

ITC

Parcours
Ingénieur
Technico-Commercial

Université Lyon 1

Un parcours M2 dans différentes mentions



MASTER STS mention ... Parcours Ingénieur Technico-Commercial (ITC)

Semestre 3	UE scientifique 1 6ECTS	UE scientifique 2 6ECTS	projet technico- commercial 6ECTS	économie et réglementation 6ECTS	management commercial 6ECTS	
Semestre 4	anglais des affaires (1) 3ECTS	anglais des affaires (2) 3ECTS	Marketing 3ECTS	Mission en entreprise 21ECTS		
	1	6	12	18	24	30 ects

LIBELLE MENTION (diplôme)						
RESPONSABLE DE LA MENTION						
ANNEE	Master 2					RESPONSABLE DE LA MENTION
LIBELLE PARCOURS TYPE (étape) ITC : INGENIEUR TECHNO-COMMERCIAL						
<small>* La colonne "code APOGEE 2016/2021" sera remplie par la Cellule Apogée lorsque la modélisation sera établie dans l'application, soit un nouveau code sera créé, soit le code de la maquette sera réutilisé.</small>						
<small>** La colonne "code APOGEE 2011/2016" doit être renseignée si l'élément existait (même libellé, même ECTS)</small>						
<small>*** La colonne "mutualisée" doit être renseignée si l'UE figure également dans un autre parcours ou mention</small>						
APOGEE						
Semestre	Code Apogée 2016/2021	Nature de l'élément	Libellé court (25 caractères)	Libellé complet (60 caractères)	ECTS	Mutualisée
semestre 3		UE	APP SCIENTIFIQUE	APPROFONDISSEMENT SCIENTIFIQUE	6	
semestre 3		UE	DEV TECH	DEVELOPPEMENT TECHNIQUE ET SCIENTIFIQUE	6	
semestre 3		UE	PROJET TECHCO	PROJET TECHNO-COMMERCIAL D'ENTREPRISE	6	
semestre 3		UE	MANAGEMENT	MANAGEMENT COMMERCIAL	6	
semestre 3		UE	ENVIRONNEMENT	ENVIRONNEMENT ECONOMIQUE JURIDIQUE ET FINANCIER	6	
semestre 4		UE	MARKETING	MARKETING	3	
semestre 4		UE	ANGLAIS DES AFFAIRES	ANGLAIS DES AFFAIRES	6	
semestre 4		UE de stage	ALTERNANCE EN ENTREPRISE	ALTERNANCE EN ENTREPRISE	21	

<p>UE APP SCIENTIFIQUE (6 ECTS)</p>	<p>Titre APPROFONDISSEMENT SCIENTIFIQUE</p>	<p>13h eq TD 50h eq TP</p>
<p>Objectifs du module :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Suivre de manière autonome les cours d'une UE ou de plusieurs UE scientifiques de la mention parmi un ensemble proposé par la mention dans une stratégie d'autoapprentissage. - Se former sur des notions scientifiques poussées - Développer des connaissances scientifiques poussées et être en mesure de justifier leur véracité. 		
<p>Compétences visées :</p> <p>Autonomie Pédagogie Curiosité Organisation Gestion du temps Recherche de ressources fiables</p>		
<p>Contenus :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contenus scientifiques - Exemple : parcours CDIM : éléments de 2 UEs parmi plusieurs UEs existantes (exemple : capteurs et traitement du signal, ou bien capteurs et interfaçage, ou bien élaboration de matériaux et caractérisations optiques...) 		
<p>Modalités de mise en œuvre :</p> <ul style="list-style-type: none"> - le travail se fait en autonomie sur la base de l'autoapprentissage. - l'étudiant devra justifier de ses sources et interagira avec les responsables des UEs. - il devra rendre compte de son travail de manière hebdomadaire (écrit et présentation orale) 		
<p>Modalités d'évaluation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - dossiers à remettre - présentations orales devant un jury pluridisciplinaire. - validation de non plagiat 		
<p>Cette UE sera à définir en fonction de l'entreprise où l'étudiant aura trouvé son alternance/bases scientifiques nécessaire pour connaître les produits développés par l'entreprise</p>		

UE DEV TECH (6 ECTS)	Titre DEVELOPPEMENT TECHNIQUE ET SCIENTIFIQUE	13h eq TD 50h eq TP
<p>Objectifs du module :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Développer un appareil (objet appliqué) ou 1 offre de travaux pratiques (objet pédagogique) dans un domaine scientifique lié au domaine auquel se destine l'étudiant. 		
<p>Compétences visées :</p> <p>Autonomie</p> <p>Pédagogie</p> <p>Organisation, management de projet</p> <p>Gestion du temps</p>		
<p>Contenus :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contenus scientifiques - La réalisation devra être scientifiquement très approfondie - Veille technologique et bibliographique - Réalisation d'un cahier des charges - Pédagogie, objectifs 		
<p>Modalités de mise en œuvre :</p> <p>- le travail se fait en groupe dans une salle à disposition ; Les étudiants de différent parcours scientifique peuvent être amenés à travailler ensemble</p>		
<p>Modalités d'évaluation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - dossiers à remettre - présentations orales devant un jury pluridisciplinaire. - présentation de la réalisation 		

<p>UE PROJET TECHCO (6 ECTS)</p>	<p align="center">Titre</p> <p align="center">PROJET TECHNICO-COMMERCIAL D'ENTREPRISE</p>	<p align="right">13h eq TD 50h eq TP</p>
<p>Objectifs du module :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Technique de vente/marketing - Valoriser un produit, et développer une démarche commerciale en vue de mettre ce produit sur le marché et de le vendre. 		
<p>Compétences visées :</p> <p>Autonomie</p> <p>Capacité de vente</p> <p>Connaissance scientifique, technique du produit</p>		
<p>Contenus :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Projet réalisé avec un ingénieur technico-commercial - La première année, le projet peut être centré sur la vente de la formation 		
<p>Modalités de mise en œuvre :</p> <ul style="list-style-type: none"> - le travail se fait en groupe 		
<p>Modalités d'évaluation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - dossiers à remettre - présentations orales devant un jury pluridisciplinaire. - mise en situation de commercialisation du produit devant un jury de professionnels 		

UE MANAGEMENT COMMERCIAL 6 ECTS	10 h cours 40 h TD 22 h TP
--	---

Négociation (18h eqTD)

Yorick Odin, Maître de conférence en Sciences de Gestion

Objectifs du module : Connaître la fonction force de ventes. Maîtriser les techniques de négociation commerciale
Compétences visées : Produire des supports de communication efficaces en contexte professionnel. Travailler en équipe et coopérer. Participer à une réunion et l'animer. Développer des compétences en situation de communication interculturelle.
Contenus : Relations inter-personnelles. Communication. Techniques de négociation.
Modalités d'évaluation : Jeux de rôle, études de cas.
Mots clés : Négociation commerciale

Communication (18h eq TD)

Yorick Odin, Maître de conférence en Sciences de Gestion

Objectifs du module : Comprendre la communication dans les organisations Construire des médiations Prendre en compte la dimension interculturelle de la communication (notamment en situation professionnelle)
Compétences visées : Produire des supports de communication efficaces en contexte professionnel. Travailler en équipe et coopérer . Participer à une réunion et l'animer . Développer des compétences en situation de communication interculturelle.
Contenus : Communication interne et externe . Place des réseaux sociaux professionnels : outils institutionnels (journal d'entreprise, carte de visite, site web) . Conduite de réunions : préparation, animation, compte-rendu...
Modalités d'évaluation : Jeux de rôle, études de cas, exposé, dossier.
Mots clés : Gestion de conflits, réunion, écrits professionnels, communication interculturelle, éthique de la communication

Gestion commerciale (18 h eq TD)

Virginie Forest Maître de conférence en Sciences Economiques

<p>Objectifs du module : Connaître la fonction force de ventes, son importance stratégique et ses spécificités. Connaître les modes de gestion de la force de ventes.</p>
<p>Compétences visées : Connaître les processus et l'organisation des fonctions achat et vente Connaître les outils et méthodes des fonctions achats et ventes</p>
<p>Contenus : Politique d'achats et politique commerciale Gestion de la fonction achats Gestion de la force de vente Systèmes d'informations commerciales. Découverte d'un logiciel de gestion commerciale.</p>
<p>Modalités d'évaluation : DS et étude de cas</p>
<p>Mots clés : Ventes, gestion de la force de vente, gestion commerciale.</p>

Outils de gestion commerciale: calcul de coûts (18 h eq TD)
 Virginie Forest Maître de conférence en Sciences Economiques

<p>Objectifs du module : Appréhender les fondements de la comptabilité de gestion et du calcul de coût</p>
<p>Compétences visées : Etre en mesure de comprendre les notions essentielles de la comptabilité de gestion et pouvoir dialoguer sur ces thématiques en entreprise</p>
<p>Contenus : Comptabilité de gestion : les principes de bases ; la méthode des coûts complets ; la méthode du coût variable ; l'approche par le coût marginal</p>
<p>Modalités de mise en œuvre : Cours et applications pratiques</p>
<p>Modalités d'évaluation : Cas pratiques</p>
<p>Mots clés : Coût complet, coûts variable, coût marginal</p>

Plan de cours

1. Comptabilité de gestion : les principes de bases

Principales définitions : objet et finalité de la comptabilité de gestion, notions de coût, de coût de production, de résultat et de marge

2. La méthode des coûts complets

Charges directes et charges indirectes, charges indirectes et centres d'analyse, clés de répartition, tableau de répartition des charges, coût de revient

3. La méthode du coût variable

Objectifs et principes, seuil de rentabilité, incidence de la politique de prix de l'entreprise, les indicateurs du risque d'exploitation

4. L'approche par le coût marginal

Définition et objectif de cette approche, optimum de rentabilité et optimum de productivité

Bibliographie indicative :

Sup'Foucher : Contrôle de gestion - DCG11

UE: Environnement économique, juridique et financier		10 h cours 40 h TD 22 h TP
---	--	---

Introduction à la gestion comptable et analyse financière (30 h eq TD)

Nathalie ODIN (Maître de Conférences en Sciences de Gestion)

<p>Objectifs du module : Appréhender le système comptable Comprendre l'importance de l'établissement des documents de synthèse dans une logique de communication financière</p>
<p>Compétences visées : Expérimenter les principes et l'organisation comptable Analyser les documents de synthèse</p>
<p>Contenus : Principe de comptabilisation et organisation comptable</p>
<p>Modalités de mise en œuvre : Exercices d'application et études de cas</p>
<p>Modalités d'évaluation : Etude de cas</p>
<p>Mots clés : Système comptable, enregistrement comptable, plan comptable, partie double, bilan, compte de résultat, tableau des Soldes Intermédiaires de gestion, fonds de Roulement – besoin en fonds de roulement</p>

Plan de cours

I. Introduction à la gestion comptable :

A. *Les flux et leurs traductions monétaires*

- Trésorerie
- Calcul du bénéfice ou de la perte (résultat)
- Présentation du patrimoine (bilan)
- Prise en compte des stocks et des créances et dettes

B. *L'organisation comptable*

- Partie double
- Fonctionnement d'un compte
- Langage comptable,
- Documents utilisés
- Destinataires de l'information comptable

II. Analyse financière

A. *L'analyse du résultat :*

- Intérêt
- Tableau des soldes intermédiaires de Gestion (TSIG)
- Capacité d'autofinancement (CAF)
- Ratios et interprétations

B. *L'analyse du bilan*

- Le bilan fonctionnel
- Intérêt
- Le fonds de roulement
- Le besoin en fonds de roulement
- Ratios et interprétations

Bibliographie Indicative :

- DCG 6 - Finance d'entreprise - Jacqueline Delahaye, Florence Delahaye-Duprat - Collection: Expert Sup, Dunod

- DCG 6 - Finance d'entreprise - Annaïck Guyvarc'h, Georges Langlois, Michèle Mollet, Arnaud Thauvron - Collection Expertise comptable - Foucher
- Gestion comptable des opérations commerciales - Michel Lozato, Pascal Nicolle Collection: BTS CGO, Dunod
- Processus 1 BTS CG 1re et 2e années - Contrôle et traitement comptable des opérations commerciales - F. Cayot, M.-A. Choukroun, C. Darlay, D. Legros, G. Meyer - Collection : Les Processus CG – Nathan Technique

Système juridique (12 h eq TD)

Jean-François PAULIN (Maître de Conférences en Droit Privé)

<p>Objectifs du module : Découvrir les sources juridiques, l'organisation judiciaire et les principaux acteurs juridiques</p>
<p>Compétences visées : Distinguer les différentes règles de droit Choisir la juridiction compétente en cas de problème Distinguer un acte d'un fait juridique et leur régime juridique</p>
<p>Contenus : Systèmes juridictionnels français et européen Sources du droit et branches du droit Règles de droit (actes et faits juridiques) Système et moyens de preuve</p>
<p>Modalités de mise en œuvre : Résolution de cas pratiques Constitution de dossiers thématiques, exposés, étude de la presse juridique Recherche documentaire (veille juridique)</p>
<p>Modalités d'évaluation : Cas pratiques</p>
<p>Mots clés : Sources juridiques, juridictions, système de preuve, personnes juridiques,</p>

Plan de cours

- I. Finalités et branches du droit
 - Finalités
 - Droit objectif et droits subjectifs
 - Caractères de la règle de droit
 - Branches du droit
- II. Les sources du droit
 - Hiérarchie
 - Sources formelles
 - Sources informelles
- III. Les différentes juridictions nationales
 - 1^{er} et 2^{ème} degré de juridiction
 - Ordres de juridiction
 - Compétences d'attribution et territoriales
 - Juridictions civiles et juridictions pénales
- IV. Les juridictions européennes
- V. Actes et faits juridiques
- VI. La preuve
 - Moyens de preuve parfaite ou imparfaite
 - La preuve des actes juridiques
 - La preuve des faits juridiques
 - La charge de la preuve
 - La prise en compte des évolutions technologiques

Bibliographie indicative :

- DCG 1 - Introduction au droit - Jean-François Bocquillon, Martine Mariage Collection: Expert Sup, Dunod
- DCG 1 - Introduction au droit - Maryse Ravat, Françoise Rouaix, Marie-Paule Schneider, collection Expertise

Droit des affaires (18 h eq TD)

Jean-François PAULIN (Maître de Conférences en Droit Privé)

Objectifs du module : Comprendre les mécanismes généraux de l'engagement contractuel Découvrir et analyser les obligations Comprendre les responsabilités encourues
Compétences visées : Qualifier une situation précontractuelle ou contractuelle Négocier, conclure et rompre un contrat Vérifier la licéité d'un contrat et son étendue Engager une responsabilité sur le fondement approprié aux faits Qualifier une situation contractuelle entre professionnels ou impliquant une personne publique
Prérequis UE 2 – Système juridique
Contenus : Principes contractuels Négociation et engagement contractuel Conditions de validité d'un contrat Classification des contrats Clauses contractuelles et organisation de l'échange (exécution, évolution, résiliation, résolution) Grands principes de la responsabilité civile contractuelle et délictuelle Caractéristiques, formation et exécution du contrat administratif
Modalités de mise en œuvre : Résolution de cas pratiques Etude de contrats Constitution de dossiers thématiques, exposés, étude de la presse juridique Recherche documentaire (veille juridique)
Modalités d'évaluation : Etude de cas
Mots clés : Consensualisme, consentement, capacité, objet, cause, nullité, responsabilité civile contractuelle, responsabilité civile délictuelle et quasi délictuelle

Plan de cours

- I. **Les relations contractuelles entre partenaires privés**
 - A. **Conditions de validité des contrats passés entre professionnels**
 - B. **Négociation : processus (pourparlers, promesse unilatérale, promesse synallagmatique) et représentation (principe et conditions de validité de la représentation)**
 - C. **Loi contractuelle : clauses particulières, exécution, évolution, résiliation, résolution**
 - D. **La responsabilité civile contractuelle, délictuelle et quasi délictuelle**
- II. **Les relations contractuelles avec la personne publique**
 - A. **Caractéristiques du contrat administratif : qualité des parties et clause exorbitante de droit commun, ou contrat lié à l'exécution du service public**
 - B. **Formation du contrat : négociation et marché public, procédures de passation.**

Bibliographie indicative :

- DCG 1 - Introduction au droit - Jean-François Bocquillon, Martine Mariage Collection: Expert Sup, Dunod
- DCG 1 - Introduction au droit - Maryse Ravat, Françoise Rouaix, Marie-Paule Schneider, collection Expertise comptable, Foucher
- Droit administratif, Didier Truchet, PUF
- Cours de droit administratif, Jacqueline Morand-Deviller, Collection Cours, LGDJ, Lextenso Editions

Economie Générale (20 h eq TD)

Virginie Forest

Objectifs du module : Comprendre les bases du fonctionnement de l'économie, du financement des entreprises et de la mondialisation des activités
Compétences visées : Etre en mesure d'appréhender les principaux enjeux économiques contemporains
Contenus : Les modes de financement de l'économie et des entreprises françaises ; Rôle, structure et évolution des entreprises françaises dans une économie mondialisée ; Les principaux enjeux du commerce international
Modalités de mise en œuvre : Cours, étude de documents d'actualité
Modalités d'évaluation : Questions de réflexion et analyses de texte
Mots clés : Financement des entreprises ; système productif français ; commerce international

Plan de cours

1. Les grandes évolutions du financement de l'économie française : d'une économie d'endettement à une économie de marchés financiers

- Les différents modes de financement des entreprises
- Le fonctionnement du marché des capitaux

2. Rôle, structure et évolution des entreprises françaises dans une économie mondialisée

- La structure du système productif français
- L'internationalisation des entreprises françaises

3. Les principaux enjeux du commerce international

- Les déterminants du développement des échanges internationaux et de la spécialisation des économies
- Avantages et inconvénients du libre-échange
- Compétitivité et échanges extérieurs

Bibliographie indicative :

INSEE (2013), Les entreprises en France, 196 p.

Hueber Olivier (2012), Economie Générale, Editions TECHNIP, 349 p.

Plihon Dominique (2013), La monnaie et ses mécanismes, Collection Repère, La Découverte, 126 p.

UE MARKETING		10 h cours
3 ECTS		22 h TD
		12 h TP

Marketing Opérationnel (18 h eq TD)

Yorick ODIN

Objectifs du module :
Connaître les concepts et principes fondamentaux qui régissent la démarche marketing Apprécier la cohérence de la
Compétences visées :
Identifier les acteurs du marché (macro-environnement, micro-environnement), les opportunités et les menaces du marché. Faire un diagnostic stratégique en identifiant les forces et les faiblesses de l'entreprise. Formuler les objectifs. Déterminer les critères de segmentation et de ciblage. Définir le positionnement.
Contenus :
Présentation de la fonction marketing. Différentes étapes de la démarche marketing . Définition de la stratégie (principes et critères de segmentation, ciblage et positionnement)
Modalités d'évaluation :
1 DS et étude de cas
Mots clés :
Marketing stratégique, analyse interne, analyse externe, segmentation, ciblage, positionnement

Plan de cours

- 1 Politique de produits
 - 1.1 Le portefeuille de produits
 - 1.2 Le positionnement du produit
 - 1.3 La politique de marque
 - 1.4 Le conditionnement
 - 1.5 Lancement de nouveaux produits
- 2 Politique de prix
 - 2.1 La fixation du prix
 - 2.2 Stratégies de prix
- 3 Politique de distribution
 - 3.1 Définitions
 - 3.2 Stratégies de distribution
 - 3.3 Merchandising
 - 3.4 Evaluation des politiques de distribution
- 4 La communication
 - 4.1 Introduction
 - 4.2 Communication publicitaire : les acteurs
 - 4.3 Le plan media
 - 4.4 Le processus de création publicitaire
 - 4.5 Evaluation de l'action publicitaire
 - 4.5.1 Efficacité de la campagne : évaluer le plan media

Bibliographie indicative :

Mercator, Marketing Management, Revue Française de Marketing, Marketing magazine

Etude de marché (12 h eq TD)

Yorick ODIN

Objectifs du module Maîtriser les outils de l'analyse de marché, nécessaires à la réalisation de business plans
Compétences visées : Savoir conduire une étude de marché en totale autonomie.
Contenus : Présentation de la fonction études. Présentation du marché de l'étude, et des différents outils de l'étude marketing.
Modalités d'évaluation : 1 DS et étude de cas
Mots clés : Etudes marketing, études de marché, sondages.

Plan de cours

Partie 1 – Etude de marché

I. Analyse de l'offre

II. Analyse de la demande

Partie 2 – Les outils de l'étude de marché

I. Les études exploratoires au sondage

1.1. techniques à base d'entretien

1.2. techniques d'observation

1.3. techniques de simulation

1.4. techniques projectives

II. Etudes quantitatives

2.1. Objectifs

2.2. Cahier des charges

a- Echantillonnage

b- Modes de collecte de données

c- Théorie de la mesure

- variables discrètes / continues

- notion de variable latente

d- Mise en place / prétest du questionnaire

III. Traitement quantitatif des données

Bibliographie indicative :

Market : Etudes et Recherches en Marketing, Evrard Y., Pras B. & Roux E, 5^{ème} édition, DUNOD.

Outils de la CRM (12 h eq TD)

Yorick ODIN

Objectifs du module : Maîtriser les outils de la gestion de la relation clients.
Compétences visées : Connaître les fondamentaux de la CRM. Connaître les différents outils disponibles sur le marché.
Contenus : Présentation de la fonction CRM. Présentation du marché de la CRM, et des différents outils.
Modalités d'évaluation : 1 DS et étude de cas

Mots clés :

CRM, gestion de la relation clients, GRC

Marketing digital (12 h eq TD)

Yorick ODIN

Objectifs du module :

Maîtriser les fondamentaux du marketing digital.

Compétences visées :

Connaître les différents métiers du marketing digital. Découvrir les outils spécifiques du web marketing

Contenus :

Présentation des métiers. Présentation des outils du webmarketing

Modalités d'évaluation :

1 DS et étude de cas

Mots clés :

Marketing digital, webmarketing, community management



UE 5 ANGLAIS	Titre Anglais Technique et Professionnel	Durée 60 h au total (2 UEs de 3 ECTS gérées par le SCEL) C. Holmes V. James
Objectifs du module : <ul style="list-style-type: none"> - Permettre à des étudiants ayant un bon niveau d'anglais relatif à leur spécialité de maîtriser la communication orale et écrite dans les situations professionnelles - Obtenir une certification TOEIC de niveau B2 - Acquérir des notions de management interculturel pour évoluer dans un environnement international. 		
Compétences visées : Compréhension orale et écrite Expression orale et écrite Ouverture culturelle et sensibilisation aux problématiques interculturelles dans le monde du travail		
Contenus : Anglais Technique et Professionnel : Prendre la parole dans une réunion pour défendre un point de vue, prendre des décisions etc. Prendre part à une négociation d'achat/vente d'un produit/équipement technique Prendre part à une conversation téléphonique (demande ou réponses à demande d'infos, résolution ou expression d'un problème...) Développer la compréhension orale par écoute régulière de podcast/vidéo traitant de sujet en lien avec la spécialité des étudiants Rédiger un profil de poste en imaginant l'entreprise puis procéder aux entretiens de recrutement et justifier du choix final Entraînement au test TOEIC Présentation orale (diaporama) du stage et de l'entreprise Management interculturel		
Modalités de mise en œuvre : <ul style="list-style-type: none"> - Anglais des affaires : Présentations, travaux de compréhension orale, jeux de rôles et débats pour l'oral, études d'articles de presse et rédaction de mémos et e-mails pour l'écrit. - Management interculturel : une partie d'apports théoriques, complétée par des mises en situation et des études de cas 		
Modalités d'évaluation CCI : <ul style="list-style-type: none"> - Une note convertie par rapport au score TOEIC - compréhension(s) orale(s) - présentation(s) - mise(s) en situation 		

Plan de cours

PROFESSIONAL COMMUNICATION

The main goal of the course is to get the students be able to face any professional situation and get ready to get a certification (the TOEIC test).

- Chairing and/or taking part into business meetings (decision making, problem solving etc.)
- Conducting a negotiation (buying/selling ; pay rise asking, etc.)
- Participating into a recruitment process : writing down a job profile, drawing up a list of possible questions matching this profile, conducting the interview and accounting for the final choice.
- Presenting (power point slide show) their company and their job to their classmates
- Writing down meeting minutes, reports, memos, emails.
- Dealing with different situations (sorting out a technical problem, asking for information etc.) on the telephone.
- Regular listening comprehension assignments (the TOEIC test, different kinds of podcasts (e.g. from TED.com)...).

Le lundi de 14 à 18h.

Un intervenant professionnel du management interculturel (DCF)