

SYLLABUS

Introduction à la gestion

2025/2026 – Licence 1, Semestre 1

Enseignants : BERARD Céline et PRIM-ALLAZ Isabelle
Institution : Université Lyon 2
Laboratoire : COACTIS UR4161
E-mail : *celine.berard@univ-lyon2.fr ; isabelle.prim-allaz@univ-lyon2.fr*

Remarque importante : que cet enseignement soit, pour vous, inclus dans une majeure ou dans une mineure, il est dans tous les cas important pour valider votre semestre (6 ECTS). Ne négligez aucun enseignement !

OBJECTIFS

Ce cours d'introduction à la gestion vise à **savoir décrire et comprendre** les enjeux et les concepts clés de la gestion de l'entreprise. Plus spécifiquement, ce cours consiste à doter les étudiants de premiers outils de gestion de l'entreprise pour les aider à concevoir la stratégie, le marketing et le management d'une entreprise.

Les objectifs pédagogiques sont les suivants :

1. Donner les bases nécessaires pour **comprendre le fonctionnement** des entreprises.
2. Présenter les principales dimensions de la gestion d'entreprise pour avoir une **vision globale**.
3. Montrer **les principaux outils et les méthodes** indispensables à la conduite des entreprises.
4. Sensibiliser aux **nouveaux défis** des gestionnaires.

Ce cours s'inscrit principalement dans le cadre national français, mais aborde également les pratiques issues d'entreprises du monde entier afin de donner une large vision de la gestion d'entreprise.

COMPETENCES

SAVOIR / Connaitre les notions clés de la gestion d'entreprise.

SAVOIR-FAIRE / Élaborer un diagnostic stratégique et planifier des actions stratégiques.

SAVOIR-ETRE / Communiquer clairement ses analyses et décisions en termes de gestion d'entreprise.

PRE-REQUIS

Pas de prérequis, autres qu'un intérêt réel pour le monde des affaires.

APPROCHE PEDAGOGIQUE

Les étudiants auront à s'approprier les concepts et outils présentés en cours magistral (CM), par l'écoute et à l'aide de diapositives projetées en séance. Des exemples pratiques viendront illustrer les concepts et en préciser les conditions et limites d'application. Lors des séances de CM, des petits QCM permettront aux étudiants de vérifier régulièrement leur bonne compréhension du cours.

Les étudiants seront amenés à appliquer ces concepts et outils dans le cadre des travaux dirigés (TD), au travers d'études de cas et d'un projet de session. Un livret, concernant l'organisation et les attendus du TD, sera mis à leur disposition sur le Moodle de leur groupe TD.

L'attention et l'implication des étudiants durant les séances (CM et TD) seront fondamentales.

La présence aux séances d'enseignement (CM et TD ; sur site et à distance), ainsi qu'aux épreuves notées, est obligatoire. En cas de deux absences injustifiées lors d'une séance TD, l'étudiant sera déclaré défaillant. Afin de justifier une absence, l'étudiant doit impérativement fournir, rapidement, un document selon les modalités indiquées par l'administration.

De plus, en cas d'absence en TD, merci d'en informer au plus vite votre chargé(e) de TD et la scolarité de la Licence 1 (seg.l1@univ-lyon2.fr), idéalement avant la séance.

CONTENU DU COURS

Cours magistral (CM) : 24h (7 séances en présentiel de 3h, et 3h à distance).

Travaux dirigés (TD) : 17h (1^{ère} séance de 2h, puis 5 séances de 3h).

CM1 « Introduction à la gestion d'entreprise » <i>Semaine du 15/09</i> <i>(C. Bérard)</i>	TD1 <i>Semaine du 22/09 (2h)</i> <ul style="list-style-type: none"> • Présentation de l'organisation des TD • Travail et discussion sur des mini cas d'introduction à la gestion
CM2 & CM3 « Stratégie » <i>Semaines des 29/09 et 13/10</i> <i>(C. Bérard)</i>	TD2 <i>Semaine du 06/10 (3h)</i> <ul style="list-style-type: none"> • Composition des équipes • Travail sur le cas « stratégie » et rendu du travail • Présentation du projet de session et travail sur le projet TD3 <i>Semaine du 20/10 (3h)</i> <ul style="list-style-type: none"> • Présentations orales sur le cas « stratégie » • Travail sur le projet → Dépôt sur Moodle de la fiche-projet A
CM4 & CM5 « Marketing » <i>Semaines des 03/11 et 17/11</i> <i>(I. Prim-Allaz)</i>	TD4 <i>Semaine du 10/11 (3h)</i> <ul style="list-style-type: none"> • Atelier de formation sur la collecte et l'analyse des données • Travail sur le projet → Dépôt sur Moodle de la fiche-projet B TD5 <i>Semaine du 24/11 (3h)</i> <ul style="list-style-type: none"> • Travail sur le cas « marketing » et rendu du travail • Travail sur le projet
CM6 « Management organisationnel » <i>Semaine du 01/12</i> <i>(C. Bérard)</i>	TD6 <i>Semaine du 08/12 (3h)</i> <ul style="list-style-type: none"> • Présentations orales sur le cas « marketing » • Présentations orales sur le projet
CM distance : FAQ pour révisions <i>Samedi 13/12 9h-10h (C. Bérard & I. Prim-Allaz)</i> <i>NB. La séance prendra fin lorsqu'il n'y aura plus de questions. Il ne s'agit pas d'une permanence.</i>	
CM7 « Évaluation des performances » <i>Semaine du 15/12</i> <i>(I. Prim-Allaz)</i>	
EXAMEN FINAL (QCM), en présentiel en salle informatique <i>Janvier</i>	

MODALITES D'EVALUATION

L'UE « Introduction à la gestion » correspond à 6 ECTS, quelle que soit la mineure/majeure de l'étudiant.

SESSION 1 (*session initiale, correspondant à l'évaluation en contrôle continu tout au long du 1^{er} semestre*). L'évaluation en contrôle continu porte à la fois sur l'acquisition des connaissances (principes et concepts clés en gestion de l'entreprise), mais aussi sur la capacité des étudiants à les mettre en application. Elle a été conçue de façon à mesurer la performance individuelle et collective (en équipe) de façon équilibrée :

- **Études de cas (20%)**, dont :
 - 5% pour la présentation orale sur les études de cas (1 oral par équipe)
 - 15% pour les supports écrits (2 écrits par équipe)
- **Projet de session (30%)**, dont :
 - 20% pour le rapport final (1 dossier par équipe)
 - 10% pour le pitch (1 oral par équipe)
- **Examen final (50%)** : test de connaissances (QCM individuel, sur site) de 15 minutes sur l'ensemble des 7 séances de CM.

Dans le cadre du contrôle continu, toutes les épreuves sont obligatoires. En cas d'absence **justifiée** lors d'une séance TD impliquant une activité notée, la note correspondante sera neutralisée (ou pourra être remplacée par un travail écrit individuel si nécessaire). En cas d'absence **injustifiée** lors d'une séance TD impliquant une activité notée, l'étudiant sera considéré défaillant.

Si la présence n'est pas contrôlée en CM, l'assiduité reste obligatoire.

Pour les étudiants ayant un régime spécial d'études (RSE) ou une dispense d'assiduité (DA) : épreuve orale de 30 minutes (20 minutes préparation + 10 minutes oral), courant janvier 2026.

SESSION 2 (*session de rattrapage pour les étudiants n'ayant pas validé leur année*). Examen écrit sur site (individuel) de 40 minutes, courant juin 2026.

IMPORTANT : CONSIGNE ANTI-PLAGIAT

Tout travail rendu par un étudiant ou un groupe d'étudiants doit être personnel et original. Vous pouvez utiliser des documents publiés dans des ouvrages, des journaux ou sur des sites internet (dont vous prendrez la peine de vérifier la qualité des sources), mais vous devez impérativement en *citer la source*, en précisant dans le texte le nom de l'auteur et l'année de publication (source complète à indiquer en bibliographie) ou le site internet avec son lien http. Si vous reprenez textuellement une ou plusieurs phrases, il convient de les mettre dans le texte entre guillemets, en plus de donner la source.

BIBLIOGRAPHIE

Calmé, I., Hamelin, J., Lafontaine, J.P., Ducroux, S. et Gerbaud, F. (2013). *Introduction à la gestion*. 3^{ème} édition, Dunod.

Ferrandi, J.M. et Lichtlé, M.C. (2021). *Marketing*. Coll. Openbook, Dunod.

Giannelloni, J., Vernet, É. (2019). *Études de marché*. Vuibert.

Helfer, J-P., Kalika, M. et Orsoni, J. (2019). *Stratégie*. Vuibert, 11^{ème} édition.

Vernet, E. (2016). *Le marketing : l'essentiel et l'expertise à l'ère digitale*. Eyrolles, 4^{ème} édition.

Vernet E. (2017). *Techniques d'études de marché*. Vuibert.

Whittington, R., Angwin, D., Regnier, P., Johnson, G. et Scholes K. (2023). *Stratégie*. Pearson, 13^{ème} édition.