

Option principale Digital Business

Cours des vendredis - Automne 2024 & Printemps 2025

HORAIRE 2024-2025

SEMESTRE AUTOMNE

OPTIONS

Options	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi			
07.50-08.35			Cours obligatoires PT/VZ		Le plan Marketing (F) Intartaglia	Options secondaires			
08.35-09.20	Entrepreneurial Strategy & Innovation (D/e) Aerni/Wild				Financial Valuation (E) Tuchschnid		Digital Leadership (E) Divers	Fundamentals of sustainable business & management I (E,F) Divers	
09.20-10.05									
10.25-11.10									
11.10-11.55		401							
12.15-13.00									
13.00-13.45									
13.45-14.30	Entrepreneurship Competencies (D) Gaudart				Applied Corporate Finance (E) Tuchschnid		Fintech & Blockchain (E) Divers	Circular Economy Business Models (E) Divers	
14.30-15.15					Ad-Venture HEG (F) Ayer		Integrated HR practices (F) Rossi		
15.35-16.20									
16.20-17.05		401		Options secondaires de 17h15 à 20h30	410	202			
17.15-18.00		Options secondaires	Internationale Rechnungslegung (D,f) Rösti	Finance durable (F) Spicher	Sales & Distribution (D,f) Faessler	Cours obligatoires EE/BB	Digital Business Project 1 Divers		
18.00-18.45									
19.00-19.45									
19.45-20.30			431	402	402		Options secondaires		

HORAIRE 2024-2025

SEMESTRE PRINTEMPS

OPTIONS

Options	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi					
07.50-08.35											
08.35-09.20	Intercultural Management (E) Ayer			Portfolio Management and Derivatives (E) Tuchschnid	Leadership development orientation (F) Rossi	Options secondaires					
09.20-10.05							Managing Emerging Technologies (E) Divers	Fundamentals of sustainable business & management II (E,F) Divers			
10.25-11.10											
11.10-11.55		405						001	015	410	
12.15-13.00											
13.00-13.45				Banking & Insurance (E) Tuchschnid	Créer une pub de A à Z (F) Intartaglia	Options secondaires					
13.45-14.30	Entrepreneuriat social et d'impact (F) Divers		Cours obligatoires PT/VZ				Digital Marketing (E) Divers				
14.30-15.15											
15.35-16.20											
16.20-17.05		426							Options secondaires de 17h15 à 20h30	102	015
17.15-18.00		Options secondaires		Projet disruptif : vers des organisations responsables Divers	Finance PME (F,d) Gauthier/Migy	Controlling & Revision (D,f) Rösti		Management intern. (F) Robichaud 015 23.04/30.04/ 07.05/14.05	Options secondaires		
18.00-18.45							Cours obligatoires EE/BB			Digital Business Project 2 Divers	Intégration projet Divers
19.00-19.45										426	405
19.45-20.30	426		015				405				



COURSE DESCRIPTION

Name of school/Location:	School of Management Fribourg
Field of study:	Economics and Services
Degree programme:	Bachelor in Business Administration (full-time and part-time study)
Major:	--
Module description:	Main options, S-C
Course description:	Circular Economy Business Models
Instructor:	Alfred Münger / Maurizio Caon / according to the themes third party teachers may be included
Number of lessons:	60
Number of students:	Max. 30
Prerequisites:	-
Main language of instruction:	<input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other
Teaching aims / General learning aims:	<ul style="list-style-type: none">• Understanding the characteristics of the circular economy• Determine the strategic potential for success of the circular economy in accordance with digital tools (big data, blockchain etc.)• Describe its importance in the context of business development by using digitized processes• Explain and apply the basic ideas of the circular economy• Recognize the potential applications of the circular economy of products and services such as sharing or gig economy<ul style="list-style-type: none">○ Introduction to the circular economy○ UN Sustainable Goals○ Models of the circular economy7<ul style="list-style-type: none">▪ The linear economic model, circular economy▪ Cradle to Cradle®, Circular Design, Design Circular○ The 7 Rs of the Circular Economy○ Sustainability as a business model○ Policy and circular economy
Content and form of instruction:	<ul style="list-style-type: none">• Interactive lesson led by the instructor.• Ev. Mandatory online lessons counted as part of workload.• Powerpoint slides for visual support during class.• Provision of optional extra material as multimedia content.
Examination and validation procedures:	Written exam with open/closed questions and/or written report. Language: English



Language credits for a multilingual course of study:	<input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other Description:
Course dates and times:	Every Friday Afternoon Fall-Semester



DESCRIPTIF DE COURS

Nom école/site:	HEG Fribourg
Domaine	Economie et Services
Filière	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
Orientation	--
Intitulé du cours	Créez une publicité de A à Z !
Intitulé du module	Options principales, S-C
Professeur/e	Intartaglia Julien
Nombre de leçons	60
Nombre d'étudiants	illimité
Prérequis	-
Langue principale d'enseignement	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre
Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage	A la fin du cours, l'étudiant-e peut : <ul style="list-style-type: none">• identifier un problème marketing/communication ;• rédiger un brief stratégique (ou plan de travail créatif);• utiliser certaines techniques de brainstorming pour dénicher des concepts ou des idées originales ;• gérer un projet d'une campagne publicitaire de A à Z en passant par toutes les étapes allant de la stratégie marketing, à la stratégie publicitaire pour finir sur la création en publicité ;• vendre un projet/un concept à des chefs d'entreprise.
Contenu et formes d'enseignement	Il s'agit d'une expérience concrète de terrain avec des entreprises / organisations qui présentent leur problème de communication dans les premières semaines du cours. En parallèle avec le cours ex-cathedra, l'étudiant-e va travailler sur le plan de travail créatif (et/ou brief stratégique) à partir de documents internes à l'entreprise (rapport d'étude) et suite à l'intervention orale du Directeur, du Responsable marketing/communication de l'organisation en question. L'étudiant-e, en qualité de créatif en publicité, travaille sur toutes les étapes suivantes du processus de création publicitaire : l'écriture d'un synopsis,



	<p>la réalisation du storyboard, la mise en place du tournage pour finir sur le montage du spot publicitaire et la présentation au client.</p> <p>Environ 80% du temps est consacré à la pratique. Les étudiants bénéficient au fur et à mesure d'un coaching personnalisé.</p> <p>Ci-dessous figure le programme détaillé :</p> <ul style="list-style-type: none">• Introduction à la publicité• Les enjeux de la publicité de nos jours• 14 ans de vie derrière un écran de TV, ça marque !• Persuasion consciente vs non conscient : apport des neurosciences et du neuromarketing• Le pouvoir du nudge sur les comportements• La stratégie des moyens : usage du modèle des points de contact• Les acteurs de la publicité (visite d'une agence de publicité importante en Suisse)• La stratégie marketing• La stratégie créative• Les différentes formes de publicité• La publicité comparative• La publicité TV• La publicité digitale (médias sociaux et Youtube)• La publicité print• Les techniques de storyboard• Initiation au logiciel de montage vidéo Final cut Pro X
Modalités d'évaluation et de validation	La campagne de communication représente le 100% de la note.
Validation linguistique pour les études plurilingues	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre
Dates et heures de cours	Tous les vendredis du semestre de printemps de 13h45 à 17h05



COURSE DESCRIPTION

Name of school/Location:	School of Management Fribourg
Field of study:	Economics and Services
Degree programme:	Bachelor in Business Administration (full-time and part-time study)
Major:	--
Module description:	Main options, S-C
Course description:	Digital Leadership
Instructor:	Alfred Münger / Maurizio Caon / Eric Mc Laren / according to the themes third party teachers may be included
Number of lessons:	60
Number of students:	Max. 30
Prerequisites:	-
Main language of instruction:	<input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other Description:
Teaching aims / General learning aims:	<ul style="list-style-type: none">• obtain greater knowledge of the leadership of companies, teams and employees in the context of Digitalization• learn to apply different styles of leadership in different leadership situations
Content and form of instruction:	<ul style="list-style-type: none">• Interactive lesson led by the instructor.• Ev. Mandatory online lessons counted as part of workload.• Powerpoint slides for visual support during class.• Provision of optional extra material as multimedia content. • Digital Transformation<ul style="list-style-type: none">○ Digital Economy & Society○ Ecosystems○ Change Management○ Future of Work○ Ethics○ Challenges for the strategic management○ Social Impacts○ Intellectual Property○ Data Privacy○ Leadership in the digital age○ Digital process management



Examination and validation procedures:	Written exam with open/closed questions and/or written report. Language: English
Language credits for a multilingual course of study:	<input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other Description:
Course dates and times:	Every Friday Morning Fall-Semester



COURSE DESCRIPTION

Name of school/Location:	School of Management Fribourg
Field of study:	Economics and Services
Degree programme:	Bachelor in Business Administration (full-time and part-time study)
Major:	--
Module description:	Main options, S-C
Course description:	Digital Marketing
Instructor:	Lukas Schneuwly
Number of lessons:	60
Number of students:	Max. 30
Prerequisites:	-
Main language of instruction:	<input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other Description:
Teaching aims / General learning aims:	<ul style="list-style-type: none"> • Multichannel Marketing <ul style="list-style-type: none"> ○ Multichannel Campaigns ○ Marketing via Social Media ○ Mobile Marketing ○ Digital Customer Experience ○ SEO/SEA ○ Digital Marketing Platforms ○ Shitstorm & Reputation Campaigns ○ • E-Business <ul style="list-style-type: none"> ○ E-Commerce ○ E-Supply Chain
Content and form of instruction:	<ul style="list-style-type: none"> • Interactive lesson led by the instructor. • Ev. Mandatory online lessons counted as part of workload. • Powerpoint slides for visual support during class. • Provision of optional extra material as multimedia content.
Language credits for a multilingual course of study:	<input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other Description:
Course dates and times:	Every Friday Afternoon Spring-Semester



COURSE DESCRIPTION

Name of school/Location:	School of Management Fribourg
Field of study:	Economics and Services
Degree programme:	Bachelor in Business Administration (full-time and part-time study)
Major:	--
Module description:	Main options, S-C
Course description:	Fintech & Blockchain
Instructor:	Maurizio Caon/Nils Tuchschnid
Number of lessons:	60
Number of students:	Max. 30
Prerequisites:	-
Main language of instruction:	<input checked="" type="checkbox"/> English
Teaching aims / General learning aims:	<p>Fintech</p> <ul style="list-style-type: none"> - Finance and digitalization : an introduction <ul style="list-style-type: none"> - The (news) Economics of Information - Mobile technology, BI, Big data and cloud computing, ... - Digitalization, finance and the job market - The example of robo advisors - Sharing economy and financing <ul style="list-style-type: none"> - Sharing or gift economy - Platform, peer-to-peer exchange and crowd-based capitalism - The traditional financing options : pros and cons - Crowdfunding and crowdfunding platforms : the new competitors ? - Fintech <ul style="list-style-type: none"> - Fintech : a brief introduction - The example of Robo Advisors - The value chain of finance advice - Financial markets and portfolio construction : a brief introduction - Robo advisors : a real threat ? - Blockchain and cryptocurrencies <ul style="list-style-type: none"> • The role of money • Currencies and cryptocurrencies • Investing in cryptocurrencies : the example of bitcoin



	<p>Blockchain</p> <ul style="list-style-type: none">– Introduction to the basic principles of the technical structure of the Blockchain technology and develop the competences to reason on its functioning leveraging the advantages while being aware of its limits.– Providing understanding of how legal framework works for business based on Blockchain with particular reference to the Swiss and US systems.– Building the competences for creating new business models that are opportune for business based on Blockchain.– Providing the understanding of pros and cons of cryptocurrencies and the associated risks.– Building competences for the creation of a business leveraging the Blockchain characteristics.
Content and form of instruction:	<ul style="list-style-type: none">• Interactive lesson led by the instructor.• Ev. Mandatory online lessons counted as part of workload.• Powerpoint slides for visual support during class.• Provision of optional extra material as multimedia content.
Examination and validation procedures:	3 mandatory assignments + 2 written exams with open/closed questions. Language: English but with possibility to answer in mother tongue.
Language credits for a multilingual course of study:	<input checked="" type="checkbox"/> English
Course dates and times:	Every Friday Afternoon Fall-Semester



DESCRIPTIF DE COURS

Nom école/site:	HEG Fribourg
Domaine	Economie et Services
Filière	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
Orientation	--
Intitulé du cours	Fundamentals of sustainable business & management I
Intitulé du module	Options principales, S-C
Professeur/e	Houmard Laurent Divers intervenants
Nombre de leçons	60
Nombre d'étudiants	Max. 20
Prérequis	-
Langue principale d'enseignement	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input checked="" type="checkbox"/> Anglais
Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage	<p>Depuis quelques années maintenant, les défis liés aux enjeux climatiques, écologiques et socio-économiques sont devenus centraux dans les agendas des politiques publiques internationales et nationales. Dans ce contexte, le désir de créer une économie mondiale plus inclusive et durable s'est avéré être l'un des dénominateurs communs dans la conception et le lancement des 17 objectifs de développement durable (ODD) en 2015. L'accent mis sur la création d'opportunités économiques pour relever les défis mondiaux en matière de durabilité implique que les entreprises doivent jouer un rôle important dans la mise en œuvre des 17 ODD. L'objectif des ODD de créer une économie responsable et plus inclusive implique que la réglementation seule ne pourra pas sauver la planète ; il faut investir dans des solutions innovantes qui permettent de relever efficacement les défis environnementaux et sociaux. Cette conception de la durabilité est formulée dans l'Agenda pour le développement durable (Agenda 2030), conçu pour mettre en œuvre les 17 ODD et unir les forces pour réaliser ce plan d'action en faveur des personnes, de la planète et de la prospérité.</p>

	<p>Compétences visées Outre des compétences techniques, la capacité à agir dans le domaine de la durabilité nécessite les compétences suivantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborer un savoir en durabilité en intégrant de nouvelles perspectives de façon ouverte sur le monde • Acquérir des connaissances interdisciplinaires en disposant d’aptitudes professionnelles nécessaires au management et à la prise de responsabilité • Être en mesure d’identifier et d’évaluer les risques, les dangers et les incertitudes et les opportunités • Pouvoir prendre en compte des objectifs contradictoires lors d’une réflexion sur des stratégies d’action <p>A la fin du cours, les étudiants</p> <ul style="list-style-type: none"> • Connaissent les termes, concepts et modèles relatifs au développement durable comme la durabilité faible et forte • Décrivent et analysent à l’aide d’exemples concrets les différents enjeux de la durabilité dans le domaine de l’économie • Comprennent et dérivent la notion de la responsabilité sociale de l’entreprise (RSE) et expliquent les critères d’évaluation de l’intégration ou non de la durabilité en entreprise (indicateurs – audit) • Sont capables d’appliquer des outils permettant d’évaluer et améliorer la performance globale - sociale, environnementale et économique - de l’entreprise et le long de sa chaîne de valeur
<p>Contenu et formes d’enseignement</p>	<p>1) Enjeux sociétaux et concept du développement durable</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fresque du climat : Systémique des enjeux • Problématiques et défis planétaires : changement climatique, ressources naturelles, biodiversité, etc. • Historique du développement durable et les 17 ODDs <p>2) Politiques publiques et enjeux économiques</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agenda 2030 et la stratégie de la Confédération Suisse • Approches économique et sociale: théorie du Donut (K. Raworth), les limites à la croissance (D. Meadows) <p>3) Analyse et contexte de l’entreprises</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entreprise en tant qu’acteur de la durabilité et intégration du management durable en entreprise • Contextualisation de l’approche RSE dans la société actuelle : besoins, freins et accélérateurs. De la durabilité 1.0 à 3.0. • SDG 8 et les entreprises • Sustainable business model - innovation



	<p>4) Sustainable management : diagnostique performance</p> <ul style="list-style-type: none">• Analyse de la performance environnementale et sociale (KPI)• Analyse ESG et mesure des impacts• Bilan carbone – théorie et exemple pratique Conduire un diagnostic bilan carbone en entreprise• Science based Targets initiative – zero net• Analyse de la chaîne de valeur dans le contexte du développement durable y inclus des questions éthiques (droits humains) <p>5) Evaluation RSE/ESG d'une entreprise</p> <ul style="list-style-type: none">• Initiatives nationales en durabilité (STI) et référentiels/ normes associés à la durabilité (ISO, BCorp, etc.)• Techniques de réalisation d'un audit en entreprise• Connaissance des outils d'évaluation de la performance : Ok pilot, ESG2go, BCorp, Ecovadis, etc. <p>NB : Les contenus peuvent subir des modifications, notamment en fonction de l'évolution de l'actualité et du temps disponible.</p> <p>Forme d'enseignement : Présentation des concepts et théorie Approche interdisciplinaire et par résolution de problème Etude de cas et intervention de praticiens et d'experts</p>
Modalités d'évaluation et de validation	Analyse de la Durabilité d'une entreprise Réalisation d'un travail en groupe: analyse d'une entreprise en termes d'intégration de la durabilité et rédaction d'un dossier et présentation (Evaluation en groupe et aussi individuel du module).
Validation linguistique pour les études plurilingues	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input checked="" type="checkbox"/> Anglais
Dates et heures de cours	Tous les vendredis matin de 8h35 à 11h55 du semestre d'automne



DESCRIPTIF DE COURS

Nom école/site:	HEG Fribourg
Domaine	Economie et Services
Filière	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
Orientation	--
Intitulé du cours	Fundamentals of sustainable business & management II
Intitulé du module	Options principales, S-C
Professeur/e	Houmard Laurent Divers intervenants
Nombre de leçons	60
Nombre d'étudiants	Max. 20
Prérequis	Avoir suivi le cours Fundamentals of Sustainable business & management I
Langue principale d'enseignement	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input checked="" type="checkbox"/> Anglais
Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage	<p>Cette unité de cours est la suite du cours Fundamentals of Sustainable business & management I. Il met l'accent sur les enjeux d'intégration des défis sociétaux dans l'organisation en termes éthique et de gouvernance, la gestion durable des ressources humaines et les défis d'une communication environnementale cohérente.</p> <p>Objectifs d'apprentissage :</p> <ul style="list-style-type: none">• Acquérir des connaissances interdisciplinaires en disposant d'aptitudes professionnelles nécessaires au management et à la prise de responsabilité• Être en mesure d'identifier et d'évaluer les enjeux éthiques, de ressources humaines et de gouvernance au sein d'une entreprise• Comprendre les enjeux de communication environnementale et de gestion des achats responsables
Contenu et formes d'enseignement	1) Ethique et gouvernance des organisations <ul style="list-style-type: none">• Gouvernance éthique, transparence• Conformité légale et risque• Etude de cas• Outils de gestion au niveau de la corruption (ISO 37001)



	<p>2) Gestion durable et développement des ressources humaines</p> <ul style="list-style-type: none">• Conditions de travail, égalité des chances et discrimination• Santé et sécurité au travail• Dialogue social <p>3) Communication environnementale</p> <ul style="list-style-type: none">• Information aux clients consommateur• Greenwashing et risques liés à la communication• Rapports environnementaux et sociaux : bonnes pratiques <p>4) Gestion des achats responsables</p> <ul style="list-style-type: none">• Méthode d'évaluation des besoins en achats• Quels critères introduire pour acheter durablement• Quelles politiques d'achats mettre en place <p>NB : Les contenus peuvent subir des modifications, notamment en fonction de l'évolution de l'actualité et du temps disponible.</p> <p>Forme d'enseignement : Présentation des concepts et théorie Approche interdisciplinaire et par résolution de problème Etude de cas et intervention de praticiens et d'experts</p>
Modalités d'évaluation et de validation	Examen individuel ou en groupe sous forme de contrôle continu Rédaction d'un rapport final et soutenance sur une des thématiques vus durant le semestre
Validation linguistique pour les études plurilingues	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input checked="" type="checkbox"/> Anglais
Dates et heures de cours	Tous les vendredis matin de 8h35 à 11h55 au semestre de printemps



DESCRIPTIF DE COURS

Nom école/site:	HEG Fribourg
Domaine	Economie et Services
Filière	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
Orientation	--
Intitulé du cours	Integrated HR Practices
Intitulé du module	Options principales, S-C
Professeur/e	Rossi Mathias et intervenants
Nombre de leçons	60
Nombre d'étudiants	Max. 35
Prérequis	-
Langue principale d'enseignement	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre
Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage	<ul style="list-style-type: none">• Avoir un aperçu du rôle et de la place de la GRH en organisation, des principaux enjeux qui affectent la GRH aujourd'hui• Porter un regard critique sur le processus à travers la question de la mesure de la performance• Savoir développer et articuler les instruments et les interventions RH, en particulier le processus de recrutement: analyse de poste et description de fonction, compétences, outils de recrutement;• Connaître les pratiques des entreprises par des contacts directs avec des responsables de ressources humaines.• Développer ses connaissances du marché du travail et de ses différentes facettes ; se familiariser aux entretiens de sélection par des jeux de rôle.• Avoir un aperçu des questions liées à la santé au travail pour la fonction RH
Contenu et formes d'enseignement	Cours, intervenants externes, études de cas, travaux individuels et de groupes
Modalités d'évaluation et de validation	Examen écrit individuel ou en groupe, français



Validation linguistique pour les études plurilingues	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre
Dates et heures de cours	Tous les vendredis du semestre d'automne de 13h45 à 17h05



DESCRIPTIF DE COURS

Nom école/site:	HEG Fribourg
Domaine	Economie et Services
Filière	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
Orientation	--
Intitulé du cours	Le Plan Marketing
Intitulé du module	Options principales, S-C
Professeur/e	Intartaglia Julien
Nombre de leçons	60
Nombre d'étudiants	illimité
Prérequis	-
Langue principale d'enseignement	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre
Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage	A la fin du cours, l'étudiant-e peut : <ul style="list-style-type: none">• identifier un problème marketing/communication ;• rédiger un plan marketing ;• gérer un projet en équipe ;• vendre une stratégie marketing et un plan d'actions opérationnelles et des recommandations managériales à des chefs d'entreprise.
Contenu et formes d'enseignement	<p>Il s'agit d'une expérience concrète de terrain avec des entreprises / organisations qui présentent leur problème managérial dans les premières semaines du cours. En parallèle avec le cours ex-cathedra, l'étudiant-e va travailler sur le plan marketing à partir de documents internes à l'entreprise et suite à l'intervention orale du Directeur, du Responsable marketing/communication de l'organisation en question.</p> <p>L'étudiant-e, en qualité de consultant en marketing, travaille sur les deux étapes du processus de réalisation du plan marketing :</p> <p>1. La définition de la stratégie marketing (par le biais de l'analyse du marché, du benchmarking, des études de marché...)</p>



	<p>2. La proposition d'une stratégie de marketing opérationnelle (objectifs, segmentation, proposition de valeur, plan d'actions etc.).</p> <p>Environ 70% du temps est consacré à la pratique. Les étudiants bénéficient au fur et à mesure d'un coaching personnalisé.</p> <p>Ci-dessous figure le programme détaillé :</p> <ul style="list-style-type: none">• Définition du plan marketing ;• Définition de la mission, de la vision et des valeurs ;• L'élaboration du diagnostic marketing ;• La fixation d'une stratégie ;• Le marketing mix;• Changer les comportements du consommateur : approche nudge et neuroscientifique ;• Le marketing opérationnel digital et offline ;• Budget et calendrier du plan ;• La rédaction et la structure du plan marketing
Modalités d'évaluation et de validation	Le plan marketing représente le 100% de la note.
Validation linguistique pour les études plurilingues	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre
Dates et heures de cours	Tous les vendredis du semestre d'automne de 7h50 à 11h10



DESCRIPTIF DE COURS

Nom école/site:	HEG Fribourg
Domaine	Economie et Services
Filière	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
Orientation	--
Intitulé du cours	Leadership development orientation «Coach-responsable de conduite»
Intitulé du module	Options principales, S-C
Professeur/e	Rossi Mathias
Nombre de leçons	60
Nombre d'étudiants	Max. 35
Prérequis	-
Langue principale d'enseignement	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre
Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage	<ul style="list-style-type: none">• Connaître le rôle, les compétences et les responsabilités d'un leader• Identifier son style de conduite et apprendre à connaître les collaborateurs afin de mieux s'adapter à eux• Connaître les différents styles de conduite• Connaître et sélectionner les "outils" de conduite• Savoir communiquer efficacement avec les collaborateurs et maîtriser la communication persuasive et motivante• Prendre conscience du rôle du leader par rapport à la motivation des collaborateurs• Savoir identifier et gérer les conflits
Contenu et formes d'enseignement	Parties théoriques, exercices pratiques issus de la réalité, entretiens didactiques
Modalités d'évaluation et de validation	Examen écrit
Validation linguistique pour les études plurilingues	<input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre
Dates et heures de cours	Tous les vendredis du semestre de printemps de 8h35 à 11h55



COURSE DESCRIPTION

Name of school/Location:	School of Management Fribourg
Field of study:	Economics and Services
Degree programme:	Bachelor in Business Administration (full-time and part-time study)
Major:	--
Module description:	Main options, S-C
Course description:	Managing Emerging Technologies
Instructor:	Maurizio Caon
Number of lessons:	60
Number of students:	Max. 30
Prerequisites:	-
Main language of instruction:	<input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other
Teaching aims / General learning aims:	<ul style="list-style-type: none">• Emerging Technologies<ul style="list-style-type: none">○ Virtual & Augmented Reality○ Artificial Intelligence○ IOT• Innovation Management<ul style="list-style-type: none">○ Strategies & Trends○ Disruptive innovation○ Digital Business Models○ Design Thinking• Digital Project Management<ul style="list-style-type: none">○ Project Life Cycle○ System Development Life Cycle○ Agile program management○ Scrum• Law• Case study
Content and form of instruction:	<ul style="list-style-type: none">• Interactive lesson led by the instructor.• Ev. Mandatory online lessons counted as part of workload.• Powerpoint slides for visual support during class.• Provision of optional extra material as multimedia content.



Examination and validation procedures:	Written exam with open/closed questions and written report (business case). Language: English but with possibility to answer in mother tongue.
Language credits for a multilingual course of study:	<input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other Description:
Course dates and times:	Every Friday Morning Spring-Semester