

## MScM (Management) - 120 crédits - Coursus à temps partiel

Conformément à la Directive 3.12 de la Direction en matière d'études à temps partiel (50%) pour les Maîtrises universitaires, le cursus d'un étudiant inscrit à temps partiel est le même que celui d'un étudiant inscrit à temps plein. Les délais d'études sont cependant aménagés de manière à permettre de réaliser les études en 10 semestres au maximum. Pour le reste, le Règlement d'études du programme s'applique

Chaque cours est semestriel. Les étudiants suivent les cours dans la ou l'une des zones grises correspondantes.

Une certaine flexibilité est accordée dans le choix du semestre

Semestres impairs = automne, semestres pairs = printemps

NB. La liste des cours est sujette à changement

Coursus à temps plein	Crédits	Coursus à temps partiel							
		Semestre 1	Semestre 2	Semestre 3	Semestre 4	Semestre 5	Semestre 6	Semestre 7	Semestre 8
<b>Module 1 - Autumn Semester</b>									
<b>Série de 30 crédits de cours obligatoires</b>									
Competitive Strategy	6								
Data Science in Business Analytics	6								
Ecology and Evolution	6								
Global Marketing Strategy	6								
Marketing Science	6								
Optimization Methods in Mgt	6								
Organizational Theory and Decis	6								
Quant. Methods for Management	6								
Strategic Marketing	6								
<b>Module 2 - Spring Semester</b>									
<b>Compulsory 6 ECTS</b>									
<b>Company Project in the specific orientation</b>	<b>6</b>								
any course other orientations- <b>Spring</b>	18								
any course other orientations- <b>Aut</b>									

**Module 3 - Spring Semester****Orientation-specific electives**

<b>Business Analytics (BA)</b>									
Deep Learning	3								
Forecasting 1	3								
Forecasting 2	3								
Machine Learning in Business Analytics	6								
Strategic Modelling	6								
Supply-Chain Analytics	6								
Sustainable Logistics	6								

<b>Behaviour Economics and Evolution (BEE)</b>									
<b>Group A: Biology</b>									
Biological Invasions	1,5								
Co-evolution, Mutualism, Parasitism	1,5								
Current Problems in Conservation Biology	3								
Intro to Primate Behav., Cognition and Cult.	1,5								
Spacial Modelling of Species and Biodiversity	3								
The Evolution of Coop.: from Genes to Learning and Culture	3								
<b>Group B: Management and Economics</b>									
Environmental Economics	3								
Evidence-based Management	6								
Grand Challenges Strategy Project	6								
Group Processes	6								
Managing People : Organiz. Design, Change...	6								
Neuro Economie	6								
Power and Leadership	3								
Sustainability Strategy Project	6								

<b>Marketing</b>									
Brand Management	3								
Consumer Behavior	3								
Customer Relationship Management	6								
Distribution Management	6								
Grand Challenges Strategy Project	6								
New Trends in Product Innovation	3								
Social Media (EPFL)	3								
Sustainability Strategy Project	6								

<b>Strategy, Organization and Leadership</b>									
<b>Subset A: Strategy</b>									
Competitive Advantage & Strategic Interac.	6								
Environmental Crisis and Societal Change	3								
International Strategy	6								
Strategy of Innovation	6								
The Mgt of Risk, Reputation and Legitimacy	6								
<b>Subset B: Organizational Behavior</b>									
Evidence-based Management	6								
Group Processes	6								
Managing People: Organizational Design...	6								
Power and Leadership	6								
Simple Rules for Leadership and Strategy	6								

<b>Module 3 - Autumn</b>
<i>Orientation-specific electives</i>

<b>Business Analytics (BA)</b>									
Fraud and Business Process Analytics	3								
Production Control	3								
Programming Tools in Data Science	6								
Project in Data Analytics	6								
Risk Analytics	3								
Supply Chain Mgt and its Latest Trends	6								
Text Mining	6								

<b>Behaviour Economics and Evolution (BEE)</b>									
<b>Group A: Biology</b>									
Animal Communication and Parasitism	1,5								
Major Transition in Evolution	1,5								
<b>Group B: Management and Economics</b>									
Behavioral Economics	6								
Business and Society - Corp. Sustainability	6								
Experimental Methods	6								
Heuristic Decision Making Strategies	6								
Human Behavior and Evolutionary Inference	6								
Leadership Development	3								
Managerial Decision Making	3								
Strategic Mgt Control Systems	6								
Unethical Decision Making – Advanced	3								
Unethical Decision Making – Basics	3								

<b>Marketing</b>									
Business Case in Marketing	6								
Datascience for Marketing	6								
Digital transformation in B to B Sales	3								
Global Marketing	3								
Heuristic Decision Making Strategy	6								
Integrated Marketing Communication (MScM)	6								
Luxury Marketing	6								

### Strategy, Organization and Leadership

<b>Subset A: Strategy</b>									
Business and Human Rights	3								
Business and Society - Corp. Sustainability	6								
Entrepreneurship and Strategy	6								
Strategic Mgt Control System	6								
Strategy and Development Modes	6								
Stratégies digitales	6								
Strategy in Digital Markets	6								
Stratégies légales internationales I	3								
Stratégies légales internationales I	3								
<b>Subset B: Organizational Behavior</b>									
Heuristic Decision Making Strategies	6								
Human Behavior and Evolutionary Inference	6								
Leadership Development	3								
Managerial Decision Making	3								
Unethical Decision Making – Advanced	3								
Unethical Decision Making – Basics	3								
<b>Module 4</b>									
Mémoire (académique ou stage)	30								

Le MScM a 4 orientations : Business Analytics (BA) - Behaviour, Economics and Evolution (BEE) - Strategy, Organization and Leadership (SOL) et Marketing. Durant le 1er semestre, l'étudiant doit effectuer le cours obligatoire pour tous, ainsi que les 2 cours dans l'orientation choisie.

Se référer au plan d'étude général à plein temps pour les différents cours liés aux orientations.

Le mémoire ne peut être déposé et défendu avant d'avoir réussi 90 crédits de cours. Il peut toutefois être entrepris plus tôt et défendu ultérieurement.

Les cours offerts au semestre 1 à temps plein doivent être validés avant d'entreprendre les cours du semestre 3 (Règlement).

A moins de modifications du Règlement, les cours du semestre 3 à temps plein doivent donc être reportés aux semestres 5, 7 à temps partiel.

**Règlement d'études:** La série obligatoire du 1er semestre (temps plein) est répartie sur les semestres 1 et 3 à temps partiel. La disposition de l'art. 10.2

prévoyant que l'inscription aux examens du 3ème semestre et suivants (temps plein) n'est possible que si l'étudiant a préalablement satisfait aux exigences de

réussite de la série obligatoire d'examens du 1er semestre, doit se comprendre comme suit pour les étudiants à temps partiel. L'inscription aux examens du

5ème semestre et suivants n'est possible que si l'étudiant a préalablement satisfait aux exigences de réussite de la série obligatoire d'examens des semestres 1 et 3.