistique • Historique et évolution du concept • La logistique arme stratégique • Le concept de gestion logistique intégrée : le pilotage par la logistique • L'intégration fonctionnelle de la logistique et ses relations avec les différentes fonctions de l'entreprise • La logistique et les nouvelles formes d'organisations <p>2. Transport</p> <ul style="list-style-type: none"> • La problématique du transport • Les différents modes de transport <ul style="list-style-type: none"> - le transport terrestre : rail, route - le transport maritime - le transport aérien - le transport fluvial - le transport combiné/multimodal - les transports internationaux • Les intervenants <ul style="list-style-type: none"> - les différents intermédiaires/rôles/statuts - les différents prestataires de services logistiques • Les aspects administratifs du transport <ul style="list-style-type: none"> - les documents - le contrat de transport - l'organisation des tournées et les systèmes d'aide à la décision • Le choix d'un mode de transport et d'une stratégie transport <ul style="list-style-type: none"> - transport en propre ou externalisation, gestion de flotte, etc... - exemples d'entreprises 	

3. La gestion des ressources humaines

- Recrutement
- Gestion des carrières/évaluations
- Gestion des conflits
- Eléments de base de droit du travail

4. La gestion de la qualité

- Concept de qualité
- Outils de qualité : diagrammes cause-effet etc...
- Stratégie qualité et pilotage

B. Évaluation

Forme de l'épreuve : Questionnaire à choix multiples (QCM)

Durée : 50 min

Nombre de questions : 60 questions

Nombre de propositions : 4 propositions par question, une seule proposition est exacte

Nombre de points : 180 points

L'unité capitalisable D51.1 « **Environnement de l'entreprise** » est validée par le contrôle des acquisitions de savoir dans le programme de l'UC D51.1 ci-dessus.

L'épreuve est un questionnaire à choix multiples de 60 questions d'une durée de 50 min.

Il s'agit d'un contrôle sur la maîtrise des concepts économiques, sociaux, juridiques de l'environnement de l'entreprise.

Barème

- Réponse correcte : +3 points
- Réponse erronée : 0 point
- Absence de réponse : 0 point

C. Coefficient et crédits ECTS

Ce module vaut coefficient 6, et permet de capitaliser 16 crédits ECTS.

UC D51.2

Stratégies Logistiques

A. Formation

L'unité capitalisable D51.2 repose sur le programme pédagogique développé dans le référentiel « **Stratégies Logistiques** » sur lequel reposera l'évaluation.

Le volume horaire recommandé de formation en face à face pédagogique est de 100 à 120 heures.

Contenu	Capacités attendues
<p>1. Les stratégies d'achat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les enjeux de la fonction Achat : fonction stratégique de l'entreprise • Les politiques Achat : <ul style="list-style-type: none"> - Définitions et justification - Les politiques d'approvisionnement - Les différentes stratégies ; centralisation, coordination, décentralisation - Les stratégies différenciées par famille de produits - La mesure de la performance • Les outils de la fonction Achats <ul style="list-style-type: none"> - Veille - Sourcing, e-sourcing - Echantillothèque - L'impact des NTIC • Les Digital Market Place (DMP) : places de marchés électroniques • Le processus d'approvisionnement <ul style="list-style-type: none"> - Fixation des objectifs - Identification des besoins - Rédaction du cahier des charges - Critères de sélection des fournisseurs – les procédures d'homologation - Négociation - Aspects juridiques 	
<p>2. Les alliances stratégiques</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coopération, joint-venture, original equipment manufacturer ou contrat de fabrication • Les partenariats fournisseurs/la gestion partagée des approvisionnements (GPA) • La sous-traitance et co-traitance <ul style="list-style-type: none"> - le dilemme : faire ou faire/faire (outsourcing), make or buy - le processus d'achat de sous-taitance - la mesure des performances des fournisseurs 	

3. La logistique de production

- La gestion des flux
 - les différents types de flux
 - les pilotages des flux
 - la coordination des flux
- La gestion des équipements
 - stratégies pour améliorer la productivité et l'efficacité globale des installations
 - la maintenance préventive, curative
 - la méthode totale productive maintenance (TMP)
- La Supply Chain Management
 - le concept
 - une vision globale afin d'obtenir une optimisation de la chaîne logistique
 - La SCM recouvre les champs d'activités très larges, de la conception (en partie) à la logistique retour en passant par la production et la distribution
 - les principes
 - les outils
 - Les ERP (Entreprise Resource Planning)
 - Les APS (Advanced Planning and Scheduling System)...
 - la place de la SCM dans l'entreprise
- Les outils de gestion et la gestion des stocks
 - outils de gestion
 - statistiques
 - comptabilité analytique
 - gestion des stocks et politique 0 stock
 - les politiques de réapprovisionnement
- L'entrepôt
 - les problématiques de l'entrepôt
 - les décisions stratégiques : nombre d'entrepôts, localisation, organisation
 - les différents systèmes de stockage/externalisation
 - la gestion des entrepôts

4. La logistique de distribution

- Les circuits de distribution classiques et leurs modifications – la pilotage par l'aval et ses conséquences
- La coopération producteurs/distributeurs
 - le Trade Marketing
 - L'ECR (Efficient Consumer Response) : réponse optimale aux consommateurs
 - le concept
 - les modalités d'application
- Les systèmes d'information logistique

B. Évaluation

Forme de l'épreuve : Etude de cas

Durée : 3 heures

Barème : 120 points

L'unité capitalisable D51.2« **Stratégies logistiques** » est validée par le contrôle de l'acquisition de savoirs et savoir-faire dans le programme incluant la logistique amont, la logistique de production, la logistique aval.

L'épreuve est une Etude de Cas d'une durée de 3 heures.

Il s'agit d'évaluer la capacité du candidat à analyser un contexte d'entreprise, à conceptualiser sous forme de modèles stratégiques cette analyse et à argumenter les solutions préconisées.

L'utilisation de la calculatrice est autorisée.

C. Coefficient et crédits ECTS

Ce module vaut coefficient 6, et permet de capitaliser 16 crédits ECTS.

UC D52

Thèse Professionnelle

A. Objectifs

L'unité capitalisable D52 « Soutenance : Thèse professionnelle » est validée par le contrôle des savoirs et savoir-faire que le candidat a su mettre en œuvre dans le cadre d'un projet de développement réalisé au cours d'un stage professionnel d'au moins 3 mois.

La thèse professionnelle relève d'une recherche appliquée débouchant sur un mémoire professionnel. Celui-ci se fonde sur un ou plusieurs modules d'enseignement spécifiques au Master Européen étudié, autour d'une problématique dont le périmètre de recherche théorique ne coïncide pas nécessairement avec celui de la mission confiée dans le cadre du stage professionnel.

Le candidat sera évalué par un jury composé d'au moins un professionnel du secteur d'activité auquel prépare le diplôme et d'un professeur. Le directeur de stage (tuteur professionnel) et le directeur de mémoire (réfèrent pédagogique) pourront assister à la soutenance sans participer à l'évaluation finale.

B. Stage

Durée : 12 semaines

Contenu : Réalisation d'une ou plusieurs actions en rapport avec les stratégies logistiques de l'entreprise.

Capacités attendues : Appréhender les réalités d'une activité professionnelle au sein du secteur de la logistique.

C. Évaluation

L'épreuve professionnelle de soutenance permet de valider les capacités du candidat à mener un projet professionnel, à développer une problématique dans un document écrit et à expliquer et défendre sa démarche devant un jury.

En raison de l'intérêt qu'elle représente dans la formation du candidat, cette épreuve est obligatoire.

1. Modalités de préparation

Quel que soit le pays d'exercice, l'élaboration du document écrit peut s'appuyer sur différentes modalités d'expériences formatives :

- Soit un stage en entreprise ;
- Soit un emploi salarié.

1.1. Le stage en entreprise

Le stage doit se dérouler pendant la scolarité. Il doit avoir une durée de 12 semaines.

La date et la planification de ce stage sont laissées à la libre appréciation de l'établissement de formation, en accord avec sa propre organisation pédagogique.

Par exemple, le stage peut être scindé en 2 parties ou organisé selon un rythme hebdomadaire propre à l'alternance (n jours en école, n jours en entreprise).

Toutefois, il semble préférable, pour des motifs pédagogiques, que le stage ainsi scindé se déroule dans la même entreprise ou organisation.

Le terrain de stage doit être choisi en fonction des possibilités d'actions professionnelles du candidat, et soumis à l'équipe pédagogique de l'école, qui en valide le bien-fondé et l'adéquation avec le niveau exigé. Il peut s'agir d'une entreprise publique ou privée ou d'une organisation au sens large.

Ce stage donne l'occasion au candidat de déterminer, en relation avec son tuteur en entreprise et, éventuellement, son tuteur-enseignant, les études, les actions ou les missions qui lui seront confiées et qui constitueront la matière de son rapport d'activité.

La production d'un certificat de stage mentionnant la durée, les dates et éventuellement les études ou missions confiées par l'entreprise, sera exigé au moment de l'épreuve de soutenance.

1.2. L'emploi salarié

La préparation du mémoire peut également s'appuyer sur l'expérience professionnelle du candidat, qu'il soit salarié à temps plein ou en alternance, pourvu que la nature de ses activités professionnelles et le niveau de ses responsabilités soient conformes aux spécificités et aux exigences du référentiel de l'examen FEDE présenté.

Dans ce cas, ce sont les missions qui sont confiées au salarié qui deviennent la matière de son rapport d'activité. La production d'un certificat de stage mentionnant la durée, les dates et, éventuellement les études ou missions confiées par l'entreprise, sera exigé au moment de l'épreuve de soutenance.

2. Le mémoire professionnel

Ce mémoire professionnel est un document écrit qui doit faire l'objet d'une évaluation par le professeur membre du jury trois semaines avant la soutenance. Cette évaluation portera sur la capacité du candidat à faire preuve d'une méthodologie de recherche, d'analyse et de préconisations répondant à une problématique pertinente.

Le mémoire professionnel représente 50% de la note finale.

2.1. Le contenu du document écrit

Le document écrit ne doit pas se résumer à un simple descriptif de l'activité du candidat ou à un simple compte rendu de lecture.

Il doit représenter un effort de recherche, d'analyse et d'application concernant un aspect réel et bien délimité de l'activité d'une entreprise (entendue au sens large), dans un contexte économique européen si possible.

L'observation des pratiques de l'entreprise ou de l'organisation et/ou la lecture des ouvrages théoriques en relation avec le sujet doit permettre au candidat de cerner une problématique relative à un contexte précis, et lui donner l'occasion de développer une analyse et des propositions concrètes qu'il doit être capable de justifier.

Contenu, titre, plan et attendus proposés par le candidat sont discutés avec le Directeur de mémoire (tuteur pédagogique référent) dont l'accord est obligatoire avant la soutenance orale devant le jury.

Le contenu doit faire apparaître clairement :

- Le contexte dans lequel le travail de recherche a été réalisé et le sujet que le candidat se propose d'éclairer
- La problématique ainsi que sa pertinence par rapport au sujet et aux recherches et références bibliographiques existantes dans le domaine ;
- La méthodologie de recherche mise en œuvre (collecte des données, traitements des données...)
- Les résultats obtenus (adéquation ou non avec la problématique, conceptualisation des outils d'analyse...)
- L'évaluation, la comparaison avec d'autres projets similaires (regard critique sur le travail de recherche réalisé) ;
- La mise en perspective de ce qu'impliquent ces résultats (avantages/inconvénients éventuels apportés par l'étude).

Cette thèse (50 à 70 pages + annexes) traitera de problématiques afférentes aux stratégies logistiques de l'entreprise. Pour ce faire, le stagiaire s'appuiera sur l'analyse des environnements interne et externe et conceptualisera les modèles d'analyse, d'exploitation et de contrôle.

Il devra également préconiser des orientations et des solutions répondant à la problématique posée.

Il utilisera pour ce faire les techniques et concepts logistiques. Cette mission sera définie et suivie au sein de l'entreprise par un maître de stage.

Elle donnera lieu à la rédaction d'une thèse professionnelle qui reprendra le fil directeur de la méthodologie suivante:

- analyse des contextes,
- diagnostic,
- préconisations des orientations ou des choix stratégiques.

L'utilisation des outils stratégiques est encouragée et sera appréciée. Ces outils peuvent être :

- tableaux de bord,
- matrices d'analyse et de contrôle,
- modèles d'organisation et plan d'actions.

2.2. La structure du document écrit

Le document écrit doit être obligatoirement structuré sous forme d'un plan présenté en sommaire et éventuellement commenté en introduction.

Le plan présente :

- Une introduction indiquant la question de départ posée et la problématique avancée ainsi que la manière dont le travail de recherche a consisté à y répondre ;
- Un développement en 2, voire 3 parties maximum bien identifiées (avec un nombre de sous-parties limité afin de ne pas empêcher le lecteur de comprendre le cheminement intellectuel du candidat) ;
- Une conclusion rapide qui reprend les aspects du travail réalisé et qui peut en souligner les limites afin d'ouvrir d'autres perspectives de recherche dans le même domaine ;
- Les références bibliographiques figurent obligatoirement à la fin du document écrit. Elles doivent être correctement référencées, par ordre alphabétique. Tout document cité dans le texte doit figurer dans la bibliographie et inversement un document cité en bibliographie doit apparaître dans le corps du texte.

La place accordée à la bibliographie ne peut être négligée car le travail de recherche demandé au candidat nécessite qu'il se soit bien documenté sur le sujet afin de prendre connaissance des travaux déjà existants et d'affiner son raisonnement critique.

- Les tableaux et graphiques doivent mentionner la source, avoir un titre.
- Les annexes numérotées.

2.3. Présentation du rapport ou du mémoire

Le document écrit sera saisi au traitement de texte et présentera les caractéristiques suivantes :

- Format A4
- Nombre de pages : de l'ordre de 50 à 70 pages hors annexes
- Impression recto seul
- Marges 2,5 cm de chaque côté
- Interligne 1,5
- Relié

La page de titre doit comporter les mentions suivantes :

- Nom et prénom du candidat
- Numéro de candidat attribué par la FEDE
- Titre éventuel du rapport ou du mémoire
- « Examens de la FEDE »
- « Rapport d'activité (ou mémoire) présenté à l'épreuve professionnelle de soutenance du diplôme visé de (année) »

Il sera exigé la même rigueur que pour les travaux universitaires en ce qui concerne la présentation des références, des citations...

Il faut prévoir une édition en au moins deux exemplaires, un pour le jury, un pour le candidat.

2.4. Délai de fourniture du document écrit

Le mémoire professionnel doit être envoyé en deux exemplaires au centre d'examen (pour transmission au jury) au moins 3 semaines avant le début de la période annoncée pour ce type d'épreuve. Le jury doit obligatoirement prendre connaissance du document écrit remis par le candidat, avant la soutenance orale.

3. Déroulement de la soutenance

Le jury est composé d'un enseignant de la spécialité auquel il est adjoint un professionnel. Le Directeur de stage (tuteur professionnel) et le Directeur de mémoire (tuteur pédagogique référent) peuvent assister à la soutenance sans participer à l'évaluation finale.

L'épreuve dure 1 heure. Pas de temps de préparation.

La soutenance orale représente 50% de la note finale.

3.1. Exposé théorique (de 30 à 40 min)

Dans un premier temps, le jury invitera le candidat à justifier le choix de son projet ou de son étude et à livrer les conclusions auxquelles il est parvenu.

Le contenu de l'exposé est libre mais suit en principe un cheminement (raisons et choix du sujet abordé, méthode d'analyse choisie et résultats obtenus, difficultés rencontrées et bilan critique du travail).

Le candidat peut utiliser à sa guise des documents complémentaires qui ne sont pas dans le document écrit remis au jury et qu'il aura apporté avec lui.

Le candidat a aussi la possibilité d'utiliser les techniques de présentation qu'il juge utiles (par exemple : présentation assistée sur ordinateur...) pourvu qu'il soit autonome dans l'utilisation de ces outils et qu'il reste dans le temps imparti.

Pendant cet exposé de 30 à 40 minutes, le candidat ne sera pas interrompu.

3.2. Discussion avec le jury (15 à 20 min)

Dans un deuxième temps, Les membres du jury font part au candidat de leurs appréciations et lui posent des questions en rapport avec le sujet abordé.

4. Objectifs et critères d'évaluation

Cette épreuve a pour objectif d'évaluer les capacités suivantes (les performances écrites et les performances orales ayant le même poids pour la note finale) :

Concernant le document écrit (50% de la note)

L'enseignant membre du jury s'attache à évaluer la capacité du candidat à formaliser un raisonnement en s'appuyant sur :

- Le contenu : question de départ, problématique, logique de la démonstration ;
- L'approche méthodologique de la démarche globale ;
- La qualité de la veille informationnelle, l'évaluation du degré de pertinence des sources d'information ;
- La conceptualisation des outils d'analyse (tableaux d'analyse, de bord, de contrôle, matrices, modèles...) ;
- La fiabilité des préconisations par rapport à la problématique posée ;
- La cohérence de la planification des moyens opérationnels ;
- La qualité rédactionnelle, la synthèse et la pertinence des références bibliographiques ;
- La présentation du document et le respect des consignes concernant la forme demandée.

Concernant la soutenance (50% de la note)

Le jury appréciera la prestation orale du candidat et les échanges avec le jury en tenant compte de :

- La réflexion critique, la qualité de l'argumentaire, la pertinence de l'analyse de l'exposé ;
- La qualité de la restitution des outils d'analyse et des supports ;
- La pertinence des outils de contrôle (évaluation entre résultats et objectifs) ;
- L'aisance, la clarté de l'exposé, la durée et la qualité de l'expression orale ;
- La qualité et la logique des réponses, les explications apportées et l'aptitude au débat ;
- La capacité d'extrapolation et de projection du candidat lors de l'échange avec le jury.

D. Coefficient et crédits ECTS

Ce module vaut coefficient 6, et permet de capitaliser 16 crédits ECTS.

UE B

Langue Vivante
Européenne

UC B4

Langue Vivante Européenne 1

Écrit – Utilisateur indépendant – Niveau B2 du CECR

Le référentiel de cette unité d'enseignement est commun pour toutes les langues vivantes européennes, qu'il s'agisse d'une langue vivante 1, langue vivante 2 ou langue vivante 3.

Les étudiants ont la possibilité de choisir parmi les langues vivantes suivantes :

- **Langue vivante 1** : Allemand, Anglais, Espagnol, Français, Italien, Portugais ;
- **Langues vivantes 2 et 3 (facultatives)** : Allemand, Anglais, Arabe, Chinois, Espagnol, Français, Italien, Portugais.

La langue Vivante choisie par le candidat doit être différente de celle dans laquelle il passe les épreuves du domaine européen et du domaine professionnel.

Les candidats inscrits en Mastère européen peuvent également choisir, à titre d'épreuve facultative, une seconde langue vivante européenne parmi les langues proposées.

Dans le cadre d'une langue vivante 2, seule l'épreuve écrite devra être passée par le candidat.

A. Objectif

Acquérir le niveau B2 écrit de maîtrise d'une langue européenne.

B. Formation

Le volume horaire recommandé de formation en face à face pédagogique est de 80 à 100 heures.

Utilisateur indépendant, Niveau B2 du Cadre Européen Commun de Référence du Conseil de l'Europe

Écouter	Je peux comprendre des conférences et des discours assez longs et même suivre une argumentation complexe si le sujet m'en est relativement familier. Je peux comprendre la plupart des émissions de télévision sur l'actualité et les informations. Je peux comprendre la plupart des films en langue standard.
Lire	Je peux lire des articles et des rapports sur des questions contemporaines dans lesquels les auteurs adoptent une attitude particulière ou un certain point de vue. Je peux comprendre un texte littéraire contemporain en prose.
Écrire	Je peux écrire des textes clairs et détaillés sur une grande gamme de sujets relatifs à mes intérêts. Je peux écrire un essai ou un rapport en transmettant une information ou en exposant des raisons pour ou contre une opinion donnée. Je peux écrire des lettres qui mettent en valeur le sens que j'attribue personnellement aux événements et aux expériences.

C. Ressources pédagogiques mises à la disposition des étudiants par la FEDE

La FEDE met à la disposition des écoles et des étudiants de très nombreuses annales d'évaluation (sujets et corrigés).

D. Evaluation

Nota : aucun dictionnaire n'est autorisé.

Durée : 1 heure 45 minutes

1. Compréhension écrite : questionnaire à choix multiples de 20 questions

Le support remis au candidat sera composé de deux documents authentiques, tirés de la presse écrite, et à caractère généraliste sur les thèmes suivants : politique, économique, social, culturel, etc... de 350 mots environ chacun.

Pour chaque texte, 10 questions seront posées au candidat. Parmi les 2 à 4 réponses proposées par question, une seule est correcte.

Les réponses à ces 20 questions seront reportées par le candidat sur une feuille type QCM fournie par la FEDE.

Barème : 3 points pour une bonne réponse, 0 pour non-réponse ou réponse erronée.
Nombre de points possibles : 60 points.

2. Vocabulaire : compléter un texte de 500 mots environ

Le support remis au candidat est un texte authentique tiré de la presse écrite, à caractère généraliste, sur les thèmes suivants : politique, économique, social, culturel, etc., de 500 mots environ comportant 30 « blancs » à compléter.

Pour chaque « blanc », 4 propositions sont données au candidat, une seule est correcte.

Cette épreuve met l'accent sur la connaissance d'un vocabulaire avancé dans la langue vivante concernée

Les réponses seront reportées par le candidat sur une feuille type QCM fournie par la FEDE.

Barème : 3 points pour une bonne réponse, 0 pour non-réponse ou réponse erronée.
Nombre de points possibles : 90 points.

3. Rédaction : essai en langue vivante de 400 mots

Une question en relation avec les thèmes abordés dans les supports remis au candidat en partie 1 et partie 2 de l'épreuve écrite sera traitée par le candidat sous forme d'un essai de 400 mots environ.

Cette épreuve permettra de juger les capacités du candidat à rédiger et élaborer une réponse structurée, logique et argumentée d'après les descripteurs du niveau B2 du Cadre Européen Commun de Référence pour les langues du Conseil de l'Europe.

Barème :

QCM : 60 points

Compléter un texte : 90 points

Essai : 70 points.

Total : 220 points

E. Coefficient et crédits ECTS

L'épreuve écrite UC B4 vaut coefficient 2, et permet de capitaliser 12 crédits ECTS.

UC B5

Langue Vivante Européenne 1

Oral – Utilisateur indépendant – Niveau B2 du CECR

Le référentiel de cette unité d'enseignement est commun pour toutes les langues vivantes européennes, qu'il s'agisse d'une langue vivante 1, langue vivante 2 ou langue vivante 3.

Les étudiants ont la possibilité de choisir parmi les langues vivantes suivantes :

- **Langue vivante 1** : Allemand, Anglais, Espagnol, Français, Italien, Portugais ;
- **Langues vivantes 2 et 3 (facultatifs)** : Allemand, Anglais, Arabe, Chinois, Espagnol, Français, Italien, Portugais.

La langue Vivante choisie par le candidat doit être différente de celle dans laquelle il passe les épreuves du domaine européen et du domaine professionnel ; elle doit obligatoirement être celle choisie pour l'épreuve UC B4.

A. Objectif

Acquérir le niveau B2 oral de maîtrise d'une langue européenne.

B. Formation

Le volume horaire recommandé de formation en face à face pédagogique est de 80 à 100 heures.

Utilisateur indépendant, Niveau B2 du Cadre Européen Commun de Référence du Conseil de l'Europe

Prendre part à une conversation	Je peux communiquer avec un degré de spontanéité et d'aisance qui rende possible une interaction normale avec un locuteur natif. Je peux participer activement à une conversation dans des situations familières, présenter et défendre mes opinions.
S'exprimer oralement en continu	Je peux m'exprimer de façon claire et détaillée sur une grande gamme de sujets relatifs à mes centres d'intérêt. Je peux développer un point de vue sur un sujet d'actualité et expliquer les avantages et les inconvénients de différentes possibilités.

C. Ressources pédagogiques mises à la disposition des étudiants par la FEDE

La FEDE met à la disposition des écoles et des étudiants de très nombreuses annales d'évaluation (sujets et corrigés).

D. Évaluation

La langue vivante choisie doit être identique pour l'épreuve orale et pour l'épreuve écrite.

Durée : 45 minutes

Le candidat présente oralement une note de synthèse de 15 à 20 pages rédigée en langue vivante européenne à partir de sa thèse professionnelle, présentant le travail de recherche mené en entreprise dans le cadre de son expertise professionnelle, et faisant par ailleurs l'objet de l'épreuve UC D52.

Cette note de synthèse aura été préalablement transmise au centre d'examen FEDE 3 semaines avant la soutenance.

Le candidat présentera cette note de synthèse devant un jury composé d'un professeur en langue vivante et d'un professionnel utilisant la langue vivante choisie par le candidat.

Cette épreuve permet de valider les connaissances d'un vocabulaire technique faisant référence à la spécialité du mastère présenté.

Le candidat sera jugé sur la qualité de sa prestation orale, la clarté de son exposé, ses capacités d'argumentation, ses capacités à comprendre et répondre aux questions relatives au domaine professionnel, ses capacités à convaincre le jury de ses choix et conclusions, le tout en langue vivante européenne.

L'utilisation de supports de présentation (powerpoint...) est autorisée durant l'épreuve orale.

Barème : 120 points.

Critères de notation et capacités évaluées :

1- Degré d'aisance dans l'expression	20 pts
2- Capacité à présenter clairement et efficacement	30 pts
3- Adéquation et richesse du vocabulaire	20 pts
4- Correction grammaticale	20 pts
5- Capacité à analyser et à argumenter sur les sujets abordés	20 pts
6- Capacité à suivre une discussion technique dans sa spécialité	10 pts
Total	120 pts

E. Coefficient et crédits ECTS

L'épreuve orale UC B5 vaut coefficient 2, et permet de capitaliser 12 crédits ECTS.

UE A

Culture et Citoyenneté
Européennes

UC A4/5

Les entreprises, la concurrence et l'Europe

A. Objectifs

- Aborder les outils de management dans le fonctionnement des organisations afin de se familiariser avec un vocabulaire professionnel et optimiser les relations d'affaires avec des partenaires internationaux, en particulier européens ;
- Accompagner et favoriser le développement international des entreprises afin de permettre aux entreprises d'être compétitives sur un marché européen et international globalisé.

B. Formation

L'unité capitalisable A4/5 repose sur le programme pédagogique développé dans le référentiel « **Les entreprises, la concurrence et l'Europe** », disponible en version numérique, et sur lequel reposera l'évaluation.

Le volume horaire recommandé de formation en face à face pédagogique est de 80 à 120 heures.

Contenu	Capacités attendues
Gestion d'entreprise et droit européen des affaires	
Le concept d'entreprise	
<p>Gestion d'entreprise internationale « L'entreprise et la concurrence en droit européen des affaires »</p> <p>Définition du concept d'entreprise ; la notion d'entreprise : la qualification d'activité économique et le groupe d'entreprise avec les accords entre entreprises d'un même groupe</p>	<p><i>Considérer l'activité économique et juridique de l'entreprise pour être en conformité avec les contraintes européennes</i></p> <p><i>Créer et innover dans la responsabilité sociale des entreprises pour faire évoluer le rôle de celle-ci vers une personne morale qui serait citoyenne du monde</i></p> <p><i>Identifier les leviers de la performance, les mécanismes d'incitation et les points clés d'une stratégie dans un environnement international pour mettre en application les concepts et principes clés d'une stratégie</i></p>
Le concept de concurrence	
<p>Définition du concept de concurrence, les formes, les restrictions et de la nature de la concurrence protégée</p>	<p><i>Définir la politique générale d'une entreprise en intégrant la construction du réseau européen et international avec les mêmes objectifs stratégiques pour ne pas entraver le fonctionnement des marchés intérieurs</i></p> <p><i>Analyser les contraintes portant sur les notions de l'entreprise, de la concurrence et du marché, telles que définies par la législation communautaire et les arrêts de la Cour de Justice de l'Union Européenne (anciennement Cour de justice des Communautés Européennes) pour définir les étapes d'élaboration d'un plan stratégique</i></p> <p><i>Analyser les avantages et contraintes de l'Europe (libre circulation des capitaux et monnaie unique favorisant plus de stabilité, réglementation) pour définir la stratégie financière de l'entreprise</i></p>

Développement stratégique sur le marché internationale	
Analyse de la concurrence internationale pour déterminer et déployer la stratégie d'entreprise	
<p>Analyse du marché en cause dans le cadre d'une entente et dans celui d'un abus de position dominante</p>	<p><i>Valoriser une entreprise en se reposant sur les négociations des accords commerciaux appartenant à la politique commerciale commune et la libre circulation des services pour garantir la solidité d'un Business modèle</i></p>
<p>Définition du marché des produits par l'étude de la substituabilité ainsi que des critères utilisés par la Cour pour définir le marché des produits</p>	<p><i>Analyser le marché international pour organiser l'implantation de produits ou services en tenant compte des enjeux, du contexte économique, social et réglementaire</i></p> <p><i>Etablir des partenariats et accords entre entreprises du même secteur pour faciliter la production ou la distribution d'un produit et/ou promouvoir le progrès technique ou économique sans entraver à la concurrence et en apportant un avantage certain pour le consommateur</i></p>
<p>Définition du marché géographique par l'étude de l'offre et de la demande, des marchés nationaux, du marché intérieur en tenant compte des habitudes des consommateurs et des caractéristiques du produit</p>	<p><i>Réaliser des études portant sur le potentiel commercial des produits et des services pour élaborer une politique clientèle</i></p> <p><i>Définir une stratégie de développement d'entreprise en investissant sur des produits ou services innovants et à forte valeur ajoutée économique et sociale pour le marché international</i></p> <p><i>Bâtir un nouveau Business modèle économique stratégique et structurant, intégré dans le cadre global européen et tenant compte des spécificités des pays cibles, pour développer des produits et services réalistes et réalisables</i></p> <p><i>Rechercher des fournisseurs en fonction d'un cahier des charges pour réduire de façon significative les coûts de production et augmenter la productivité</i></p> <p><i>Suivre l'évolution commerciale d'une gamme ou d'une ligne de produits pour adapter la force de vente à la zone géographique</i></p> <p><i>Réaliser des études de marché pour catégoriser la typologie de comportement des consommateurs</i></p> <p><i>Détecter et analyser les signaux du marché pour répondre au besoin et aspirations des clients et aux objectifs de développement de l'entreprise</i></p> <p><i>Identifier et développer de nouveaux fournisseurs sur les marchés domestiques et internationaux pour produire de manière écoresponsable</i></p>
<p>Analyse de la démarche de la Commission pour en identifier les étapes et considérer les éléments de preuves pris en compte</p>	<p><i>Communiquer sur la politique industrielle de l'entreprise dont sur les performances contribuent à améliorer la puissance industrielle d'un pays en toute transparence pour éviter tout conflit les conflits avec la commission</i></p>
<p>Analyser les forces et les faiblesses d'une entreprise face à ses concurrents européens pour l'implanter sur le marché international</p>	<p><i>Effectuer des études du marché ciblé pour vérifier qu'il n'y a pas de monopole, d'oligopole ou de position dominante</i></p> <p><i>Identifier les caractéristiques de la position dominante constatée pour la faire évoluer et éviter toute dépendance économique</i></p>

Développement d'entreprise dans un cadre juridique et réglementaire européen et international	
Règles européennes de concurrence applicables aux entreprises	
<p>Définition de Champs d'applications, modalités, objets et contrôle des opérations de concentration entre entreprises pour les développer dans un cadre réglementaire défini. Articulation avec le droit national de contrôle des concentrations</p> <p>Analyse des réglementations européennes sur la prohibition de comportements anticoncurrentiels des entreprises, l'entente et l'abus de position dominante. Définition du marché pertinent en droit de la concurrence</p>	<p><i>Appliquer les mécanismes légaux et réglementaires européen pour définir les objectifs stratégiques de l'entreprise</i></p> <p><i>Contrôler des opérations de concentration entre entreprises pour cadrer avec la réglementation</i></p> <p><i>Appliquer les règles concernant les comportements des entreprises pour mettre en place une fusion d'une ou plusieurs entreprises antérieurement indépendantes pour créer une entreprise commune</i></p>
La mise en œuvre de l'interdiction	
<p>Distinguer la mise en œuvre de l'interdiction par les autorités nationales des Etats membres de la mise en œuvre de l'interdiction par les autorités communautaires</p> <p>Identifier les compétences générales de la Commission pour adopter des décisions dans le champ de la concurrence et effectuer des enquêtes</p> <p>Appréhension des étapes de mise en œuvre de l'interdiction par les autorités, nationales et communautaires. Les autorités nationales et la Commission. Les autorités européennes de concurrence et les juridictions nationales</p>	<p><i>Appréhender le fonctionnement des différents acteurs institutionnels européens (Conseil de l'Europe, Cour Européenne des droits de l'Homme, Organisations internationales non gouvernementales) pour identifier leurs impacts et influences possibles sur l'entreprise</i></p> <p><i>Appréhender les mécanismes de fonctionnement de l'union douanière pour maîtriser les contrôles et formalités inhérentes</i></p> <p><i>Construire un modèle de développement d'entreprise pour le positionner sur le marché européen en identifiant les autorités de régulation et leur compétence</i></p>
Règles de concurrence applicables aux Etats membres de l'Union européenne	
<p>Etude des règles de concurrence applicables aux Etats membres de la l'Union européenne pour identifier les aides d'Etat et leur encadrement, les entreprises publiques et le droit de la concurrence et les monopoles nationaux</p> <p>Etude des règles de concurrence applicables aux entreprises publiques de l'Union européenne pour examiner celles auxquelles elles sont soumises et leurs spécificités</p> <p>Etude des règles de concurrence applicables aux monopoles nationaux de l'Union européenne et le maintien certains monopoles nationaux sur ce marché</p>	<p><i>Etablir un prévisionnel financier, afin de définir le BFR (besoin en fond de roulement) et présenter le ROI (retour sur investissement) pour calculer les besoins de financements</i></p> <p><i>Rechercher les aides financières, y compris d'état en considérant leur cadre juridique et les obligations des autorités nationales et les sanctions encourues</i></p> <p><i>Rédiger un rapport sur les entreprises publiques face aux règles de concurrence applicables aux Etats membres de la l'Union européenne</i></p>

Le Marché intérieur et l'entreprise : de l'harmonisation à la normalisation

Harmonisation et normalisation des produits et services pour les proposer sur le marché européen en considérant :

- l'activité normative de la Cour de justice de l'Union Européenne
- les organisations européennes de normalisation
- la distinction entre normes et réglementations techniques
- la directive 83/189/CEE prévoyant une procédure d'information mutuelle dans le domaine des normes et des réglementations techniques
- la procédure d'information dans le domaine des normes et des règles techniques
- la procédure d'information mutuelle sur les mesures nationales restrictives en absence d'harmonisation
- le marquage CE
- l'évaluation de la conformité du produit

Créer et innover des produits et des services répondant aux normes de l'Union européenne pour aller vers une harmonisation de marché européen en considérant les données d'instances nationales, telles que l'Afnor en France et les organismes de certifications et d'essais)

C. Ressources pédagogiques mises à la disposition des étudiants par la FEDE

La FEDE met à la disposition des écoles et des étudiants :

- Un e-book en appui à l'apprentissage : *Les entreprises, la concurrence et l'Europe* ;
- De nombreuses annales d'évaluation (sujets et corrigés).

D. Évaluation

Forme de l'épreuve : Questionnaire à Choix Multiples (QCM)

Durée : 90 minutes

Nombre de questions : 60 questions

Barème : 3 points pour une bonne réponse, 0 pour non réponse ou réponse erronée

Total de points : 180

L'utilisation de l'impression « Les entreprises, la concurrence et l'Europe » et des mises à jour est autorisée. L'ouvrage utilisé par l'étudiant devra être vierge de toute annotation.

E. Coefficient et crédits ECTS

Ce module vaut coefficient 4, et permet de capitaliser 16 crédits ECTS.



Federation for **ED**ucation in **E**urope
Fédération Européenne Des Ecoles
www.fede.education

INGO holding participatory status with the Council of Europe
ONG dotée du statut participatif auprès du Conseil de l'Europe
INGO holding consultative status with La Francophonie
ONG dotée du statut consultatif auprès de la Francophonie

FEDE - Rue du Rhône, 114 - 1204 Genève - SUISSE
www.fede.education - [@fede](https://twitter.com/fede)