

详细教学大纲

➤ 大学一年级

组织原理

- 传统高校
- 人文类高校(Mayo, Maslow, Mac Gregor, Herzberg, Coch/French, Lewin)
- 传统高校和 weberien 模式
- 决策型学习 (C. I. Barnard, H. A. Simon)
- 对教育教学机构进行系统性逻辑性的分析
- 教学组织构成部分
- 教育系统特征
- 相互作用：开放系统与封闭系统
- 教育机构面貌
- 教育机构的机械功能
- 教育机构的组织功能
- 教育机构的教导职责
- 过度的组织机构对素质教育的限制
- 教育机构的文化因素
- 社会学与教育机构
- 企业与社会交流
- 企业内部的 « 社会环境» (Sainsaulieu)

商务英语

- 简历与求职信：领会如何运用英语草拟简历与求职信
- 角色互换（体验职场面试）
- 企业与产品的概念阐述：懂得如何介绍一家企业及其产品
- 在重视修辞的基础上实践商务英语口语表达
- 市场学技能：了解不同的市场学技能及运用
- 善于吸引顾客并培养其消费忠诚度
- 英语专业词汇学习
- 传媒形象推广：学习以不同的方式借助传媒进行形象推广（印刷品，广播，电视，网络及其

承载媒介)

- 准备组织与传媒的研讨会
- 如何进行电话接待（接听或打出技巧）
- 销售谈判：了解并尊重不同国家的形势及文化传统
- 不同的专业写作：掌握不同的公文撰写方式
- 认知特定文境表达方式
- 国际业务拓展：了解欧洲贸易史
- 分析研究一些国家之间的发展战略（成功与失败）
- 国家经济水平：该国在国际市场上的定位分析
- 信息新闻交流：该国在各个领域的经济和社会政策
- 可持续发展和公平贸易：如何理解建立可持续发展和公平贸易
- 了解欧盟可持续发展战略
- 如何组织一间公司：了解企业结构和管理
- 单元的组织结构和组织方法
- 银行体系及付款方式：如何组织自己的经验和资料
- 认识国际企业不同的支付方式

司法及经济环境

- 自由竞争及走私与欺诈行为的影响：相关资料介绍
- 自由竞争的概念。走私与欺诈行为的方向性。稽查人员的权利及其需要尊重的对不法行为起诉的程序。相关文件的检查。阐述相关程序的书面文件
- 刑事制裁：大法院刑事轻罪庭。介绍听证会的运作，有关司法语言及对每个利益相关者的作用
- 对职业规范的强制性遵守：关税的透明度。一般出售条件。帐单。禁止的业务行为，例如：转售赃物，假冒品等。
- 不公平竞争：实用案例
- 价格广告。欺诈性广告
- 折价与清盘
- 在非平时销售区发售应遵守之规则：例如上门销售
- 远距离销售
- 在旅行合同中对消费者的信贷保护
- 消费信贷
- 消费者权益保护机构简介

- 旅行合同。审查法律和规则
- 客运交通概念。超载，延误及相关司法审查
- 质量特征
- 案例研究：消费信贷等等。

办公自动化

- 基础构思方法论：数据库简介
- 不同类型的数据库
- 关于不同层次数据库的设计
- 明确数据库之间的关联
- 如何执行
- Access 应用
- 存储和数据管理
- 应用表格
- 搜索要求
- 数据库的界面管理
- 应用格式
- 应用条件
- 建立一个菜单
- Word 实作
- Excel 实作
- Word 和 Excel 之间的一体化访问
- 掌握 Publisher 软件
- 实现用展板及传单介绍产品
- PowerPoint 的运用
- 建立各种格式的幻灯片
- 在幻灯片中插入要素
- 创建一个可放映动画的幻灯片

管理学基础

- 会计基础和与账户资料管理：帐户内容与图表的演进
- 立法和管理依据：国家和国际

- 会计原则
- 强制性账目与登记簿：日帐，总帐，库存，平衡表
- 资产负债表及损益表
- 资产分析
- 负债分析
- 介绍帐目管理
- 分析帐户收费
- 分析帐目产品
- 实作演练：建立一个从公司成立起开始的资产负债表以及各种简单的会计计算
- 记录公司简单的活动操作：周期采购和销售。进货或销售的现金流动或未达帐。

增值税

- 发票与商业折扣
- RRR 收入(折扣，回扣，佣金)/发票外协商
- 贴现清偿
- 附加费用
- 进口/出口特殊个案（欧盟内部和外部交易活动）
- 购买或销售退回
- 供应商或客户预付款
- 支付的规则和影响：不同方式的规定：支票，现金，银行卡，商业票据（汇票，本票，债权… …）
- 收款人与付款人之间账目
- 兑现效应（收款人与付款人之间）
- 贸易贴现
- 未付票据而产生的影响
- 了解银行
- 行动的存货>直线下降
- 预期贬值：存货，应收账款等
- 调整收入和支出项目：预计收入或费用，应计负债，应计收入
- 综合练习

贸易/市场营销

- 工业和商业企业之间的竞争
- 贸易营销的演化侧重

- 分销商的角色
- 分配增长性战略
- 买方应具备的素质
- 纵横看集约化现象
- PGC，服务及物资分配全景图：现实状况包括其编制，指导及法国和国际上的大型集团介绍
- 采购中心的作用及运作
- 供应商：客户关系，谈判，贸易营销及管理
- 消费者的行为与期望
- 政府：调控，城市商业化发展
- 衡量工具
- GMS 预算表及比率（练习与计算）
- 优质管理的体现：生产能力，及时性，EDI（内部采购系统），等等。
- 分配系统中的不同行业
- 贸易政策（生产商角度）
- 方法和练习
- 制定 CGV（普通情况销售）及 CPV（特殊情况销售）价目
- 预期“商业合作”的费用等。
- 获取市场的手段：销售力量，支持销售的工具等。

企业管理

- 经理的作用：对该角色含义的综合思考，经理人的任务和能力，思考和组织方面的工作
- 理论摘要
- 团队管理：如何介绍一个项目，如何激励和团结队员等
- 状况更新
- 管理情况的变化，冲突…

➤ 大学二年级

控制管理

- 控制管理简介，定义和目标。定义：控制的概念，PDG 的定义，安东尼·N（关于效率和效能的概念）
- 目标管理控制
- 策划权的下放
- 提供资料（下降，上行或交叉信息）
- 管理控制和监测系统
- 过程管理控制
- 控制管理及相关职能
- 控制组织
- 规划
- 控制和内部审计
- 人力方面的管理控制
- 边际成本：转移定价
- 定义的边际成本和范例
- 数学方面的边际成本
- 经济和技术的最佳状态
- 边际成本的使用和决策
- 内部售价（PCI）
- 职位中心
- 成本中心
- 有自由决定权的成本中心
- 收入中心
- 利润中心
- 投资中心
- 确定转让定价
- 目标和制约因素
- 固定内部售价（PCI）的方法：基与成本及价格
- 合理的固定费用与业务不足：背景，分析固定和可变费用
- 成本变动带来的影响
- 成本的合理配置原则
- 决定系数归责理性

- 正常业务活动的参数
- 方法解释：对季节性业务活动的合理配置，合理分配和销售定价，合理分配和库存，合理分配与责任中心
- 管理控制的演进及新方法：ABC法（基于活动的成本）和成本的目标。必要的变更管理控制
- ABC法：传统计算方法的限制：间接成本的变化，同质性的活动，间接成本的分配，案例研究：朱利安案例
- 目标成本
- 方法论的特征及定义：执行，设定目标价，计算目标成本
- 预算表和差异分析：预算表的定义和特点，建立预算表：责任中心的目标，成功的关键因素
- 差距分析：对营业额的差距分析，对直接费用的差异分析

国际发展

- 确定的发展潜力，并选择国外市场：主要动机分析
- 潜在的制约因素
- 测量出口潜力
- 识别能力和风险管理
- 市场分析及控制使用方法
- 获取存在的资源
- 发展战略
- 研究国际市场：界定目标
- 研究的基本特性
- 市场研究的内容
- 研究方法应用难点
- 需不需要重视市场研究？
- 确定进入国外市场的手段：投资水平和控制
- 各种获取手段的好处和限制（相对进口商）
- 关于中间商
- 分配合同
- 重新界定产品
- 选择一种存在国外的存在形式：发展目标
- 在新的地区或领域安置发展战略

- 发展检测
- 安置发展战略中的暗礁
- 国际价格策略：不同的替代性定价
- 限价政策
- 不同选项的好处与局限性
- 重新定义性价比
- 国际沟通以及如何在国外进行营销：国际性广告
- 职业座谈或展览会
- 与专业公共关系公司的沟通
- 营销计划在国外：分析该公司的长处和弱点
- 分析国外市场的特点
- 技能审查（测量技术应用后的影响）
- 在国外市场如何为营销组合的每个组成部分做出取舍

财政预算控制

- 全成本算法：适用范围，计算，内容
- 普通会计与审计的区别：无形费用概念和补充费用
- 区别直接和间接费用：分配入产品生产成本的直接费用，间接费用的分配及记录单位产品成本
- 对进出存货成本的不同估算方法：CUMP（单位成本周期性加权平均法），FIFO（先进先出法）
- 通过一个简单的例子连续计算全部费用：通过支出表分配间接成本，采购成本，生产成本，分析结果
- 完全成本与特定成本：间接成本支出表实用技术点
- 原材料采购成本：直接费用和间接费用，产品入库价值，产品出库增加值，库存表，不同的盘存方式
- 生产成本
- 如何使不同的产品共存于同一个生产周期：主要产品及其衍生品（成品，中间产品，在生产产品）
- 生产成本组成：直接生产成本和间接生产成本
- 在生产产品：对主要产品生产成本的影响，以及对在生产成本的改良
- 次要产品生产成本
- 成本：直接和间接费用

- 部分费用：研究的行为，收费：固定成本，可变成本，直接和间接费用
- 可变成本与可变成本盈余
- 特殊成本与特殊成本盈余
- 部分成本和决策
- 盈亏分界：定义和计算公式
- 图形注解
- 边际日期，规则性与非规则性销售
- 盈利安全指数
- 预先提扣额指数
- 杠杆运作
- 盈亏界值与操作：应用范例

沟通和职业人际交往

- 职业计划：知道如何界定其目标，区分与“目的”的不同性，一个好的目标的准则：显然的，按排序有价值可循，与自身技能相适应，有潜力的
- 对就业市场的研究：认识就业市场，知道如何处理分析问题以及方法
- 招聘启事：认真对待招聘启事，研究企业所需及如何编写一份高质量的招聘启事
- 对时间的管理：时间与效率
- 关于紧张情绪：定义与图示
- 领会自己管理时间的方式：追溯性或递延性？
- 主要的职业性压力及如何管理
- 时间管理的基本信条
- 就业及招聘：深入研究招聘过程并量身定制简历
- 动机信：不同情况下的动机信，求职第一步（其目的在于迅速获得一个面试）
- 求职面试：应具备的态度；会出现的错误；可能出现的基本问题；如何有效沟通；心理测试
- 交流过程中的心理逻辑沟通：和解性分析（AT）：自我报告和 EAP 系统；和解性；举例；投入实际应用
- 根据和解性研究确立在 AT 格中的位置
- 形态语言学：简介；运作：术语
- 几项技巧的介绍：镜子反射法；正面性自我描述

电子商业营销

- 创建阶段的主要步骤或如何设计一个网站。营销怎样起步：建立发展一个网站，最终制定了一项在线的客户管理系统
- 网站发展的主要过程：市场研究：需求情况，竞争对手，宏观经济环境；市场决策：营销目标与战略，规划和设计报告；网站结构的发展；设计与验证；网站成果；维护与保持
- 电子商物营销进行时
- 增加的浏览人数，通过资料参数建立网上与网下的沟通计划：域名
- 如何获得资料参数以及可靠的搜寻工具：搜寻工具的运作及年度资料要素；研究工具（目录搜索，搜索引擎）；优化年度目录中的资料参数：定位；在引擎中优化覆盖参照：定位；如何按引擎需求调整目录要求；技术参照自动化
- 在线沟通：加入一个网站圈并提供互补；在至少一个门户网站中立足；与专门的广告客户建立联系；引领社区与网站的主题；引发公众兴趣并使互联网用户接近自己的网站；发展伙伴关系；加强与新闻界的联系；横幅广告，其他广告；大事记；病毒式营销和邮寄名单；离线促销；商业赞助
- 通过应用人机工程学，精确计算和个性化量身定制让您的网民忠实化
- 营销的关系：论坛，公告板，拍卖，工作组；程式汇编，自动下载，浏览统计，智能代理；个性化的服务和内容；使用电子邮件行销挽留顾客；一对一营销和电子商务客户关系管理；如何将您的访客变成客户；交易的安全性和数据保护解决方案；商业在线支付系统；物流；销售条件

国际市场营销

- 国际市场营销介绍
- 国际营销环境概述
- 文化对国际市场营销的影响
- 国际市场营销研究：方法与挑战
- 国际市场分割，目标和定位
- 产品和服务

➤ 大学三年级奢侈品国际工商管理专业

宗旨：

我们的主要目的是培训有丰厚实践操作经验及文化底蕴的高级管理人才，我们的核心宗旨是将管理与实践相结合，通过与环境的融合来开展在奢侈品产业中的技术实践。

➤ 奢侈品社会学

- 豪华消费社会学
- 奢侈品消费者的行为研究
- 豪华奢侈品的购买动机
- 消费者与品牌

➤ 奢侈品市场营销学

- B 到 C 营销
- 高级商品营销
- 策略定位
- 豪华品牌及客户关系
- 设计在奢侈品营销学中的角色
- 品牌的管理

➤ 奢侈品及形象推广

- 媒介宣传
- 可利用的形象推广工具
- 豪华品牌与广告创作

➤ 豪华品牌的市场投放

- 豪华品牌的市场投放策略
- 商议与销售

➤ 奢侈品文化

- 奢侈品的历史(时装、香水, 化妆用品, …)
- 艺术和设计的历史
- 品牌的历史

➤ 豪华品牌的普遍方针政策

- 豪华产业的公司战略
- 非定位, 多元化, 品牌形象的质量

➤ 大学三年级国际旅游企业管理专业: 地域文化和旅游公司的管理以及项目运作

第一部分: 以文化和旅游为背景的企业

➤ 旅游发展的概念和要点问题

(理解旅游业发展中的社会学现象和相关理念)

主要内容:

- 旅游事业中的人类学
- 文化旅游中介的公众基础
- 可持续发展: 理念和目标
- 从社会学角度看待旅游发展

能力培养:

- 了解法国和世界旅游业的发展动态
- 了解为什么人们爱选择那些介绍简明的旅游活动
- 了解一些理念并获得一种有关旅游事业的全局观。
- 促进不同参与者的互动, 调解他们之间的矛盾冲突

➤ 地域和旅游

(旅游业在区域环境中的定位)

主要内容:

- 旅游地理学: 人流, 目的地, 景观和代表性事物
- 环境和饮食: 旅游空间的模式和制约因素

- 主要旅游政策：从口号到综合发展
- 区域旅游机构和组织

能力培养：

- 根据尺度去了解一个区域（它可能是一个市镇，一个国家或者世界上某个地区）
- 的整体环境和其中的功能运作。
- 从多样性和制约因数对区域环境进行分析
- 提取关键因素，并了解相关的政治和经济因素
- 协调管理区域内不同成员的利益

➤ **营销学和传播学**

(旅游公司在相关服务中的公关和营销手段)

主要内容：

- 有关战略和具体操作的营销学
- 供求营销学
- 电子营销学
- 旅游业中的营销学
- 对多媒体传播策略的判断和评估方法。
- 旅游业中的传播学
- 介绍文化和旅游领域中的相关惯例和电子产品
- 旅游公司的实际案例分析

能力培养：

- 了解并建立传播策略
- 制定市场分析并提出相关策略
- 制定，组织并实施与区域政治机构的传播计划

第二部分：发展企业项目的具体内容：

➤ **旅游机构管理**

(不论是国营还是私营，企业发展的关键是领会管理的中心问题)

主要内容：

- 管理策略
- 财务分析和财务管理
- 企业审计
- 国家及区域性商法

- 调和性分析
- 人力资源管理

能力培养:

- 掌握必要的途径建立一个有竞争实力的管理策略
- 建立一个企业审计系统
- 进行企业革新，发展文化和旅游项目
- 培养完备的管理企业的操作能力

➤ **旅游项目管理**

(在培训中要开展一个企业项目，在这一过程中将获得个人陪同指导)

主要内容:

- 项目工程师
- 旅游项目管理
- 项目小组管理
- 案例分析
- 领导公共项目的实施

能力培养:

- 掌握必要的管理和分析方法引导企业项目的发展
- 培养完备的项目管理操作能力（项目管理）

➤ **具体执行计划**

(建立一个项目发展文本，用于说明项目的具体内容和可行性)

主要内容:

- 企业和项目的中心问题
- 研究的关键点
- 分析案例
- 方法论

能力培养:

- 建立一份综合概括的文本，分析项目背景，发现中心问题，提出解决设想，起草战略计划
- 如何把这份文件介绍给不同角色的人：投资商、银行家、行政管理领导如：市长、省长等……

第三部分：补充培训

➤ 交流工具

(建立一套能力标准，补充所缺乏的和必要的专业技能)

主要内容：

- 电脑工具
- 分析的方法以及辅助决策的工具
- 旅游法语
- 旅游英语
- 语言与交流

能力培养：

- 有关旅游领域的电脑知识和语言技能