

BUSINESS SPIRIT

1. Enseignant :

Madame Manuela Cousin

2. Code :

BSP01

3. Objectif :

« De la formation à l'appropriation »

Le programme 'Business Spirit' est axé sur deux pôles : la Formation et les Associations

- Développer le caractère actif des étudiants
- Les rendre constructeurs et fondateurs de leur formation et développer chez l'étudiant un esprit d'équipe, une force d'esprit et une énergie croissante pour son objectif professionnel (ex. développer un courant d'affaire)
- Suivre l'étudiant dans cette transformation sur toute la durée de son parcours de formation
- Adapter le parcours professionnel et personnel en fonction de la personnalité de chaque étudiant

L'étudiant saura négocier et montrer l'intérêt de la négociation intégrative en connaissant toutes les stratégies et tactiques de négociation.

4. Contenu :

1. « De la connaissance de soi à l'art de négocier. »
2. « Se vendre pour mieux négocier. »

Pratique des affaires

- Négociation
- Stratégies et tactiques
- 2 cas de simulation « André et Michel » et « Paris/Lyon » (Repérer les éléments d'une négociation et prendre conscience de son style de négociation)
- Négociation : le cas Okapi (maîtriser l'art de négocier, prendre conscience des stratégies et des techniques en négociation conflictuelle et montrer l'intérêt de la négociation intégrative par rapport à la négociation distributive)
- Présentation du cas Décathlon et Challenge (Recherche d'une négociation intégrative, utilisation et mise en application des outils de négociation)
- Cycle de vente (apport théorique sur les outils d'aide à la négociation)
- Sensibilisation à la négociation des conditions commerciales

Projets associatifs (suite du 1^e semestre)

- Présentation des associations
- Méthodologie (cahiers de charges et passation)
- Bilans intermédiaires (budgets, rétro plannings)
- Résultats des projets associatifs

Challenge Entreprise URSSAF (suite du 1^e semestre)

- Présentation des challenges
- Présentation des missions à réaliser (200 appels par étudiant soit 40 appels par mois/ Marketing téléphonique)
- Méthodologie pour la pratique du marketing téléphonique avec les professionnels concernés
- Bilan intermédiaire et Réorientation des axes méthodologiques
- Bilan final

5. Pré requis :

Avoir la capacité de se remettre en question sur son savoir être, la capacité d'écoute

6. Niveau des études :

L3 / Bachelor, ESCI 1^e année

7. Nombre d'heures :

15

8. Nombre d'ECTS :

3

9. Langue d'enseignement :

Français

10. Méthodes pédagogiques :

La volonté est de faire prendre conscience aux étudiants de certaines valeurs : force, persévérance, enthousiasme, courage, énergie et conviction.

Cette approche pédagogique devra passer par une étape de bilan de connaissances et des compétences.

Cours magistraux, dossiers, études de cas et cas réels vécus

11. Modalités d'évaluation des étudiants :

Contrôle continu (40%) : travail de groupe

Contrôle final (60%) : travail individuel

12. Bibliographie de référence :

Stephen R. Covey, Les sept habitudes de ceux qui réalisent tout ce qu'ils entreprennent, First Editions, 2005

Pierre Longin, Agir en leader avec la PNL, Ed Dunod, 3^e, 2006

Daniel Goleman, L'intelligence émotionnelle, J'ai lu. Bien-être. Psychologie, 2003

Florence Le Bras, CV – mode d'emploi vie professionnelle, Ed Marabout, 2006

Florence Le Bras, L'entretien d'embauche, Ed Marabout, 2001

Yves Lellouche, Florence Piquet, La négociation acheteur/vendeur, Ed Dunod, 2010

Miguel Chozas, Christine Jullien, Communication et négociation, Ed Foucher, 2006

Patrick Audebert, Profession : négociateur, Edition d'Organisations, 1995

J. Lendrevie, J.Lévy, D. Lindon, Mercator, Dunod, 2006

Revue spécialisées : Action commerciale, mensuel