

DIPLOME GRADE MASTER

de Grenoble Ecole de Management

Code Diplôme : 16531220 / Code RNCP : 34762

3^{ème} année du Programme Grande Ecole

Spécialisation Marketing, un approfondissement



**GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT**

BUSINESS LAB FOR SOCIETY

une école

 CCI GRENOBLE





ACCUEILLIR UN ETUDIANT DE GRENOBLE ECOLE DE MANAGEMENT SOUS CONTRAT D'APPRENTISSAGE OU DE PROFESSIONNALISATION

L'expérience professionnelle fait partie intégrante de la formation de nos alternants. Obligatoire dans la majeure partie de nos formations, l'expérience professionnelle est une étape fondamentale pour l'alternant. C'est pour lui l'occasion de découvrir des environnements de travail différents, de tester un métier, d'approfondir ses connaissances et d'apprendre les codes du monde professionnel. A Grenoble Ecole de Management, nous nous engageons à donner les moyens à chaque alternant de :

- Savoir intégrer et gérer la complexité et être capable de penser autrement,
- Anticiper, comprendre et décoder le monde dans lequel il évolue,
- Construire son projet professionnel en adéquation avec ses ambitions personnelles et les attentes du marché,
- Faire des choix et développer sa personnalité, sa créativité et sa capacité à innover.

A l'issue du programme Grande Ecole, l'alternant se voit décerner le diplôme « DipViGrM - Programme Grande Ecole – Diplôme d'études supérieures en management ».

Afin d'accueillir au mieux votre futur salarié, vous trouverez ci-après :

- Les objectifs de la formation, les spécialisations et filières d'expertise possibles, le public visé,
- Le programme de la formation du « Programme Grande Ecole »,
- Le calendrier de la formation,

L'actualité

Au vu des circonstances sanitaires actuelles en France et à l'étranger, nous souhaitons vous rappeler que l'action de formation se déroulera dans les locaux de l'Organisme de formation EESC Grenoble Ecole de Management (GEM) sur son campus de Grenoble ou Paris et/ou dans les locaux d'un partenaire de l'EESC Grenoble Ecole de Management (GEM) conformément au règlement intérieur du lieu de l'action de formation. Cependant, certaines actions de formation pourront se dérouler en distanciel ou en e-learning.



POUR PLUS D'INFORMATIONS :

Françoise DOBLER

Responsable du développement de l'alternance – Pôle alternance



04 76 70 65 89



francoise.dobler@grenoble-em.com

Contact pour établir le contrat d'apprentissage :

FORMASUP Isère Drôme Ardèche



04 76 84 56 52



info@formasup-ida.com

Site de Formation :

GRENOBLE ECOLE DE
MANAGEMENT

12 RUE PIERRE SEMARD
38000 GRENOBLE

WWW.GRENOBLE-EM.COM

ENTREPRISES.GRENOBLE-EM.COM



Programme Grande Ecole – Diplôme d'études supérieures en management

OBJECTIFS DE LA FORMATION :

Notre formation a pour objectif de développer chez chacun de nos alternants :

- Des compétences liées à l'exercice d'une responsabilité managériale,
- Des compétences spécifiques au métier visé par nos alternants.

Les compétences acquises par nos diplômés sont définies comme suit :

- Utiliser les connaissances, outils et concepts généraux de gestion afin de proposer des solutions intégrées à une problématique de gestion.
- S'adapter, évoluer et coopérer dans un environnement international et dans des cultures différentes.
- Prendre en considération les conséquences humaines, sociales et environnementales des décisions et pratiques de gestion.
- Acquérir les connaissances et compétences nécessaires au management de la technologie, de l'innovation et des changements organisationnels induits.
- Acquérir les compétences nécessaires pour un usage pertinent des systèmes d'information.
- Développer une capacité à communiquer de façon efficace.
- Développer un esprit critique et des compétences de résolution de problèmes.
- Travailler de façon efficace et constructive en groupe.
- Identifier ses capacités de leadership.

COUTS DE LA FORMATION :

Dans le cadre d'un contrat d'apprentissage, la formation est gratuite pour l'apprenti. La prise en charge s'effectue par l'OPCO en fonction de la branche professionnelle de rattachement de l'entreprise.

Coût de la formation : 12 990 €. Le reste à charge est pris intégralement en charge par l'entreprise qui accueille le salarié en contrat d'apprentissage.

INFOS PRATIQUES

SITE DE FORMATION :

Grenoble école de management

ADRESSE :

12 rue Pierre Sémard, 38000
Grenoble

TELEPHONE :

04 76 70 60 60

SITE INTERNET :

www.grenoble-em.com

DIRECTRICE DU PROGRAMME GRANDE ECOLE :

Béatrice NERSON

STATUT :

Salarié sous contrat
d'apprentissage

DURÉE ET RYTHME DE LA FORMATION :

533 heures

1 semaine école/2 semaines
entreprise *

QUALIFICATION OBTENUE :

« DipViGrM - Programme Grande
Ecole – Diplôme d'études
supérieures en management »

Diplôme Visé inscrit au RNCP

**Le rythme peut être différent en fonction
des spécialisations et filières d'expertise
choisies*



SPECIALISATIONS :

- Agilité - Grenoble
- Business High Tech & SI - Grenoble
- Compta-Contrôle de gestion - Grenoble
- Conseil - Paris
- Finance - Grenoble
- Finance - Paris
- From Brand to Market - Paris
- Innovation for Sustainability Transition - Grenoble
- International Business - Paris
- International Human Ressources Management - Grenoble
- Marketing, Un approfondissement - Grenoble
- Road to Market - Grenoble

FILIERES D'EXPERTISE :

- Filière d'expertise Manager des Achats - Grenoble
- Filière d'expertise Digital Business Strategy - Paris
- Filière d'expertise EISTI - Analyse Stratégique et Intelligence Economique
- Filière d'expertise IRIS - Géoéconomie et Gestion des risques
- Filière d'expertise IRIS - Géopolitique et Prospective
- Filière d'expertise IRIS - Défense, Sécurité et Gestion de crise
- Filière d'expertise Management des entreprises de Biotechnologies & Pharmacie - Paris
- Filière d'expertise Management et Marketing de l'énergie - Grenoble
- Filière d'expertise Manager des SI - Grenoble ou Paris
- Filière d'expertise Manager International (Orientation Technologique et Innovation) - Grenoble ou Paris
- Filière d'expertise MSC Finance - Paris



DEBOUCHES PROFESSIONNELS :

Audit, études, conseil :

- Auditeur interne / externe,
- Consultant en management.

Commercial, ventes :

- Responsable de secteur,
- Chef de zone export / responsable export,
- Ingénieur d'affaires.

Marketing :

- Chargé d'études en marketing,
- Chef de produit,
- Responsable Merchandising.

Administration, Gestion, Comptabilité, Finance :

- Contrôleur de gestion,
- Gestionnaire de trésorerie,
- Opérateur de marché,
- Analyste financier.

Communication :

- Chef de publicité,
- Média-planneur,
- Chargé de communication (interne ou externe).

Ressources Humaines :

- Chargé de formation,
- Chargé d'études ou de développement.

Approvisionnement, logistique :

- Acheteur,
- Logisticien.

Créateur d'entreprise



PUBLIC VISE :

Etre titulaire d'un Bac+2 (via concours BCE ou concours Passerelle) ou Bac+3 (via concours Passerelle). La 2ème et/ou la 3ème année peuvent être suivies en alternance.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap :

⇒ Référente Handicap GEM : Alice BODIN - alice.bodin@grenoble-em.com

⇒ Référente Handicap GEM - FORMASUP Isère Drôme Ardèche : Isabelle.chevillard@formasup-ida.com

Les étudiants en situation de handicap bénéficient d'aménagements et d'un accompagnement personnalisé pour faciliter leur scolarité et leur insertion professionnelle. Pour cela, un dossier doit être constitué et déposé auprès du service dédié dès l'entrée au sein de GEM. L'Ecole vous accompagne pour toute demande de RQTH (reconnaissance officielle du handicap permettant l'accès à des aides spécifiques et à l'emploi).



PROGRAMME DE FORMATION :
3^{EME} ANNEE EN ALTERNANCE - PROGRAMME GRANDE ECOLE – DIPLOME
D'ETUDES SUPERIEURES EN MANAGEMENT

SPECIALISATION MARKETING, UN APPROFONDISSEMENT (S1) : ENVIRON 30% DU TEMPS DE FORMATION

MODULE	DESCRIPTION DU MODULE
Advances in consumer psychology	The objective of this course is to introduce students to recent Advances on Consumer Psychology Research. Through the reading, presentation and discussion of scientific articles published in top Marketing journals students will learn the main principles of consumer behavior and their applications in marketing. Therefore, the focus is on understanding current theoretical and methodological approaches to various aspects of consumer behavior.
Développer un produit nouveau	Comment générer des idées nouvelles performantes ? Comment les sélectionner ? Comment transformer une idée en concept marketing performant ? Le cours "Développer un produit nouveau" permettra aux participants d'acquérir des méthodes fondées scientifiquement leur permettant de répondre à ces questions. Ces méthodes seront appliquées à un cas concret de problématique d'innovation produit, en partenariat ou pas avec une entreprise. Le cours permettra aux participants d'acquérir les compétences en développement de produit sur les étapes amont, de la génération d'idées nouvelles au test de concept en appliquant les méthodes enseignées à un cas concret. Il s'arrête à cette dernière étape et n'aborde pas les phases suivantes, notamment le lancement de produit.
Gestion du capital client	Les pratiques de marketing ont connu des évolutions importantes ces vingt dernières années. Le marketing relationnel – l'établissement de relations durables d'une entreprise avec ses clients – s'est imposé comme une alternative nouvelle au marketing transactionnel – focalisé sur l'adaptation de l'offre produit-service au marché. Dans ce contexte, la gestion du capital client – l'ensemble des actions visant à satisfaire et fidéliser les clients dans une optique d'optimisation de la rentabilité à long terme – tient aujourd'hui une place de plus en plus prépondérante dans les entreprises. L'objectif de ce cours est double. D'une part, comprendre les enjeux et problématiques liés à la gestion du capital client ; d'autre part, définir et illustrer les principales actions stratégiques et tactiques de gestion du capital client.
Ingenieur d'affaire et business development	La mondialisation oblige les entreprises à (re) – nouer avec un véritable talent commercial pour remporter des affaires. Pour se démarquer de la concurrence, les entreprises, sont dans l'obligation d'avoir une excellente connaissance de leur client et de placer celui-ci au cœur de leur stratégie. Aujourd'hui, toutes les fonctions de l'entreprise sont tournées vers le client, la manière de l'identifier et de le garder. La Gestion de la relation Client part de la connaissance du client jusqu'à la satisfaction du client et bien sûr la fidélisation de ce dernier. Cette stratégie place donc les Ingénieurs d'Affaires plus que jamais en position centrale dans l'entreprise. L'Ingénieur d'Affaire doit sa position prédominante par le fait qu'il porte la parole du client dans l'entreprise.

A la différence d'un Ingénieur Commercial réalisant des ventes simples avec un cycle court et répétitives, pour lesquels les objectifs trimestriels ou mensuels sont primordiaux, l'Ingénieur d'Affaire s'inscrit dans la durée, et cette relation dépasse largement celui de la simple transaction commerciale.

Les entreprises attendent en effet de leurs futures recrues :

- *Un interlocuteur fiable et éthique
- *Capable de mettre en place, les moyens nécessaires pour assurer le succès d'un projet ou d'une affaire complexe, c'est-à-dire mettre en œuvre des compétences techniques et des moyens humains de premier plan.
- *Une capacité à prendre en compte les spécificités de chaque client et une anticipation de leurs besoins
- *Une excellente connaissance des rouages interne de son entreprise et capable de travailler avec toutes les fonctions de l'entreprise (production, finance, juridique, marketing, logistique etc. Bref, qu'il soit l'ambassadeur de l'entreprise en externe et le chef d'orchestre en interne.
- *Qu'ils soient bien sûr capables de réaliser ses objectifs (voire les dépassés).

Cette filière s'adresse principalement aux étudiants désireux de :

- *Evoluer dans une carrière d'Ingénieur d'affaires, puis de manager, de responsable d'unités ...
- *Prendre part à des projets de grande taille, stratégique pour l'entreprise.
- *Désireux d'être animateur et de fédérer une équipe pluridisciplinaire (ingénieurs, logisticiens, financiers, juridique ...)
- *Appréhender et bien maîtriser ce métier avec lequel ils devront composer et collaborer au sien de leur projet professionnel (acheteur)
- *Se réaliser dans un métier fondé sur la qualité des relations humaines qu'ils se tisseront au fur et à mesure qu'ils le pratiqueront. Que ce métier soit dans les services (conseil, formation) qu'ils soient dans l'industrie, qu'ils soient dans les technologies de l'information et de la communication.
- *Créer leur entreprise ! créer son entreprise c'est d'abord vendre son idée à des partenaires financiers, attirer des futurs collaborateurs ...
- *Etre en contact avec des professionnels d'un secteur et se créer un réseau

A l'issue de cette filière, les étudiants seront capables de :

- * Connaître et comprendre le métier d'Ingénieur d'Affaire et son rôle stratégique au sein d'une entreprise.
- * Mieux appréhender les principales problématiques de gestion de la relation client et ses conséquences sur les processus de l'entreprise et la chaîne de la valeur.
- * Gérer un portefeuille de prospects et de clients de l'entreprise et leur mode opératoire.
- * Aider les entreprises dans leur développement leur politique commerciale
- *Négocier, des projets en clientèle et en entreprise
- * Evoluer dans un environnement de grands comptes et de gestion de projets complexes
- * Travailler avec toutes les fonctions de l'entreprise et les cercles d'influences de l'entreprise.

	<p>D'un point de vue plus général, ils auront acquis une culture et une méthodologie qui leur permettront d'appréhender les différentes problématiques de l'Ingénierie d'Affaire grâce à travers des approches sectorielles différentes.</p>
Marketing Digital	<p>Aujourd'hui, une stratégie marketing ne peut ignorer le digital pour réussir. Si le marketing se définit comme répondre et satisfaire les besoins du consommateur, le marketing digital offre aux marketeurs de nouvelles voies pour atteindre cet objectif. Du référencement naturel aux médias sociaux en passant par l'emailing ou la publicité, de nombreuses tactiques sont disponibles et, sous réserve d'une utilisation pertinente, efficace. Dans ce cours, vous verrez comment sélectionner, mettre en œuvre, contrôler et optimiser la performance des principaux canaux digitaux pour qu'ils s'intègrent dans la stratégie marketing de l'entreprise.</p>

TRONC COMMUN (S2) : ENVIRON 70% DU TEMPS DE FORMATION

MODULE	DESCRIPTION DU MODULE
Accompagnement de la mission et Soutenance du rapport de l'expérience professionnelle	
Accompagnement du Grand Mémoire	
Anglais	
Décisions avancées	Ce cours présente les principaux outils quantitatifs de modélisation et de simulation pour l'aide à la décision.
Géopolitique	<p>Ce cours a pour objectif de permettre aux étudiants d'acquérir des connaissances à caractère géopolitique et économique sur certaines zones et pays du Monde en émergence ou à risque.</p> <p>Dans ce cadre pédagogique, les thèmes ci-dessous seront abordés:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La globalisation de l'économie et les acteurs de ce processus; - L'analyse géopolitique et économique des pays émergents (les BRICS) : Brésil, Russie, Inde, Chine, Afrique du Sud. - L'analyse géopolitique de certaines zones à risque géopolitique: Maghreb et Moyen-Orient à partir des révolutions arabes. - L'analyse du risque géopolitique <p>La liste des thèmes à étudier pourrait évoluer en fonction de l'actualité.</p>
Global marketing	<p>This module takes a decision-making perspective to Marketing Strategy issues, specifically in the global context. The course will cover:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Globalization decision and process - International market selection - International marketing research - International market entry strategies and expansion - Standardization versus Adaptation of 4 Ps
Gouvernance d'entreprise	<p>La gouvernance d'entreprise fait référence au cadre dans lequel les entreprises sont dirigées : qui fixe leurs objectifs? Quels sont les pouvoirs respectifs des dirigeants, des actionnaires et des autres parties prenantes ? Comment les dirigeants sont-ils contrôlés et évalués ?</p> <p>Afin de répondre à ces questions qui sont très larges, le cours se focalise sur deux dimensions fondamentales de la gouvernance : le droit et la finance.</p> <p>Les principaux thèmes abordés dans le cours sont:</p> <p>En droit : les théories juridiques de la gouvernance, les modes de direction, la composition et le fonctionnement du conseil d'administration et la tenue de l'assemblée générale des actionnaires.</p> <p>En finance : les théories financières de la gouvernance, l'évaluation des performances économiques et financières des entreprises, l'analyse de leur équilibre financier, la rémunération des actionnaires.</p>
LV2	
Management et leadership	Ce cours présente un regard transverse sur les réalités managériales et organisationnelles en entreprise. Il cherche à

	développer la capacité des étudiants à appréhender une situation managériale complexe à travers une multitude de prismes théoriques. Un accent particulier sera mis sur la question de la responsabilité du manager face aux différentes dimensions abordées dans ce cours.
Préparation à l'oral de management	Description du mode de fonctionnement et du système d'évaluation de l'Oral de Management Technologique Présentation d'analyse et d'approfondissement d'une problématique managériale Présentation des règles de conception de supports de communication (transparents) efficaces.
Méthodologie - Grand Mémoire	Ce cours propose les principaux éléments de méthode d'une action de recherche, d'analyse, qu'il soit de l'ordre d'un grand mémoire ou de rapports en entreprise dédiés à réaliser des analyses rigoureuses s'appuyant sur des travaux académiques. Il s'articule autour des principales étapes et donc des principaux éléments de méthodologie nécessaires à la réalisation d'un travail de recherche, et plus spécifiquement ici le Grand Mémoire requis en fin de cursus ESC.
Retour d'alternance	Par la méthode du théâtre d'entreprise, échanger sur son expérience d'alternant.
Sessions d'informations et d'évaluations	
Stratégie et entrepreneuriat	<p>Ce cours de stratégie contribue à la "culture managériale" des participants. Ils découvrent les méthodes d'analyse qui fondent les choix stratégiques des entreprises et des organisations. Expliciter la stratégie d'une entreprise, c'est mieux comprendre les enjeux souvent implicites des décisions prises.</p> <p>Alors que la business strategy cherche à maximiser la performance de l'entreprise dans un domaine d'activité donné, le but de la corporate strategy est de maximiser la valeur globale de l'entreprise en choisissant les activités dans lesquelles l'entreprise doit s'investir et se développer. Dans le cadre de la corporate strategy, les choix stratégiques concernent les options stratégiques envisageables pour une organisation, à la fois en termes d'orientations et de modalités permettant de les atteindre. Une organisation peut être confrontée à toute une série d'orientations stratégiques : se diversifier dans une nouvelle offre, entrer sur un nouveau marché international, voire transformer son activité grâce à une innovation radicale. Ces différentes orientations peuvent être réalisées selon plusieurs modalités : l'organisation peut acquérir un concurrent, conclure une alliance ou un partenariat, ou encore mettre en œuvre sa stratégie par ses propres moyens.</p> <p>Ce module traite des choix stratégiques au niveau « corporate » c'est-à-dire au niveau d'ensemble de l'entreprise qui concernent la définition du périmètre global d'activité, les choix sur les modalités de développement acquisitions vs coopérations (partie 1), et les choix en termes d'innovation et d'entrepreneuriat (partie 2).</p> <p>La première partie du cours se focalise sur les choix stratégiques d'une entreprise établie quant à ses voies et modalités de croissance. Dans quelles voies l'entreprise doit-elle se développer et quelles modes de développement choisir ? Si ces choix stratégiques sont fondamentaux dans tous les types d'organisation telles que les PME, les entreprises multinationales, les organisations publiques et à but non lucratif, elles semblent d'autant plus complexes dans le contexte des entreprises multinationales.</p> <p>C'est pourquoi, les cas et les illustrations de cette première partie privilégieront le contexte des firmes multinationales.</p>

	<p>Dans la seconde partie, ce cours aborde les choix du manager faceaux défis de l'innovation et l'entrepreneuriat, les deux moteurs fondamentaux de l'économie. L'innovation est souvent vue comme un problème technologique, certainement parce que ce type d'innovation est le plus visible et le plus médiatisé. Or il existe bien d'autres formes d'innovation lorsqu'on adopte une perspective stratégique. Cette partie est entièrement consacrée à l'innovation stratégique définie comme l'introduction réussie d'un nouveau business model. Dans cette seconde partie, le contexte privilégié est celui des petites structures entrepreneuriales.</p>
Travail encadré - Projet Grand Mémoire	



EXAMEN

EXAMEN
Epreuve écrite en anglais (TOEIC)
Epreuve du « Grand Oral » en management technologique
Epreuve orale en LV2

Pour un programme plus détaillé et/ou la fiche RNCP du diplôme, merci de nous adresser la demande par mail à : info@formasup-ida.com



MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES :

En fonction des modules de cours, seront mobilisés les moyens suivants :

Moyens pédagogiques	Moyens techniques
<input checked="" type="checkbox"/> Séances de formation en salle	<input checked="" type="checkbox"/> Paper-board
<input checked="" type="checkbox"/> Séances de formation à distance (synchrones et asynchrones)	<input checked="" type="checkbox"/> Projecteur
<input checked="" type="checkbox"/> Études de cas	<input checked="" type="checkbox"/> PC
<input checked="" type="checkbox"/> Présentations orales	<input checked="" type="checkbox"/> Plate-forme Moodle (LMS)
<input checked="" type="checkbox"/> Jeux de rôles	<input checked="" type="checkbox"/> Outils de visio-conférence pour les classes virtuelles (Teams, Zoom)
<input checked="" type="checkbox"/> Supports pédagogiques	



EVALUATIONS DES COMPETENCES ET DES MODULES DE FORMATION :

- Les compétences sont évaluées conformément aux règles fixées par la certification professionnelle visée. Les évaluations sont soit dédiées à une compétence soit communes à plusieurs. Elles peuvent aussi s'appuyer sur la combinaison d'évaluations au sein de plusieurs modules.
- Les *syllabi* sur l'intranet GEM spécifient les modalités afférentes aux différents modules suivis.
- Les modules comme les compétences sont évalués sur la base de travaux individuels et/ou collectifs, tant à l'écrit qu'à l'oral au travers de différents exercices (dossier écrit, présentation orale avec support visuel, QCM, devoir sur table, mises en situation...).
- Un Règlement des Etudes est remis à chaque participant(e) après qu'il/elle ait intégré la formation. Il spécifie les modalités de diplomation.

CALENDRIER PREVISIONNEL 2020/2021
3A PGE ALTERNANCE
Groupe A (Campus de Grenoble)
DIPLÔME GRADE MASTER GRENOBLE ECOLE DE MANAGEMENT

Septembre		Octobre		Novembre		Décembre		Janvier		Février		Mars		Avril		Mai		Juin		Juillet		Aout	
1 M		1 J		1 D	Toussaint	1 M		1 V	Jour de l'an	1 L		1 L		1 J		1 S	Fête du T.	1 M		1 J		1 D	
2 M		2 V		2 L		2 M		2 S		2 M		2 M		2 V		2 D		2 M		2 V		2 L	
3 J		3 S		3 M		3 J		3 D		3 M		3 M		3 S		3 L		3 J		3 S		3 M	
4 V		4 D		4 M		4 V		4 L		4 J		4 J		4 D		4 M		4 V		4 D		4 M	
5 S		5 L		5 J		5 S		5 M		5 V		5 V		5 L	Pâques	5 M		5 S		5 L		5 J	
6 D		6 M		6 V		6 D		6 M		6 S		6 S		6 M		6 J		6 D		6 M		6 V	
7 L	Rentrée	7 M		7 S		7 L		7 J		7 D		7 D		7 M		7 V		7 L		7 M	Examen*	7 S	
8 M		8 J		8 D		8 M		8 V		8 L		8 L		8 J		8 S	Vict.1945	8 M		8 J		8 D	
9 M		9 V		9 L		9 M		9 S		9 M		9 M		9 V		9 D		9 M		9 V		9 L	
10 J		10 S		10 M		10 J		10 D		10 M		10 M		10 S		10 L		10 J		10 S		10 M	
11 V		11 D		11 M	Armistice	11 V		11 L		11 J		11 J		11 D		11 M		11 V		11 D		11 M	
12 S		12 L		12 J		12 S		12 M		12 V		12 V		12 L		12 M		12 S		12 L		12 J	
13 D		13 M		13 V		13 D		13 M		13 S		13 S		13 M		13 J	Ascension	13 D		13 M		13 V	
14 L		14 M		14 S		14 L		14 J		14 D		14 D		14 M		14 V		14 L		14 M	Fête Nat.	14 S	
15 M		15 J		15 D		15 M		15 V		15 L		15 L		15 J		15 S		15 M		15 J		15 D	Assompt.
16 M		16 V		16 L		16 M		16 S		16 M		16 M		16 V		16 D		16 M		16 V		16 L	
17 J		17 S		17 M		17 J		17 D		17 M		17 M		17 S		17 L		17 J		17 S		17 M	
18 V		18 D		18 M		18 V		18 L		18 J		18 J		18 D		18 M		18 V		18 D		18 M	
19 S		19 L		19 J		19 S		19 M		19 V		19 V		19 L		19 M		19 S		19 L		19 J	
20 D		20 M		20 V		20 D		20 M		20 S		20 S		20 M		20 J		20 D		20 M		20 V	
21 L		21 M		21 S		21 L		21 J		21 D		21 D		21 M		21 V		21 L		21 M		21 S	
22 M		22 J		22 D		22 M		22 V		22 L		22 L		22 J		22 S		22 M		22 J		22 D	
23 M		23 V		23 L		23 M		23 S		23 M		23 M		23 V		23 D		23 M		23 V		23 L	
24 J		24 S		24 M		24 J		24 D		24 M		24 M		24 S		24 L	Pentecôte	24 J		24 S		24 M	
25 V		25 D		25 M		25 V	Noël	25 L		25 J		25 J		25 D		25 M		25 V		25 D		25 M	
26 S		26 L		26 J		26 S		26 M		26 V		26 V		26 L		26 M		26 S		26 L		26 J	
27 D		27 M		27 V		27 D		27 M		27 S		27 S		27 M		27 J		27 D		27 M		27 V	
28 L		28 M		28 S		28 L		28 J		28 D		28 D		28 M		28 V		28 L		28 M		28 S	
29 M		29 J		29 D		29 M		29 V				29 L		29 J		29 S		29 M		29 J		29 D	
30 M		30 V		30 L		30 M		30 S				30 M		30 V		30 D		30 M		30 V		30 L	Soutenance à Grenoble
		31 S				31 J		31 D				31 M				31 L				31 S		31 M	



**GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT**

BUSINESS LAB FOR SOCIETY

une école



12, rue Pierre Sémard
38 000 Grenoble - France
+33 4 76 70 60 60
info@grenoble-em.com
96, rue Didot
75 014 Paris – France

grenoble-em.com



FOUNDING MEMBER
GIANT
INNOVATION CAMPUS