

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

Cursus à temps plein	Crédits	Cursus à temps partiel							
		Semestre 1	Semestre 2	Semestre 3	Semestre 4	Semestre 5	Semestre 6	Semestre 7	Semestre 8
Module 1 - semestre 4.1									
cours obligatoires									
Competitive Strategy	6								
Ecology and Evolution	6								
Global Marketing Strategy	6								
Machine Learning in BA	6								
Marketing Science	6								
Optimization Methods in Mgt	6								
Organizational Theory and Decis	6								
Quant. Methods for Management	6								
Strategic Marketing	6								
Module 2 - semestre 4.2									
Compulsory 6 ECTS									
Company Project in the specific orientation	6								
any course other orientations 4.2	18								
any course other orientations 5.1									
Module 3 - semestre 4.2									
Orientation-specific electives									
Business Analytics (BA)									
Business Intellig. and Anal. Big Data	6								
Data Science in Business Analytics	6								
Strategic Modeling	6								
Supply Chain in Business Analytics	6								
Time series and forecasting	3								
Behaviour Economics and Evolution (BEE)									
Group A: Biology									
A Genomic Perspective on Early Human Migrations: An Introduction to Coalescent Theory and its Applications	1.5								
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								
Plant Range Dynamics and Global Changes	1.5								
Predictive Models of Species Distribution	3								
Social Evolution: From Genes To Culture	3								
Group B: Management and Economics									
Advanced Human Resources Management	6								
Brand Management	3								
Consumer Behavior	3								
Customer Relationship Management	6								
Designing High-Performance Organizations	6								
E-Marketing & Social Media	6								
Environmental Economics	3								
Evidence-based Management	6								
Group Processes	6								
Leadership Development	3								
Management Science	6								
Neuro Economie	6								
New Trends in Product Innovation	3								
Theories of Organizational Behavior	6								
Marketing									
Brand Management	3								
Consumer Behavior	3								
Customer Relationship Management	6								
Distribution Management	6								
E-Marketing & Social Media	6								
New Trends in Product Innovation	3								
Social Media (EPFL)	3								
Strategy, Organization and Leadership									
Subset A: Strategy									
Designing High-Performance Organizations	6								
Environmental Crisis and Societal Change	3								
International Strategy	6								
Project Mgt and Outsourcing (MScM-MDE)	6								
Strategy Consulting	6								
Strategy in the Health Sector	6								
The Mgt of Risk, Reputation and Legitimacy	6								

Subset B: Organizational Behavior									
Advanced Human Resources Management	6								
Evidence-based Management	6								
Group Processes	6								
Leadership Development	3								
Management Science	6								
Theories of Organizational Behavior	6								
Module 3 - semestre 5.1									
Orientation-specific electives									
Business Analytics (BA)									
Conceptual Model. for Business Analytics	6								
Data Analytics for Decision Making	6								
Forecasting	3								
Programming Tools in Data Science	6								
Supply Chain Mgt and its Latest Trends	6								
Behaviour Economics and Evolution (BEE)									
Behavioral Economics	6								
Business and Human Rights	3								
Business and Society - Corp. Sustainability	6								
Experimental Methods	6								
Managerial Decision Making	3								
Power and Leadership	6								
Unethical Decision Making – Advanced	3								
Unethical Decision Making – Basics	3								
Total Rewards: From Practice to Theory	6								
Marketing									
Behaviour Change Marketing for Public and non-Profit Organisations	3								
Business Case in Marketing	6								
Digital transformation in B to B	3								
Global Marketing	3								
Luxury Marketing	3								
Pricing Strategies	6								
Strategy, Organization and Leadership									
Subset A: Strategy									
Business and Human Rights	3								
Business and Society - Corp. Sustainability	6								
Entrepreneurship and Strategy	6								
Fiscalité internationale	3								
Innovation Law	3								
IT Strategy and IS Governance	6								
Normes comptables internationales (IFRS)	3								
Pricing Strategies	6								
Stratégies légales internationales I	3								
Stratégies légales internationales II	3								
Strategy and Development Modes	6								
Subset B: Organizational Behavior									
Experimental Methods	6								
Heuristic Decision Making Strategies	6								
Managerial Decision Making	3								
Power and Leadership	6								
Total Rewards: From Practice to Theory	6								
Unethical Decision Making – Advanced	3								
Unethical Decision Making – Basics	3								
Semestre 4									
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.