USSI96 - Transversal S5

Présentation

Programme

Contenu

Positionnement : Semestre 5 **UE : Transversal** ECTS : 9

Nombre d'heures : 184.5h

Modalité : Présentiel (100%)

Mis à jour le 18-05-2026

Code : USSI96

Unité spécifique de type cours

9 crédits

Responsabilité nationale : EPN06 - Mathématique et statistique / Giorgio RUSSOLILLO

L'UE Transversal est constituée de 8 éléments constitutifs d'UE :

- Accompagnement mémoire – S5
- Sobriété numérique 2
- Management Eco – Gestion – Marketing 1
- Management des Hommes et des équipes
- Communication – A3
- Management Eco – Gestion – Marketing 2
- Innovation et recherche
- Anglais

La note finale associée à cette UE est calculée en pondérant les notes des sept derniers ECUE avec les coefficients associés. L'UE est validée si cette note est supérieure ou égale à 10/20 (la note de chacun de ces six ECUE devant être supérieure ou égale à 7/20) et si l'ECUE Accompagnement mémoire – S5 est validé (via la fiche projet).

ECUE 1 : Accompagnement mémoire – S5 (1 ECTS) - 12h (Cours, TP, Projet) - 10h (Estimation temps de travail personnel)

Objectifs : Rédiger son mémoire de troisième année

Contenu :

- Revue des différents attendus sur le mémoire ingénieur.
- Aide dans la rédaction du mémoire de troisième année
- Revue des différents projets et de la démarche de l'ingénieur associée.
- Présentation des projets en entreprise
- Validation de la fiche projet.

Compétences visées : Savoir présenter son projet à un jury composé de spécialistes et de non spécialistes.

Modalités d'évaluation : Evaluation via la fiche projet

ECUE 2 : Sobriété numérique 2 (Coef : 1) - 14h (Cours, TP, Projet) - 5h (Estimation temps de travail personnel)

Objectifs :

Concevoir une feuille de route *Numérique responsable*

- Formuler les objectifs de la politique Numérique responsable de l'organisation
- Schématiser le plan de mise en œuvre de la stratégie Numérique responsable à l'aide d'une feuille de route
- S'appuyer sur la feuille de route pour communiquer sur les actions et convaincre

Contenu :

Les objectifs Numérique responsable de l'organisation

- Analyser la situation
- Définir les objectifs du projet

Définir la stratégie à l'aide d'une feuille de route

- L'outil feuille de route
- La méthodologie

Un outil pour communiquer sur les actions et convaincre

- Les destinataires
- Structurer sa présentation

Compétences visées :

- formuler les objectifs de la politique Numérique responsable de l'organisation
- schématiser le plan de mise en oeuvre de la stratégie Numérique responsable à l'aide d'une feuille de route
- s'appuyer sur la feuille de route pour communiquer sur les actions et convaincre

Méthode d'évaluation :

Quizz Certifiant

ECUE 3 : Management Eco – Gestion – Marketing 1 (Coef : 2) - 20h (Cours, TP, Projet) - 5h (Estimation temps de travail personnel)

Objectifs :

Acquérir des bases solides pour :

- Évaluer la santé financière d'une entreprise
- Participer à l'évolution de la comptabilité analytique et choisir une méthode de coût pertinente
- Construire son budget et analyser les écarts

Contenu :

1. L'analyse différentielle, le seuil de rentabilité
2. La procédure budgétaire
3. Les comptes annuels
4. L'analyse du bilan et du compte de résultat

Compétences visées :

- Dialoguer avec les services du département financier
- Piloter ses coûts
- Participer activement au processus budgétaire

Modalités d'évaluation : Contrôle continu : QCM et devoir final

ECUE 4 : Management des Hommes et des équipes (Coef : 2) - 20h (Cours, TP, Projet) - 15h (Estimation temps de travail personnel)

Objectifs :

- Apprendre les fondamentaux pour manager une équipe.
- Notion de responsabilité sociale.

Contenu :

1. Les bases du management
    1. Histoire synthétique du management
    2. Rôles et missions du manager
    3. Les différents styles managériaux
    4. Les principes du management situationnels (Hersey et Blanchard)
2. Etude de l'organisation
    1. Les différentes formes d'organisation (Mintzberg)
    2. Les stades de maturité de l'entreprise
    3. Réalités culturelles de l'entreprise, le formel et l'informel
    4. L'organigramme
    5. Les zones de pouvoirs
3. La gestion des groupes
    1. Genèse d'un groupe
    2. Structure et dynamique de groupe
    3. Typologies de groupes
    4. L'animation de groupe
4. La motivation
    1. Les théories de la motivation
    2. Identifier ses propres leviers de motivation
    3. Applications pratiques : repérage et gestion des différents niveaux de motivation dans une équipe

Compétences visées :

- Identifier son propre style managérial et développer les ressources nécessaires à la fonction de manager
- Acquérir une vision globale de l'entreprise
- Animer, motiver, encourager et guider un groupe
- Être en mesure de transmettre des valeurs et une ligne d'action commune

Modalités d'évaluation : Contrôle continu via des mises en scènes orales et écrites.

ECUE 5 : Communication – A3 + Restitution mobilité internationale (Coef : 1) - 20h + 7h (Cours, TP, Projet) - 5h (Estimation temps de travail personnel)

Objectifs : performer en réunion grâce à la psychologie sociale

Contenu :

Compétences visées :

Modalités d'évaluation : Contrôle continu

ECUE 6 : Management Eco – Gestion – Marketing 2 (Coef : 1) – 20h

Objectifs : Comprendre l'approche du marketing en entreprise

Contenu :

1 – Les bases du marketing

- 1.1 Définition du marketing
- 1.2 Evolution du marketing à travers l'histoire
- 1.3 Les objectifs du marketing
- 1.4 Les nouvelles approches du marketing
- 1.5 Les domaines couverts par le marketing
- 1.6 Les nouvelles réalités du marketing
  - 1.6.1. Le Big Data et l'intelligence artificielle
  - 1.6.2. Des approches multiples dans l'intérêt des clients
  - 1.6.3. La préoccupation environnementale

2 – Environnement marketing

- 2.1 – L'analyse de l'environnement marketing
- 2.2 - La démarche marketing
  - 2.2.1 - La valeur fournie au client
  - 2.2.2 - Le processus de création de valeur
  - 2.2.3 - La chaîne de valeur
  - 2.2.4 - Les domaines d'activités stratégiques
- 2.3 – Les forces et faiblesses macro-environnementales - PESTEL
- 2.4 - Analyse du microenvironnement - SWOT
- 2.5 - Les 5 forces de Porter
  - 2.5.1 L'intensité de la concurrence
  - 2.5 2 La menace des entrants potentiels et les barrières à l'entrée
  - 2.5.3 La pression des offres de substitution
  - 2.5.4 Le pouvoir de négociation des fournisseurs et des acheteurs

3 – Définition du marché cible

3.1 - Les besoins, les désirs et les demandes

- 3.1.1 - La segmentation,
- 3.1.2 - Le ciblage
- 3.1.3 - Le positionnement marketing

4 –Le mix marketing

- 4.1 Le produit
  - 4.1.1 – Les éléments du produit
  - 4.1.2 – Les stratégies du produit

4.2 Le prix

4.2.1 – Les facteurs de la fixation du prix

4.2.2 – Les stratégies de prix

4.3 La distribution

4.3.1 – Les facteurs de la stratégie de distribution

4.3.2 – Les stratégies de distribution

4.4 La communication

4.4.1 – Les objectifs de la communication

4.4.2 – Les canaux de la communication

4.4.3 – Les stratégies de la communication

4.5 Evolution du mix marketing

4.6 Product / Marketing fit

4.7 Le Time to Market (TTM)

4.7.1 – Les stratégies pour réduire le time to market

4.7.2 – Les avantages de la réduction du time to market

5 – Le marketing au 21e siècle

5.1 - Une nouvelle vision du marketing : la stratégie Océan Bleu

5.2 – Le marketing digital

5.3 – Le marketing d'influence

5.4 - Le marketing éthique

Compétences visées :

- Comprendre l'approche du marketing en entreprise
- Dialoguer avec le service marketing se servant du bigdata et de l'IA

Modalités d'évaluation :

- Contrôle continu : Travail de groupe sur l'analyse de l'environnement et sur la stratégie commerciale + devoir final individuel, étude de cas marketing

---

ECUE 7 : Innovation et recherche (Coef : 2) - 60h (Cours, TP, Projet) - 30h (Estimation temps de travail personnel)

Objectifs : Réaliser d'un cas d'usage, gérer un projet et manager une équipe

Contenu :

Participation au Défi Chal'enge en équipe afin de réaliser une preuve de concepte fonctionnelle pour un commanditaire.

Compétences visées : Capacité à travailler en équipe, mettre en application les connaissances et compétences, porter un regard pertinant sur l'innovation et la recherche

Modalités d'évaluation : Projet

ECUE 8 : Anglais TOEIC (Coef : 0) - 7h (Cours, TP, Projet) - 3h (Estimation temps de travail personnel)

Objectifs : Obtenir un certificat de langue

Contenu : Certifiat TOEIC

Compétences visées : Maitrise de la langue anglaise dans un contexte professionnel

Modalités d'évaluation : Certificat

Modalités de validation

- Contrôle continu
- Projet(s)