

Les sessions de validation

Les aptitudes et l'acquisition des connaissances sont appréciées par un contrôle continu (2 tests minimum) et s'achèvent par une semaine de partiels chaque semestre.

La note minimale, dite "note plancher" attendue à chaque matière est de 06/20.

Si un candidat n'obtient pas la note minimale à une matière, les conséquences sont les suivantes :

- l'Unité d'Enseignement concernée ne peut être validée, quelle que soit la moyenne,
- aucune compensation ne peut être effectuée au sein du semestre ou de l'année.

Le candidat devra représenter la matière lors de la session de rattrapage de septembre.

La session de rattrapage concerne tous les étudiants qui n'auront pas obtenu la note minimale à l'une des matières au cours de l'un des semestres de l'année précédente.

Seules les matières dans lesquelles un candidat a obtenu une note inférieure à la note "plancher" sont concernées.

Exemple : un candidat ayant obtenu la note de 07/20 à une matière et qui voudrait la représenter afin d'augmenter sa moyenne, ne pourra le faire.

Lorsque toutes les matières sont validées, preuve de compétences acquises, les années des études sont validées par un titre reconnu par l'Etat – niveau II (licence).

Le double diplôme

Les étudiants en "Bachelor en Affaires Internationales", valideront également, à l'issue des trois années d'études, le "Bachelor of Business Administration" de Lebanese Canadian University – Liban.



Les crédits ECTS (EUROPEAN CREDIT TRANSFER SYSTEM)

L'organisation des études par semestre respecte la logique européenne. Chaque unité d'enseignement de la formation est affectée d'un nombre de crédits correspondant aux crédits ECTS. Ce système, mis en place dans les universités européennes permet un transfert de crédits de l'IPAC vers l'université européenne ou vice-versa.



La recherche permanente de progrès de l'IPAC s'appuie sur :

- un **système Qualité certifié ISO 9001 version 2000** par Bureau Veritas Certification,
- des formateurs sensibilisés à l'importance de leur mission et à la Qualité,
- un suivi personnalisé des étudiants/stagiaires,
- un réseau d'entreprises associées actives au sein d'un Conseil Académique qui suit l'évolution des programmes.



www.ipac-france.com
info@ipac-france.com

JANVIER 2009

BACHELOR EN AFFAIRES

Titre délivré "**Responsable d'unité - Business Unit Manager**" - niveau II

Titre inscrit au Répertoire National de la Certification Professionnelle

Durée 3 ans - 180 crédits ECTS

Dans ce document

- Les objectifs de la formation
- L'organisation générale
- La présentation de la formation
- L'organisation pédagogique
- Les stages et les projets professionnels
- Les sessions de validation
- Les crédits ECTS



Le **Bachelor en Affaires** est conçu pour :

- des étudiants titulaires du baccalauréat ou d'un diplôme équivalent,
- des étudiants intéressés par un programme d'études ambitieux adapté aux réalités des études du système LMD,
- justifier d'une première expérience professionnelle,
- acquérir des compétences permettant l'entrée dans la vie active ou d'envisager des poursuites d'études en Master à l'IPAC ou à l'étranger.

Objectif du Bachelor en Affaires

Dans l'esprit de l'organisation européenne des études, le Bachelor en Affaires a pour but de former des étudiants français et européens aux techniques de commerce, de management et de gestion des entreprises.

A l'issue de la formation, les étudiants auront acquis un raisonnement leur permettant de considérer l'Europe comme une seule entité économique, géographique et culturelle.

Organisation générale

L'organisation des études

La formation est d'une durée de 6 semestres (3 années d'études). Les deux premières années (semestres 1 à 4) proposent une formation ouverte, généraliste mais concrète.

Les semestres 5 et 6 doivent permettre aux candidats de choisir une orientation professionnelle définitive. Ils peuvent aussi se dérouler à l'étranger dans l'une des universités partenaires de l'IPAC.

Chaque année permet l'obtention de 60 crédits ECTS (European Credit Transfer System) conformément à l'organisation européenne des études.

Les matières se déroulent sur un semestre. Le programme de formation évolue donc à chaque semestre. Les matières sont regroupées en 4 Unités d'Enseignement : Marketing – Finance – Langues – Culture et Environnement.





Présentation de la formation

La formation est accessible aux étudiants obligatoirement titulaires du baccalauréat et qui ont suivi un enseignement dans 2 langues vivantes. Il s'agit d'une formation ambitieuse qui ne s'adresse qu'à des personnes ayant un fort degré d'engagement.

Les conditions d'admission

- Baccalauréat obligatoire.
- Modalités de recrutement : dossier, entretien, tests.

Le déroulement des études

Chaque année est découpée en deux semestres :

- semestre d'automne : de mi-septembre à Noël,
- semestre de printemps : de janvier à mai.

Chaque semestre permet d'obtenir 30 crédits ECTS (*European Credit Transfert System*) conformément à l'organisation européenne des études.

Les matières se déroulent généralement sur un semestre. Le programme de formation évolue donc à chaque semestre.

Les matières sont regroupées en quatre Unités d'Enseignement : Marketing, Finance, Langues, Culture-Environnement.

Le déroulement de l'année 3

Elle se déroule obligatoirement à l'étranger.

Les deux semestres (*semestres 5 et 6*) se déroulent dans l'une des universités partenaires de l'IPAC. L'étudiant suit un enseignement correspondant à l'acquisition de 60 crédits ECTS.

L'année est validée par l'obtention de 60 crédits ECTS.

Souplesse et Ouverture

Un candidat à l'issue des deux premières années de Bachelor pourra -s'il le souhaite- opter en dernière année pour une année d'études dans un Bachelor "Métiers".

Liste des Bachelors "Métiers" préparés à l'IPAC.

- Bancassurance.
- Immobilier.
- Marketing - Communication.
- Ressources Humaines.
- Tourisme.

Ces formations "Métiers" permettant l'obtention de 60 crédits ECTS supplémentaires ont comme finalité prioritaire de permettre une insertion professionnelle à l'issue de trois années d'études.

L'année 3 de Bachelor (*semestres 5 et 6*)

OPTION 1 : Bachelor in International Business with Marketing - Année 3

Le programme de l'année de Bachelor 3 est composé des matières suivantes :

Unité d'Enseignement **Marketing - Management**

- Marketing Stratégique - Etudes Marketing - E-Business ;
- Communication Média & Hors média - Communication institutionnelle - Négociation - Communication et Relations professionnelles.

Unité d'Enseignement **Gestion/Finance**

- Gestion prévisionnelle - Plan d'affaires - Organisation comptable - Contrôle budgétaire - Création de Sites Web -

Unité d'Enseignement **Juridique**

- Fiscalité et Droit des affaires - Droit des sociétés - Gestion administrative du personnel - Réglementation économique.

OPTION 2 : Bachelor "Métiers"

Les Bachelors Métiers correspondent à la volonté d'intégrer une profession clairement identifiée : Bancassurance - Immobilier - Ressources Humaines - Marketing-Communication - Tourisme.

Elle concerne les étudiants qui ont fait le choix d'une orientation professionnelle très ciblée. L'année se déroule en alternance.

OPTION 3 : une année à l'étranger

Les étudiants ont la faculté d'effectuer leur année dans une université européenne. Au 1^{er} janvier de l'année en cours, les destinations suivantes sont possibles : Angleterre - Allemagne - Belgique - Ecosse - Espagne - Irlande - Italie - Mexique - Pays-Bas - Pologne - Slovaquie - Suède.

Organisation pédagogique

Chaque année d'études est d'une durée de 24 semaines se répartissant en deux semestres de onze semaines de cours, complétées par une semaine de partiels à la fin de chaque semestre.

Les cours ont lieu du lundi matin au vendredi soir.

Trois stages sont à réaliser au cours des deux premières années d'études :

1. stage de découverte d'une durée de 4 semaines au cours du semestre 2 ;
2. stage d'ouverture d'une durée de 8 à 12 semaines à la fin du semestre 2 ;
3. stage de consolidation d'une durée de 8 semaines en fin de semestre 4.

PROGRAMME PEDAGOGIQUE PAR UNITE D'ENSEIGNEMENT	
Marketing Marketing 1 : la vision d'ensemble du raisonnement dans l'approche des marchés Marketing 2 : l'étude approfondie des outils du marketing mix Marketing 3 : le marketing des entreprises dans sa vision européenne Marketing 4 : les outils financiers et logistiques dans l'international Marketing 5 : la méthodologie d'approche des marchés internationaux	Finance Management science 1 : les outils informatiques Management science 2 : les outils statistiques et d'aide à la décision Finance 1 : comptabilité générale Finance 2 : mathématiques financières Finance 3 : comptabilité analytique Finance 4 : corporate finance
Langues Anglais 1 et LV européenne 1 Anglais 2 et LV européenne 2 Anglais 3 et LV européenne 3 Anglais 4 et LV européenne 4	Culture et Environnement Culture et méthodologie professionnelle Economie générale 1 : micro-économie Economie générale 2 : macro-économie Droit 1 : droit civil et commercial Droit 2 : droit européen Economie d'entreprise 1 : les fonctions de l'entreprise Economie d'entreprise 2 : les stratégies
Projets professionnels pratiques	Stages professionnels

Stages professionnels : contenus et objectifs

Définition : le stage est une période de formation pratique en entreprise à temps plein.

Il est d'une durée minimale de 4 semaines et peut se prolonger jusqu'à 12 semaines pour le stage d'été.

Les stages en milieu professionnel ont pour objectif de permettre à l'étudiant d'acquérir et d'approfondir des compétences professionnelles en situation réelle de travail et d'améliorer sa connaissance du milieu professionnel et de l'emploi.

Projets professionnels : contenus et objectifs

Les étudiants ont à réaliser trois projets (*au sein de trois types d'entreprises différentes*). Les périodes d'immersion professionnelles (*une journée par semaine*) ou totales (*stages*) servent de support à la réalisation des projets.

Chaque projet s'appuiera sur une mission opérationnelle significative et aura pour objectif après analyse et diagnostic d'une situation commerciale de proposer un ou plusieurs axes de développement.

Par ailleurs, chaque étudiant devra avoir réalisé à l'occasion des missions ayant donné lieu à projet ou à un autre moment les actions qui peuvent prendre la forme suivante :

- la tenue d'un stand sur un salon à vocation nationale, européenne ou mondiale,
- une étude de veille concurrentielle ou technologique,
- deux dossiers de recherche sur le fonctionnement d'entreprises : PME et grands groupes.

