

7- Marketing

Thème	Notions visées
Products	Products and brands
Marketing	The product life cycle, promoting a new product Negotiation Loyalties
Advertising and communication	Advertising and viral marketing External communication, sensorial marketing
Marketing and information and communication technologies	Personal data and marketing, social network and institutional communication

UE 7 – MEMOIRE PROFESSIONNEL

Niveau M : 50 heures - stage 16 semaines - 15 ECTS

Cette unité d'enseignement vise à préparer l'insertion professionnelle des futurs diplômés en faisant le lien entre leur formation théorique et une pratique professionnelle. Elle se compose d'un enseignement de 50h et d'un stage de 16 semaines.

Programme

1- Recherche d'information (15 heures)

Sens et portée de l'étude	Compétences visées	Notions et contenus
Présenter les moyens d'acquisition de l'information en prenant en compte la nature des informations recherchées et le contexte dans lequel s'inscrit la recherche d'information.	<p>Identifier les informations pertinentes pour le sujet et la problématique traitée.</p> <p>Qualifier une source d'information afin de s'assurer de sa fiabilité.</p> <p>Maîtriser les moteurs de recherche (requêtes booléennes, requêtes avancées) et des méthodes d'analyse en recherche d'information.</p>	<p>L'information :</p> <ul style="list-style-type: none"> - identification du besoin d'information avec les objectifs et les contraintes techniques, financières et temporelles - nature et type d'informations <p>Les sources documentaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> - typologie et caractéristiques des sources d'information et de leurs modes d'accès (documents et fichiers internes à l'organisation, bibliothèques, centres de documentation, bases de données, sites internet, réseaux sociaux numériques) - critères de sélection d'une source documentaire numérique (pertinence, fiabilité, coût et délai d'obtention des informations)

2- Présentation des documents techniques et professionnels (15 heures)

2.1 Les écrits professionnels

Sens et portée de l'étude	Compétences visées	Notions et contenus
Étudier différents outils et méthodes pour rédiger et présenter efficacement des documents, internes ou à destination de tiers.	Faire une présentation adaptée au public visé (en distinguant les différents types d'écrits).	Typologies des documents : lettre, compte-rendu, rapport, procès-verbal, note de synthèse, dossier de presse, brochure (contenus, spécificités et finalités)

		Conception, rédaction et présentation des écrits professionnels (sur supports papier et sur supports numériques) Utilisation d'outils informatiques appropriés Classement et archivage des documents (gestion électronique des documents)
--	--	---

2.2 La présentation orale de documents

Sens et portée de l'étude	Compétences visées	Notions et contenus
Étudier différents outils et méthodes pour présenter efficacement des documents, internes ou à destination de tiers.	Présenter oralement et soutenir les résultats obtenus.	Techniques orales et argumentatives d'un exposé, d'une conférence ou d'une soutenance : <ul style="list-style-type: none"> • organisation du discours (choix des éléments clés à mettre en avant, structuration de la présentation) ; • gestion du temps, de l'espace, du corps, de l'auditoire ; • traitement des questions posées Utilisation d'outils d'aide à la présentation : diaporama, vidéo

3- Méthodologie de la recherche en gestion (20 heures)

La formation en méthodologie a pour objectif de donner les repères indispensables à la compréhension des exigences de la recherche en sciences de gestion.

Sens et portée de l'étude	Compétences visées	Notions et contenus
Savoir en partant d'un thème de recherche, identifier un sujet puis une problématique et une ou des questions de recherche	Distinguer la problématique des questions de recherche. Choisir à partir d'un thème de recherche un sujet puis une problématique.	Thème, sujet, problématique et question de recherche
Types de recherche	Choisir un type de recherche adapté à sa problématique	Descriptive Analytique (exploratoire ou confirmatoire) Étude pilote Développement d'échelle (développer un instrument de mesure pour un ou plusieurs concepts liés aux objectifs de recherches)
Méthodologies de la recherche	Mobiliser à bon escient une méthodologie de recherche en fonction de la problématique et des questions de recherche identifiées. Identifier les limites et avantages de la méthodologie choisie.	Les démarches de recherche en sciences de gestion : Recherche terrain <ul style="list-style-type: none"> • observation participante ou non participante • recherche-action • recherche-intervention • recherche ethnographique • étude de cas

		<p>Enquête</p> <ul style="list-style-type: none"> • Typologie des enquêtes • Élaboration et administration d'un questionnaire ou d'un guide d'entretien • Utilisation des sondages (aléatoires, empiriques) pour le recueil de l'information • Représentativité d'un échantillon, significativité statistique des résultats • Exploitation des données recueillies au cours de l'enquête • L'analyse textuelle
--	--	--

Le stage (16 semaines)

Le stage (ou l'activité professionnelle servant de référence) doit être accompli auprès d'un professionnel de l'expertise comptable, du commissariat aux comptes ou dans les services comptables et financiers d'une entreprise, d'une collectivité publique ou d'une association.

La durée du stage ou de l'expérience professionnelle est d'au moins 16 semaines.

Il a pour but :

- de permettre au candidat de prendre en charge une mission ou de participer de façon significative à une étude ou à une réalisation, au sein d'une organisation ;
- de mettre en application les notions, concepts et méthodes des unités d'enseignement du DSCG et de faire le lien entre théorie et pratique ;
- de tester ses capacités d'adaptation personnelle ;
- de développer ses compétences en matière de communication écrite et orale.

Le mémoire

-

À l'issue du stage ou de l'expérience professionnelle qui en tient lieu et après agrément du sujet, le candidat doit produire un mémoire, qui fera l'objet d'une soutenance, comprenant trois éléments :

- l'attestation de l'employeur certifiant la période et le lieu de stage (ou de l'expérience professionnelle) servant de référence au mémoire ainsi que la nature des missions confiées ;
- une première partie de quelques pages présentant, d'une part, l'organisation dans laquelle s'est effectué le stage ou dans laquelle l'expérience professionnelle a été acquise et, d'autre part, le travail réalisé par le candidat au sein de cette organisation ;
- une seconde partie structurée de cinquante pages au maximum (hors annexes et bibliographie) développant un sujet directement en rapport avec la ou les missions effectuées par le candidat et la formation théorique découlant des enseignements du diplôme supérieur de comptabilité et de gestion.

Le candidat peut demander l'agrément de son sujet de mémoire à tout moment, dès lors qu'il remplit les conditions d'accès au diplôme supérieur de comptabilité et de gestion.

Les attendus du mémoire doivent permettre de valider les compétences suivantes :

- élaborer une problématique correspondant à une situation professionnelle traitée par le candidat au cours de son stage ;
- mobiliser les outils méthodologiques pertinents pour résoudre la problématique ;

- présenter les résultats et les commenter ;
- faire des recommandations en cohérence avec la problématique et les résultats obtenus.

Les attendus de la soutenance orale doivent permettre de valider les compétences suivantes :

- choisir les points clés de sa présentation ;
- mobiliser des outils de communication adaptés ;
- interagir avec le jury (compréhension des questions et capacité à y répondre de manière pertinente).