



# IAE

UNIVERSITÉ SAVOIE  
MONT BLANC

## Guide des Labels

2017



MENTION MANAGEMENT

2018









Annecy



# SOMMAIRE

---

<b>1- Présentation des labels</b>	4
<b>2- Choix des labels</b>	5
	
 [DÉTAILS DES LABELS]	
<b>Data sciences</b>	6
	
<b>Du management au leadership</b>	10
	
<b>E-business</b>	12
	
<b>Entrepreneuriat</b>	16
	
<b>Management de projet développement durable</b>	18
	
<b>Recherche</b>	20
	



**“** Au cours de votre cursus au sein de la mention management, vous serez amené à suivre des enseignements complémentaires à votre parcours d'expertise. Ces enseignements complémentaires ou enseignements d'ouverture sont appelés **labels**.

Ils vous offrent la possibilité d'acquérir des compétences qui ne relèvent pas de l'expertise métier propre à votre parcours.


- Les labels sont proposés en Master 1 et en Master 2 :
  - o Master 1 – Semestre 8 : 50 h. d'enseignement et 4 ECTS
  - o Master 2 – Semestre 9 : 20 h. d'enseignement et 2 ECTS
  - o Master 2 - Semestre 10 : projet et 3 ECTS
- En tant qu'étudiant de l'un des parcours de la mention management proposés sur Annecy, les labels au sein desquels vous pourrez vous inscrire sont les suivants :
  - o Label « Data Sciences » (35 places)
  - o Label « Du Management au leadership » (35 places)
  - o Label « E-Business » (35 places)
  - o Label « Entrepreneuriat » (35 places)
  - o Label « Management de projet développement durable » (35 places)
  - o Label « Recherche » (20 places)

## 2 - CHOIX DES LABELS



- Vous devrez vous inscrire au sein d'un label au cours du semestre 7.
- Afin de procéder à votre inscription au sein d'un label, vous devrez communiquer à votre responsable de parcours un classement par ordre d'intérêt des différents labels auxquels vous pourrez prétendre.
- L'objectif est de pouvoir répondre favorablement aux vœux communiqués. Cependant, les labels ont un nombre de places limitées afin de pouvoir délivrer un enseignement de qualité.

Ainsi, un tirage au sort sera mis en place pour les labels qui sont sur-demandés. Les étudiants non retenus sur le vœu n°1 seront replacés sur les vœux suivants.

- L'étudiant **est tenu de rester pendant les 2 années de master dans le label** qui lui aura été attribué au semestre 7.
  - **Une fois la ventilation des étudiants dans les labels, il ne sera pas possible de demander un changement de label.**
- 



# 6

# LABEL DATA SCIENCES

## PILOTAGE DU LABEL

**Dorothee  
Charlier**



Maître de  
Conférences  
en économie  
à l'IAE Savoie  
Mont Blanc

## CONDITIONS

35 places

## OBJECTIFS

Les données à grande échelle fournissent des informations cruciales dans tous les domaines de la société. Ce label propose aux étudiants de développer les compétences nécessaires pour identifier et analyser des données afin d'améliorer la prise de décision en entreprise ou savoir répondre à des demandes d'étude socio-économiques et/ou d'analyses statistiques. Pour ce faire, il s'appuie sur des outils statistiques et d'informatique. Il est conçu pour compléter les compétences acquises dans d'autres cours de méthodologie en insistant sur la dimension appliquée.

Il préparera les étudiants à effectuer des analyses statistiques sur des bases à grande échelle en autonomie.

Les objectifs de ce label sont multiples :

- Guider les étudiants dans la gestion des données.
- Parfaire des compétences informatiques et statistiques pour l'analyse des données.
- Acquérir des compétences données pour le traitement de questions entrepreneuriales ou de recherche.

# ARTICULATION ET CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

## Syllabus

ECTS CM TD

0 15 5

### Remise à niveau informatique ou statistique

Ce cours vient remettre à niveau les étudiants en Statistiques appliquées à l'Economie ou en Informatique. Il est conçu pour des étudiants n'ayant pas suivi de cours d'introduction à l'économétrie. Il propose de donner des outils aux étudiants pour estimer et tester les modèles économiques. Nous chercherons à comprendre comment mettre en avant une relation de dépendance entre plusieurs variables.

La deuxième partie du module a pour objectif de remettre à niveau en Informatique les étudiants n'ayant pas suivi de cours dans ce domaine, en alliant à la fois une dimension algorithmique et son illustration en Python qui est l'un des langages privilégiés pour le data science.

Par l'intermédiaire de petits exemples, nous donnons les éléments nécessaires pour appréhender Python, à savoir les variables, les conditions, les boucles, les fonctions, la manipulation de fichiers et d'autres sources (bases de données, tableurs, XML, JSON), et les bibliothèques scientifiques numpy et sci-py.

2 10 5

### Méthodologie et gestion de bases de données

Devenir Data Scientist est un long chemin qui passera entre autres par un rôle de Data Analyst. Il faudra en effet commencer par établir un cahier des charges de la mission, de réfléchir à quelles données sont pertinentes pour le problème, comment les obtenir, comment les mettre en forme pour qu'elles soient utilisables et comment les sauvegarder afin de les mettre à disposition pour analyse et visualisation.

2 10 5

### Traitement et analyse de données

L'objectif de ce cours est d'apporter aux étudiants une connaissance du traitement et de l'analyse des données. Une fois les données récupérées et organisées, ce cours vise à donner les bases du traitement statistique. Il propose plus précisément de former les étudiants à l'économétrie appliquée. L'accent est mis à la fois sur les méthodes économétriques pour le traitement des données, et sur des applications de modèles de plus en plus utilisés dans les analyses empiriques. Les méthodes et modèles présentés font systématiquement l'objet d'applications sur machine grâce à l'utilisation du logiciel de traitement des données stata.

## Syllabus

ECTS	CM	TD
------	----	----

2	10	10
---	----	----

### L'informatique décisionnel en entreprise

Les données en entreprise sont un facteur déterminant et de plus en plus prégnant dans la prise de décision. L'accélération de la miniaturisation en électronique, l'arrivée de nouveaux composants ont décuplé les capacités de calcul et de stockage des ordinateurs. En conséquence l'exploitation des données stockées laborieusement sur de nombreuses années par les entreprises deviennent exploitables beaucoup plus rapidement. L'informatique décisionnelle s'en trouve fortement impactée. Des technologies souples, rapides ont vu le jour ces dernières années et elles bousculent les lourdes technologies des grands éditeurs (IBM, COGNOS, SAP, BUSINESS OBJECT). Les cycles de « développement » d'applications décisionnelles sont également réduits.

Dans ce cours les participants aborderont pour une mise à niveau les grandes lignes de force de l'informatique décisionnelle et l'état de l'art de l'informatique décisionnelle notamment les entrepôts de données et la modélisation décisionnelle.

Dans un second temps les participants aborderont les méthodes de tableaux de bord pour la gestion et les méthodes de tableaux de bord pour la performance.

A l'issue des cours magistraux les participants mettront en pratique les concepts et principes abordés, en développant par eux même, des tableaux de bord de gestion ou de performance. Ils aborderont ces contextes sur des cas d'entreprise réels qui leur seront proposés au choix et qui feront l'objet d'une soutenance finale où compteront à part égale la qualité de la réalisation du point de vue technique et la qualité de la réalisation du point de vue conception et réalisation intellectuelle appliquée au contexte.



# ARTICULATION ET CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

## Syllabus

ECTS CM TD

3 0 0

MASTER 2 - SEM 10

### Projet en informatique / statistique

L'objectif est de proposer aux étudiants la réalisation d'un projet sur la thématique « data science » axé principalement sur l'aspect informatique, où sur l'aspect économique et statistiques. En partant d'une base de données, sur la base du cas d'une entreprise ou de données économiques agrégées, les étudiants pourront réaliser l'entrepôt de données nécessaire aux prises de décisions. Ils auront la possibilité de concevoir et élaborer un système de tableaux de bord orienté performance et opérations. Ils pourront également réaliser à partir des données un travail économétrique de traitement et d'analyse de leurs résultats.



PILOTAGE  
DU LABEL**Catherine  
Bachelet**

Maitre de  
Conférences  
en gestion  
à l'IAE Savoie  
Mont Blanc

**Daniel  
Françoise**

Maitre de  
Conférences  
en gestion  
à l'IAE Savoie  
Mont Blanc

## CONDITIONS

- 35 places
- Certaines sessions en ½ groupe
- Compétences comportementales requises pour suivre le label :
  - o Capacité d'investissement personnel et interpersonnel, physique, cognitif, psycho-émotionnel
  - o Capacité à respecter un cadre et des règles du jeu, respect de soi et des autres
  - o Capacité d'ouverture à soi et aux autres, ainsi qu'à des perspectives nouvelles

## OBJECTIFS

Il s'agit de donner aux étudiants de masters un certain nombre d'éléments de réflexion et d'action pour leur permettre d'aborder et de vivre la fonction de manager au mieux. Le travail s'articule autour de deux axes complémentaires : se manager soi-même (positionnement, développement personnel) et manager les autres (techniques et outils, développement du leadership).

La 1<sup>re</sup> année est centrée sur le management opérationnel alors que les modules de master 2 abordent des méthodes nouvelles du management (théorie U, servant leadership, etc...).

# ARTICULATION ET CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

		Syllabus	ECTS	CM	TD
MASTER 1 - SEM 8	Séminaire	Journée de team building : construire le groupe et la performance collective Rencontres grands témoins : découvrir les différentes facettes du rôle du manager à travers des expériences de praticiens.	0	10	0
	Se manager au quotidien	Apprendre à mieux se connaître et prendre conscience de ses capacités et limites en tant que futur manager. N.B : Certains modules se déroulent en 1/2 groupe	2	10	0
	Manager son équipe au quotidien	S'initier au management des collaborateurs en utilisant les techniques de communication et de gestion humaine N.B : Certains modules se déroulent en 1/2 groupe	2	10	0
MASTER 2 - SEM 9	Se renouveler au quotidien	Découvrir son style de leadership et sortir de sa zone de confort. Découvrir de nouveaux modes de fonctionnement.	1	4	6
	Leadership avancé	Découvrir et explorer de nouveaux modes de leadership.	1	4	6
MASTER 2 - SEM 10	Analyse des pratiques managériales	Mini-mémoire avec interviews de praticiens : découvrir les différentes facettes du rôle du manager à travers une étude de terrain.	3	0	0



## PILOTAGE DU LABEL

### “ “ **Caroline Morrongiello**



Maître de  
Conférences  
en gestion  
à l'IAE Savoie  
Mont Blanc

### “ “ **Romain Gandia**



Maître de  
Conférences  
en gestion  
à l'IAE Savoie  
Mont Blanc

## CONDITIONS

35 places

## OBJECTIFS

Ce label vise à permettre aux étudiants d'acquérir les connaissances et les compétences nécessaires pour comprendre, concevoir, mettre en place et gérer au sein de l'entreprise des projets et activités dédiés au e-Business (communication, marketing, développement commercial, e-procurement, ...).

L'articulation du label se fait autour de trois objectifs :

- Comprendre et intégrer les nouveaux enjeux liés au e-Business dans la stratégie globale de l'entreprise.
- Appréhender le e-Business dans sa globalité : conception et développement de projet, conduite du changement, compétences et technologies, modèles économiques, droit, éthique, ...
- Accompagner l'étudiant dans un projet intégrant une dimension e-Business.

# ARTICULATION ET CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

## Syllabus

ECTS CM TD

### Technologies numériques, réseaux et compétences

Cet enseignement aborde les éléments clés qui soutiennent la gestion d'une activité de e-Business. Plus précisément, il s'agit d'aborder les composants technologiques (matériels et logiciels), métiers (ressources et compétences) et réseaux (protocoles et réseaux d'information) qui sont mises en œuvre dans le cadre d'un projet ou d'une activité de e-Business.

L'objectif est d'acquérir une connaissance large de ses éléments afin d'être capable de participer et/ou développer des projets de e-Business dans une entreprise.

1 10 8

### Gestion et sécurisation de l'information

Cet enseignement aborde la gestion et la sécurisation de l'information sous l'angle des technologies numériques. L'objectif est de comprendre comment l'information numérique se constitue, se structure, se stocke, se transmet et se sécurise dans le temps.

1 6 4

### Usages et réglementations

Après un questionnement sur la nature des usages et les différentes sources de réglementation (normes législatives ou réglementaires, bonnes pratiques, etc.), les étudiants seront amenés à s'interroger sur les interdépendances entre ces deux notions ainsi que les outils à disposition des opérateurs économiques pour faire évoluer tant les usages que la réglementation.

1 6 4

### Economie du numérique : modèles et rentabilité

Dans le secteur d'activité du numérique en pleine croissance, mais aussi en pleine évolution et en mutation incessante, les expérimentations malheureuses cohabitent avec les success stories et il est souvent difficile de trouver les bonnes alchimies permettant de mener un projet de e-business sur une pente croissante. La dimension économique se doit donc d'être appréhendée sous tous ses aspects, y compris les plus novateurs afin de mieux mettre en place des stratégies de valeur ajoutée en s'appuyant notamment sur de nouveaux modèles (freemium, crowd-funding, ...).

Des outils de gestions numériques devront alors être maîtrisés et rassemblés dans des tableaux de bord financiers afin de traiter des questions de taux de transformation, de ROI et de Social ROI etc.

1 8 4

## Syllabus

ECTS CM TD

		ECTS	CM	TD
MASTER 2 - SEM 9	<b>Visibilité et performances</b>	1	4	6
	<p>Introduction aux fondamentaux du marketing digital : Search, Display, Video Online.</p> <p>Faire en sorte que les étudiants, amenés à prendre des positions marketing au sein de l'entreprise dans les prochains mois, maîtrisent les fondamentaux du marketing digital et en comprennent les enjeux. Pourquoi faire du marketing digital ? comment ? comment prioriser ? etc...</p>			
MASTER 2 - SEM 9	<b>Acquisition et Gestion de la Relation Client</b>	1	4	6
	<p>Outre les questions de visibilité et de e-notoriété, la qualification, la conversion et la fidélisation de e-contacts est un enjeu stratégique lorsque la concurrence se trouve seulement à un clic.</p> <p>E-Marketing, Community Management, promotion, e-publicité, affiliation, Stratégies Push, e-mailing, newsletter.</p> <p>Les objectifs pour ce cours sont les suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- compréhension de la notion de gestion de la relation client et de ses enjeux,</li> <li>- compréhension du concept de marketing relationnel,</li> <li>- application de l'e-CRM et du marketing omnical,</li> <li>- compréhension du concept de SCRMM et du rôle actif du consommateur,</li> <li>- appréhension du concept de customer empowerment</li> </ul>			
MASTER 2 - SEM 10	<b>Dossier de conception Maquette Soutenance</b>	3	0	0
	<p>Dans le cadre du label e-business, les étudiants doivent construire un projet à partir d'une problématique clé d'entreprise en matière d'e-business. Le montage de ce projet doit être envisagé dès le semestre 8 de Master 1. Le projet peut-être :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- à l'initiative de l'étudiant (il faudra alors présenter une proposition de projet et la justifier dès le semestre 8),</li> <li>- ou proposé par une entreprise existante.</li> </ul> <p>Le dossier de conception ainsi que la maquette ont pour objectif de traiter de projets issus de l'environnement professionnel, en abordant ces questions à la fois sous l'angle stratégique et opérationnel pour l'entreprise.</p>			

# TALENTS ARTISTIQUES

**WANTED !**

pour la Remise des Diplômes  
de l'IAE au Théâtre Bonlieu



Vous avez un talent artistique et  
vous aimeriez vous produire sur scène ?

L'IAE Savoie Mont Blanc vous propose de **vous produire**  
**au Théâtre Bonlieu à Annecy lors de la Cérémonie de**  
**remise des diplômes, promo 2017, en février 2018.**

Danseurs, musiciens, acteurs...  
tentez votre chance !

2 règles : interlude court et installation rapide

Intéressé(e)s ?

[communication.iae@univ-smb.fr](mailto:communication.iae@univ-smb.fr)

// 04 50 09 24 68

# 16

# LABEL ENTREPRENEURIAT

## PILOTAGE DU LABEL



**Jean-Philippe  
Clerc**



Enseignant  
contractuel en  
économie-finance  
à l'IAE Savoie  
Mont Blanc

## CONDITIONS

35 places

## OBJECTIFS

Ce label a pour objectif de contribuer à la diffusion d'une culture entrepreneuriale.

L'entrepreneuriat est une école de l'action. Cet état d'esprit sera le fil conducteur du label. Ainsi, dès le début du semestre 8, les étudiants constitueront un groupe projet, fictif ou réel, évolutif au fil des semestres le cas échéant.

En master 1, le label se reposera sur des face à face pédagogiques classiques et des évaluations orientant les étudiants dans une pédagogie pro-active : rendus d'études, veilles concurrentielles, projets juridiques,... Le but étant de « nourrir » l'apprenant avec des connaissances (marketing, juridique, montage du projet, gestion), faire un bilan personnel de ses compétences entrepreneuriales et lui ouvrir de nouveaux horizons.

En master 2, la personnalisation sera dominante avec constitution de groupes de création et suivis personnalisés sur la base d'un chéquier créateur.



# ARTICULATION ET CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

		Syllabus	ECTS	CM	TD
MASTER 1 - SEM 8	Marketing, veille et innovation : « le désir d'entreprendre »	Pour être efficaces, le lancement d'un nouveau produit ou le lancement d'une activité doivent s'appuyer sur la compréhension du processus d'adoption de l'innovation qui sera suivi par les acheteurs cible. Un suivi des tendances de marché, des adaptations des concurrents est également indispensable.	1	10	5
	Gestion de projet et modélisation financière	Acquérir des connaissances nécessaires à la gestion d'un projet, à la modélisation financière de celui-ci et à la valorisation de la structure.	2	15	5
	Montage juridique du projet	Comprendre les enjeux des choix juridiques effectués lors de la création. Identifier l'évolution réglementaire en faveur de la création d'entreprise.	1	10	5
MASTER 2 - SEM 9	Les ateliers de la création	Développement d'une pédagogie de l'action - durant ce cours est initié un projet de création d'entreprise (réelle ou fictive), les étudiants travaillant en groupe. Des cours focus et des rdv chéquiers conseils avec des membres de l'équipe pédagogique.	0	0	10
	Chéquier - conseil		0	0	10
	Projet - rendu intermédiaire		2	0	0
MASTER 2 - SEM 10	Mémoire	Phase finale du projet - Les groupes de création finalisent le projet avec le soutien de l'équipe pédagogique.	1	0	0
	Soutenance		1	0	0
	Présentation publique		1	0	0



# 18 LABEL

## MANAGEMENT DE PROJET DÉVELOPPEMENT DURABLE

### PILOTAGE DU LABEL

“ Anne Marie  
Bocquet



Maître de  
Conférences  
en gestion  
à l'IAE Savoie  
Mont Blanc

“ Fabienne  
Grébert



Maître de  
Conférences  
associé  
en gestion  
à l'IAE Savoie  
Mont Blanc

### CONDITIONS

35 places

### OBJECTIFS

Les objectifs du label « management de projet et développement durable » sont triples :

- acquérir les connaissances fondamentales sur le développement durable et la RSE (concepts clé, histoire des idées, normes, indicateurs, outils) ;
- développer des compétences entrepreneuriales au sein d'un projet concret portant les valeurs du développement durable (performance économique, sociale et environnementale) ;
- piloter un projet en équipe multidisciplinaire dans une optique d'utilité sociale et d'efficacité économique.

# ARTICULATION ET CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

		Syllabus			ECTS	CM	TD
MASTER 1 - SEM 8	<b>Concepts et outils du développement durable et de la RSE</b>	Acquérir les connaissances sur le développement durable et la RSE (concepts clé, histoire des idées, normes, indicateurs, outils) et savoir les mobiliser au service d'un cas concret. Le module 'Concepts et outils du développement durable et de la RSE' est destiné à acquérir les concepts de base, qui seront mobilisés dans la conduite du projet mené.	2	17	17		
	<b>Design du projet développement durable</b>	Acquérir les connaissances sur le management de projet en lien avec le développement durable, et savoir les mobiliser au service d'un cas concret. Développer des compétences entrepreneuriales au sein d'un projet concret portant les valeurs du développement durable (performance économique, sociale et environnementale). Le module 'Design du projet développement durable' est destiné à acquérir les concepts de base dans le domaine du management de projet, et de les mobiliser dans la conception du projet mené.	2	8	8		
MASTER 2 - SEM 9	<b>Gestion de projet développement durable et création de valeur</b>	Acquérir des connaissances théoriques et opérationnelles sur le développement durable et la RSE, et la gestion de projet dans le domaine du développement durable. Mobiliser ces connaissances dans l'analyse et le diagnostic d'un cas concret.	2	10	10		
MASTER 2 - SEM 10	<b>Rapport d'analyse développement durable</b>	Mobiliser les connaissances acquises sur le développement durable, la RSE et la gestion de projet dans ces domaines, dans le cadre du stage ou d'un projet mené en lien avec la spécialité de l'étudiant (économie, marketing, finance ou technologie et management).	3	0	0		



# 20 LABEL RECHERCHE

## PILOTAGE DU LABEL

**Rachel  
Bocquet**



Professeur des  
Universités en  
Gestion à l'IAE  
Savoie Mont  
Blanc

## CONDITIONS

20 places

L'étudiant devra accompagner le choix de ce label (s'il est retenu en vœu n°1, n°2 ou n°3) d'une lettre de motivation.

## OBJECTIFS

Le label Recherche propose une formation bi-disciplinaire, associant économie et gestion, adossé à l'Institut de Recherche en Gestion et Economie de l'Université de Savoie (IREGE, EA 2426).

Il a pour objectif scientifique d'apporter aux étudiants une formation de qualité à la recherche et par la recherche dans les deux disciplines concernées. L'objectif professionnel est de préparer les étudiants à produire leur propre connaissance pour intégrer les métiers de l'enseignement et de la recherche, des études ou du conseil.

A l'image de l'IREGE, le label a été conçu de manière à pouvoir bénéficier des complémentarités entre l'économie et la gestion tant au plan scientifique (approches théoriques et méthodes) qu'au plan professionnel (métiers).

# ARTICULATION ET CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

		Syllabus			ECTS	CM	TD
MASTER 1 - SEM 8	<b>Méthodologie de la recherche</b>	<p>Ce cours approfondit l'apprentissage de la démarche de recherche. Il présente la démarche à mettre en œuvre pour inscrire le projet de recherche dans un cadre épistémologique, permettant de définir la portée et la fiabilité de la recherche entreprise. Le cours présente également la manière de spécifier l'objet de recherche et de définir la problématique de la recherche qui sera étudiée. Le cours introduit également la question du design de recherche qui permettra d'apporter une réponse à la problématique définie.</p> <p>Le cours se base sur des exercices pratiques, mettant les étudiants en situation.</p>	1	10	0		
	<b>Méthodes de recueil des données</b>	<p>Ce cours présente les différents moyens de collecter des données, en vue de leur analyse, dans le cadre d'une recherche académique ou d'une étude professionnelle. Il expose les différentes méthodes de collecte : enquête, observation et expérimentation.</p>	1	10	0		
	<b>Méthodes de traitement des données</b>	<p>Ce cours forme aux principales méthodes de traitement des données : les méthodes qualitatives (analyse de contenu et lexicale...) et les méthodes quantitatives (équations structurelles et méthodes de régressions), qu'elles soient exploratoires ou confirmatoires.</p>	2	15	15		



## Syllabus

ECTS CM TD

		ECTS	CM	TD
MASTER 2 - SEM 9	<b>La recherche en économie et gestion : métiers et produits de la recherche</b>	1	10	0
	<p>Ce cours présente les métiers de la recherche publique (enseignants-chercheurs et chercheurs) et privée. Il détaille les carrières possibles et les pré-requis. Le cours présente également les différents produits de la recherche : articles, communications, ouvrages, base de données, etc. et les actions de valorisation. Il aborde également les questions de déontologie et de propriété intellectuelle.</p>			
MASTER 2 - SEM 9	<b>Méthodologie de l'intervention</b>	1	3	7
	<p>Ce cours présente les parties prenantes associées au monde de la recherche (organisations publiques, entreprises privées, communauté scientifique, évaluateurs et experts) et auprès desquels le chercheur sera amené à interagir pour obtenir des financements, pour publier ou encore valoriser ses recherches.</p> <p>Il expose la démarche adoptée par les chercheurs pour intervenir auprès de différentes parties prenantes dans le cadre de trois activités principales : 1) le montage de grands projets scientifiques, 2) la soumission d'articles à des revues et la gestion de la relation avec l'éditeur et les évaluateurs, 3) la valorisation de la recherche auprès du monde socio-économique.</p>			
MASTER 2 - SEM 10	<b>Mémoire de recherche</b>	3	0	0
	<p>Le mémoire constitue l'aboutissement de la formation à la recherche par la recherche du label Recherche. Ce travail de recherche, tutoré par un enseignant-chercheur, doit aboutir à une production scientifique personnelle et originale répondant à une problématique claire, inscrite dans un cadre théorique défini et suivant une méthode scientifique rigoureuse. Ce travail de recherche peut prendre la forme d'un document long ou d'un article, en vue d'une soumission ultérieure à une conférence ou une revue. Le mémoire fait l'objet d'une soutenance orale.</p>			
MASTER 2 - SEM 10	<b>Séminaires de recherche IREGE</b>	0	0	0
	<p>Les séminaires IREGE sont le lieu d'échanges scientifiques sur des thématiques définies à l'avance. Les présentations d'articles ou projets de recherche sont réalisées par des chercheurs internes au laboratoire ou externes. Les séminaires permettent de se familiariser avec le travail des chercheurs, d'échanger sur les pratiques, d'approfondir des éléments théoriques ou méthodologiques.</p>			





**IAE Savoie Mont Blanc**

*Site d'Annecy-le-Vieux*

*4 chemin de Bellevue*

*BP 80439 - Annecy-le-Vieux*

*74944 Annecy*

*Tél : +33 (0)4 50 09 24 00*

*E-mail : [informations.iae@univ-smb.fr](mailto:informations.iae@univ-smb.fr)*

**[www.iae.univ-smb.fr](http://www.iae.univ-smb.fr)**