

DESCRIPTIONS DES COURS

Vous trouverez les descriptions détaillées des cours dans les pages suivantes. Si vous ne trouvez pas la description du cours que vous recherchez dans ce document, veuillez nous contacter par e-mail pour nous la demander. Attention, **certains cours sont bilingues.**

FRANCAIS

SEMESTRE D'AUTOMNE





Descriptif de l'unité d'enseignement

1. ORGANISATION GÉNÉRALE DE L'UNITÉ D'ENSEIGNEMENT

Ecole/site	HEG Fribourg
Domaine	Economie et Services
Filière(s)	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
Orientation	--

Intitulé du cours	Ad-Venture : de l'Idée à la Réalité
Intitulé du module	Choix principal
Professeur/e	Eva Panetti
Nombre de leçons	60
Nombre d'étudiants	-
Prérequis	-

Nombre Crédits ECTS :	Langue principale d'enseignement	Validation pour les études plurilingues
5	<input checked="" type="checkbox"/> français <input type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> anglais	<input checked="" type="checkbox"/> français <input type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> anglais

Dates et heures de cours	Tous les jeudis du semestre d'automne de 13h45 à 17h05.
---------------------------------	---



2. OBJECTIFS GÉNÉRAUX

Ce cours explore comment identifier des opportunités entrepreneuriales et structurer un projet entrepreneurial de manière crédible.

À l'issue du cours, les étudiants seront capables de :

- Identifier des opportunités entrepreneuriales à partir de l'observation et de l'analyse de problèmes réels et de besoins latents
- Mobiliser des outils de créativité pour générer et sélectionner des idées à potentiel
- Adopter une mentalité lean pour tester, valider et itérer une idée en conditions d'incertitude
- Définir une proposition de valeur claire et structurer un modèle d'affaires cohérent
- Analyser la viabilité économique d'une idée entrepreneuriale
- Identifier les acteurs et les ressources clés de l'écosystème entrepreneurial pour faire levier sur son projet
- Planifier un parcours entrepreneurial par jalons en définissant des métriques de succès et des critères de validation
- Communiquer et pitcher une idée entrepreneuriale de manière claire et convaincante

3. CONTENU ET FORME D'ENSEIGNEMENT

Le cours est structuré en trois modules principaux qui articulent apports théoriques, outils pratiques et mises en situation réelles.

I. Opportunités et génération d'idées

Objectif : Développer une capacité à observer, analyser et identifier des opportunités entrepreneuriales à partir de problèmes réels et de besoins latents.

- Introduction à la pensée entrepreneuriale et à l'approche orientée problème
- Outils d'observation et d'analyse du marché
- Techniques de créativité et de génération d'idées
- Lancement du projet d'équipe : identification d'une opportunité entrepreneuriale

II. Conception et validation du modèle d'affaires

Objectif : Apprendre à structurer une idée entrepreneuriale en un modèle d'affaires cohérent et à en tester la viabilité.

- Proposition de valeur et logique du modèle d'affaires
- Analyse de la viabilité économique et de l'écosystème entrepreneurial
- Approche lean : hypothèses, tests et itérations
- Utilisation d'outils d'IA pour l'analyse et la conception du modèle d'affaires

III. Structuration et communication du projet

Objectif : Transformer le projet entrepreneurial en une proposition crédible et convaincante.

- Stratégie go-to-market : segmentation, ciblage et premiers leviers de croissance
- Planification par jalons et définition de métriques de succès
- Mobilisation des ressources et ancrage dans l'écosystème
- Techniques de pitch et de communication entrepreneuriale
- Présentation finale des projets d'équipe

Formes d'enseignement

Le cours combine apports conceptuels, ateliers pratiques, travail en équipe et accompagnement personnalisé. Les séances s'appuient sur des cas réels, des retours d'experts et l'utilisation d'outils d'IA, favorisant une pédagogie active et ancrée dans la réalité entrepreneuriale.



4. MODALITES D'ÉVALUATION ET DE VALIDATION

- **Participation active – 10%**
Engagement dans les discussions, les ateliers et le travail en équipe tout au long du cours.
- **Test écrit (individuel) – 30%**
Évaluation des connaissances théoriques et des cadres conceptuels abordés durant le cours.
- **Projet entrepreneurial (groupe) – 60%**
Développement et présentation d'un projet entrepreneurial complet, de l'identification de l'opportunité à la structuration d'un modèle d'affaires crédible et d'une stratégie go-to-market, défendu en fin de cours.

Selon directives de l'enseignant-e



Descriptif de l'unité d'enseignement

1. ORGANISATION GÉNÉRALE DE L'UNITÉ D'ENSEIGNEMENT

Ecole/site	HEG Fribourg
Domaine	Economie et Services
Filière(s)	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
Orientation	--

Intitulé du cours	Integrated HR practices
Intitulé du module	Choix principal
Professeur/e	Mathias Rossi et intervenants
Nombre de leçons	60
Nombre d'étudiants	Max. 35
Prérequis	-

Nombre Crédits ECTS :	Langue principale d'enseignement	Validation pour les études plurilingues
5	<input checked="" type="checkbox"/> français <input type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> anglais	<input checked="" type="checkbox"/> français <input type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> anglais

Dates et heures de cours	Tous les vendredis du semestre d'automne de 13h45 à 17h05
---------------------------------	---



2. OBJECTIFS GENERAUX

- 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

3. CONTENU ET FORME D'ENSEIGNEMENT

Cours, intervenants externes, études de cas, travaux individuels et de groupes

4. MODALITES D'EVALUATION ET DE VALIDATION

Examen écrit individuel ou en groupe, français : selon directives de l'enseignant-e.



Descriptif de l'unité d'enseignement

1. ORGANISATION GÉNÉRALE DE L'UNITÉ D'ENSEIGNEMENT

Ecole/site	HEG Fribourg
Domaine	Economie et Services
Filière(s)	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
Orientation	--

Intitulé du cours	Compétences entrepreneuriales, cours bilingue français-allemand
Intitulé du module	Choix principal
Professeur/e	Salma Fattoum et Danielle Burkhard
Nombre de leçons	60
Nombre d'étudiants	-
Prérequis	-

Nombre Crédits ECTS :	Langue principale d'enseignement	Validation pour les études plurilingues
5	<input checked="" type="checkbox"/> français <input checked="" type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> anglais	<input checked="" type="checkbox"/> français <input checked="" type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> anglais

Dates et heures de cours	Tous les lundis du semestre d'automne de 13h45 à 17h05
--------------------------	--

Cette option comprend des cours en français et en allemand. Vous pouvez faire valider les crédits soit en français, soit en allemand. Les évaluations doivent être effectuées dans la langue choisie.



2. OBJECTIFS GENERAUX

Ce cours vise à permettre aux étudiant·e·s de découvrir et d'expérimenter le processus de création d'entreprise de manière active, en combinant des apports théoriques (Lean Startup, effectuation, modèle d'affaires) avec une mise en pratique concrète en groupe.

À travers un projet entrepreneurial collaboratif (de l'idée au terrain), les étudiant·e·s explorent les différentes phases clés d'un projet de création (idéation, marché, cible, communication, pitch).

Le cours permet ainsi de :

Comprendre les fondamentaux de l'entrepreneuriat, sous ses formes classiques et sociales, ainsi que le rôle de l'intrapreneuriat et de développer des compétences pratiques en gestion de projet, créativité, travail d'équipe et communication.

3. CONTENU ET FORME D'ENSEIGNEMENT

Cours composé d'une partie théorique et d'un projet entrepreneurial en groupe.

4. MODALITES D'EVALUATION ET DE VALIDATION

Langues : français et allemand

Examens:

50% : Rapports écrits (par rapport aux phases du projet)

50% : Présentations orales

Selon directives de l'enseignant·e.



Descriptif de l'unité d'enseignement

1. ORGANISATION GENERALE DE L'UNITÉ D'ENSEIGNEMENT

Ecole/site	HEG Fribourg
Domaine	Economie et Services
Filière(s)	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
Orientation	--

Intitulé du cours	Le Plan Marketing
Intitulé du module	Choix principal
Professeur/e	Julien Intartaglia
Nombre de leçons	60
Nombre d'étudiants	-
Prérequis	-

Nombre Crédits ECTS :	Langue principale d'enseignement	Validation pour les études plurilingues
5	<input checked="" type="checkbox"/> français <input type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> anglais	<input checked="" type="checkbox"/> français <input type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> anglais

Dates et heures de cours	Tous les vendredis du semestre d'automne de 7h50 à 11h10
---------------------------------	--



2. OBJECTIFS GENERAUX

A la fin du cours, l'étudiant-e peut :

- identifier un problème marketing/communication ;
- rédiger un plan marketing ;
- gérer un projet en équipe ;
- Intégrer l'IA générative et analytique dans la construction d'un plan marketing (veille, benchmark, scénarios stratégiques, simulation d'actions) ;
- vendre une stratégie marketing et un plan d'actions opérationnelles et des recommandations managériales à des chefs d'entreprise.

3. CONTENU ET FORME D'ENSEIGNEMENT

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.

L'étudiant-e, en qualité de consultant en marketing, travaille sur les deux étapes du processus de réalisation du plan marketing :

1. La définition de la stratégie marketing (par le biais de l'analyse du marché, du benchmarking, des études de marché...)

2. La proposition d'une stratégie de marketing opérationnelle (objectifs, segmentation, proposition de valeur, plan d'actions etc.).

Environ 70% du temps est consacré à la pratique. Les étudiants bénéficient au fur et à mesure d'un coaching personnalisé.

Ci-dessous figure le programme détaillé :

- 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 ;
- L'IA au service du plan marketing : veille stratégique, analyse concurrentielle, génération de scénarios et aide à la décision ;
- Budget et calendrier du plan ;
- La rédaction et la structure du plan marketing

4. MODALITES D'EVALUATION ET DE VALIDATION

Le plan marketing représente le 100% de la note : selon directives de l'enseignant-e.



Descriptif de l'unité d'enseignement

1. ORGANISATION GENERALE DE L'UNITÉ D'ENSEIGNEMENT

Ecole/site	HEG Fribourg
Domaine	Economie et Services
Filière(s)	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
Orientation	--

Intitulé du cours	Fundamentals of sustainable business & management
Intitulé du module	Choix principal
Professeur/e	Laurent Houmard Greta Balliu Divers intervenants
Nombre de leçons	60
Nombre d'étudiants	Max. 20
Prérequis	-

Nombre Crédits ECTS :	Langue principale d'enseignement	Validation pour les études plurilingues
5	<input checked="" type="checkbox"/> français <input type="checkbox"/> allemand <input checked="" type="checkbox"/> anglais	<input checked="" type="checkbox"/> français <input type="checkbox"/> allemand <input checked="" type="checkbox"/> anglais

Dates et heures de cours	Tous les vendredis du semestre d'automne de 8h35 à 11h55
---------------------------------	--



2. OBJECTIFS GENERAUX

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.

Compétences visées

Outre des compétences techniques, la capacité à agir dans le domaine de la durabilité nécessite les compétences suivantes :

- 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

A la fin du cours, les étudiants

- 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



3. CONTENU ET FORME D'ENSEIGNEMENT

- 1) Enjeux sociétaux et concept du développement durable
 - Fresque du climat : Systémique des enjeux
 - Problématiques et défis planétaires : changement climatique, ressources naturelles, biodiversité, etc.
 - Historique du développement durable et les 17 ODDs
- 2) Politiques publiques et enjeux économiques
 - 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)
- 3) Analyse et contexte de l'entreprises
 - 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
- 4) Sustainable management : diagnostique performance
 - 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)
- 5) Evaluation RSE/ESG d'une entreprise
 - 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.

NB : Les contenus peuvent subir des modifications, notamment en fonction de l'évolution de l'actualité et du temps disponible.

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

4. MODALITES D'EVALUATION 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) : selon directives de l'enseignant-e.



Descriptif de l'unité d'enseignement

1. ORGANISATION GENERALE DE L'UNITÉ D'ENSEIGNEMENT

Ecole/site	HEG Fribourg
Domaine	Economie et Services
Filière(s)	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
Orientation	--

Intitulé du cours	Communication par l'image à l'ère de l'IA
Intitulé du module	Choix secondaire
Professeur/e	Corinne Rebetez
Nombre de leçons	30
Nombre d'étudiants	Max. 15
Prérequis	-

Nombre Crédits ECTS :	Langue principale d'enseignement	Validation pour les études plurilingues
3	<input checked="" type="checkbox"/> français <input type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> anglais	<input checked="" type="checkbox"/> français <input type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> anglais

Dates et heures de cours	Mercredi 28.10.2026 de 17h15 à 20h30 Mercredi 04.11.2026 de 17h15 à 20h30 Samedi 07.11.2026 de 9h00 à 15h00 Mercredi 11.11.2026 de 17h15 à 20h30 Mercredi 18.11.2026 de 17h15 à 20h30 Mercredi 25.11.2026 de 17h15 à 20h30 Mercredi 02.12.2026 de 17h15 à 20h30
---------------------------------	---



2. OBJECTIFS GÉNÉRAUX

Maîtriser la communication d'un message par l'image (photo/vidéo).
Analyser de manière critique des images (photos, visuels, vidéos courtes) produites ou transformées par des systèmes d'IA dans des contextes de communication professionnelle.
Concevoir un dispositif de communication visuelle intégrant de manière pertinente des outils IA (génération, retouche, montage, automatisation).
Identifier les enjeux éthiques, juridiques et sociétaux liés à l'usage de l'IA dans la communication par l'image (deepfakes, droits d'auteur, droit à l'image, confiance, authenticité).

3. CONTENU ET FORME D'ENSEIGNEMENT

L'enseignement est essentiellement basé sur la pratique (création d'un dispositif de communication visuelle) et est orienté « communication d'entreprise ».

4. MODALITÉS D'ÉVALUATION ET DE VALIDATION

L'évaluation sera faite sur le dispositif de communication visuelle créée (selon directives de l'enseignant-e) et la défense de son travail (50%-50%).



Descriptif de l'unité d'enseignement

1. ORGANISATION GÉNÉRALE DE L'UNITÉ D'ENSEIGNEMENT

Ecole/site	HEG Fribourg
Domaine	Economie et Services
Filière(s)	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
Orientation	--

Intitulé du cours	Egalité dans la vie professionnelle
Intitulé du module	Choix secondaire
Professeur/e	Mathias Rossi
Nombre de leçons	30
Nombre d'étudiants	-
Prérequis	-

Nombre Crédits ECTS :	Langue principale d'enseignement	Validation pour les études plurilingues
3	<input checked="" type="checkbox"/> français <input type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> anglais	<input checked="" type="checkbox"/> français <input type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> anglais

Dates et heures de cours	Mercredi 16.09.2026 de 17h15 à 21h00 Mercredi 23.09.2026 de 17h15 à 21h00 Mercredi 30.09.2026 de 17h15 à 21h00 Mercredi 07.10.2026 de 17h15 à 21h00 Mercredi 14.10.2026 de 17h15 à 21h00 Samedi 17.10.2026 de 9h00 à 17h00
---------------------------------	---



2. OBJECTIFS GENERAUX

Connaître et pratiquer les leviers pour favoriser l'égalité en entreprise ; conseils, bonnes pratiques et outils à l'appui.

3. CONTENU ET FORME D'ENSEIGNEMENT

Cours développé en collaboration avec le bureau de l'égalité et de la famille BEF de Fribourg. Cours, exercices pratiques, études de cas, interventions d'externes.

4. MODALITES D'EVALUATION ET DE VALIDATION

Travaux individuels et de groupes durant le cours : selon directives de l'enseignant-e



Descriptif de l'unité d'enseignement

1. ORGANISATION GENERALE DE L'UNITÉ D'ENSEIGNEMENT

Ecole/site	HEG Fribourg
Domaine	Economie et Services
Filière(s)	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
Orientation	--

Intitulé du cours	Gestion immobilière
Intitulé du module	Choix secondaire
Professeur/e	Pascale Ding Marilyne Pasquier
Nombre de leçons	30
Nombre d'étudiants	Max. 50
Prérequis	-

Nombre Crédits ECTS :	Langue principale d'enseignement	Validation pour les études plurilingues
3	<input checked="" type="checkbox"/> français <input type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> anglais	<input checked="" type="checkbox"/> français <input type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> anglais

Dates et heures de cours	<p><u>Cours n°1 pour les étudiants à plein temps :</u> Mardi 03.11.2026 de 13h45 à 17h05 Mardi 10.11.2026 de 13h45 à 17h05 Mardi 17.11.2026 de 13h45 à 17h05 Mardi 24.11.2026 de 13h45 à 17h05 Mardi 01.12.2026 de 13h45 à 17h05 Mardi 15.12.2026 de 13h45 à 17h05 Mardi 22.12.2026 de 13h45 à 17h05 Mardi 12.01.2027 de 13h45 à 14h45 (Examen)</p> <p><u>Cours n°2 pour les étudiants en emploi :</u> Lundi 15.03.2027 de 17h15 à 20h30 Lundi 22.03.2027 de 17h15 à 20h30 Lundi 05.04.2027 de 17h15 à 20h30 Lundi 12.04.2027 de 17h15 à 20h30 Lundi 19.04.2027 de 17h15 à 20h30 Lundi 26.04.2027 de 17h15 à 20h30 Lundi 03.05.2027 de 17h15 à 20h30 Lundi 10.05.2027 de 17h15 à 18h15 (Examen)</p>
--------------------------	---



2. OBJECTIFS GÉNÉRAUX

Il s'agit d'une part de familiariser les étudiants avec la structure et les particularités du marché immobilier en Suisse. D'autre part, il vise à appliquer les connaissances de base acquises en gestion d'entreprise à ce domaine.

3. CONTENU ET FORME D'ENSEIGNEMENT

Avec la participation d'intervenants du domaine de l'immobilier, les questions spécifiques suivantes structurent ce cours :

- Qu'est-ce que le marché immobilier en Suisse ?
- Pourquoi devenir propriétaire et avec quels fonds ?
- Quelle est la valeur d'un bien immobilier, ses charges, ses revenus, ses incidences fiscales ?
Comment s'y retrouver ?
- Comment rechercher et sélectionner un bien immobilier ?
Comment établir une promotion immobilière ?
- Locataires, quels sont vos droits et vos obligations ?
- Bailleurs, quels sont vos frais et loyers ; à la recherche du juste prix ?
- Construire oui, mais comment ?

4. MODALITÉS D'ÉVALUATION ET DE VALIDATION

L'examen écrit en français de 60 minutes composé de questions de compréhension et de développement, ainsi que d'exercices ou études de cas pour contrôler l'atteinte des objectifs spécifiques du contenu du cours : selon directives de l'enseignant-e.



Descriptif de l'unité d'enseignement

1. ORGANISATION GENERALE DE L'UNITÉ D'ENSEIGNEMENT

Ecole/site	HEG Fribourg
Domaine	Economie et Services
Filière(s)	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
Orientation	--

Intitulé du cours	Management collaboratif et Facilitation de l'intelligence collective
Intitulé du module	Choix secondaire
Professeur/e	Greta Balliu
Nombre de leçons	30
Nombre d'étudiants	Max. 20
Prérequis	Être intéressé à articuler sa contribution individuelle avec celle d'un groupe de travail et d'une équipe apprenante Vouloir explorer le savoir-être et le savoir-agir ensemble Avoir au moins un niveau B2 de la langue française

Nombre Crédits ECTS :	Langue principale d'enseignement	Validation pour les études plurilingues
3	<input checked="" type="checkbox"/> français <input type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> anglais	<input checked="" type="checkbox"/> français <input type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> anglais

Dates et heures de cours	Samedi 19.09.2026 de 8h35 à 11h55 et 13h00 à 16h20 Samedi 26.09.2026 de 8h35 à 11h55 et 13h00 à 16h20 Samedi 03.10.2026 de 8h35 à 11h55 et 13h00 à 16h20 Samedi 10.10.2026 de 8h35 à 11h55 et 13h00 à 16h20
---------------------------------	--



2. OBJECTIFS GÉNÉRAUX

- Comprendre les fondements théoriques du management collaboratif et son évolution par rapport aux approches traditionnelles
- analyser les différents modèles organisationnels collaboratifs
- développer une posture de leader-facilitateur basée sur l'écoute active
- adopter un mindset collaboratif privilégiant la transparence et la confiance
- utiliser les outils et méthodes de facilitation (brainstorming structuré, world café, design thinking)
- maîtriser quelques concepts importants : complexité, grille de l'évolution, changement de paradigme, intelligence émotionnelle, réseautage

3. CONTENU ET FORME D'ENSEIGNEMENT

- formation essentiellement basée sur des notions théoriques et des cas pratiques
- compréhension du contexte et de l'époque actuelle
- contenu adapté aux exigences du management dans un contexte complexe et de changement toujours plus rapide

4. MODALITÉS D'ÉVALUATION ET DE VALIDATION

Évaluation écrite : connaissance des notions théoriques et pratiques travers un cas d'étude concret.

Selon directives de l'enseignant-e



Teaching unit description

1. GENERAL ORGANISATION OF THE TEACHING UNIT

School/Location	School of Management Fribourg
Field of study	Economics and Services
Degree program	Bachelor in Business Administration (full-time and part-time study)
Orientation	--

Course title	Projet d'innovation transdisciplinaire en santé numérique / Transdisciplinary Innovation Project in e-Health
Module title	Secondary choice
Professor	Leonardo Angelini Maurizio Caon Eva Panetti
Number of lessons	30
Number of students	Max. 15
Prerequisites	Pour le cours du deuxième semestre, le cours du premier semestre sera un prérequis. / For the second semester course, the first semester course will be a prerequisite.

Number of ECTS credits:	Main language of instruction	Language credits for a multilingual course of study
3	<input checked="" type="checkbox"/> french <input type="checkbox"/> german <input checked="" type="checkbox"/> english	<input checked="" type="checkbox"/> french <input type="checkbox"/> german <input checked="" type="checkbox"/> english

Course dates and times	Autumn semester <ul style="list-style-type: none">• 8 Mondays during the first semester, approximately every two weeks, from 8.35 to 11.55• First lesson: 14.09.2026 Spring semester <ul style="list-style-type: none">• 8 Mondays during the second semester, approximately every two weeks, from 8.35 to 11.55• First lesson: 22.02.2027
-------------------------------	--

2. GENERAL OBJECTIVES

Les projets d'innovation transdisciplinaire en santé numérique ont pour objectif de développer de nouvelles solutions technologiques visant à soutenir l'autogestion des personnes vivant avec des maladies ou des conditions chroniques. Ces projets sont menés par des équipes interdisciplinaires composées d'étudiant·e·s de la Haute école de santé, de l'orientation ingénierie des données de la Haute école d'ingénierie et d'architecture, ainsi que d'étudiant·e·s en économie et services de la HEG. Les étudiant·e·s sont accompagné·e·s par une équipe de coaching interdisciplinaire, qui propose également des enseignements spécifiquement conçus pour offrir une expérience intégrée du processus d'innovation. Cette approche permet aux participant·e·s de développer l'aisance et les compétences nécessaires à leur future pratique professionnelle.

Ces projets offrent ainsi aux étudiant·e·s des différentes écoles l'opportunité de vivre l'ensemble du processus de développement d'un produit et/ou d'un service — de l'idéation aux phases de test et de déploiement auprès des utilisateur·rice·s finaux·ales — tout en mettant en pratique les outils et compétences acquis au cours de leur formation théorique et pratique.

Par ailleurs, le cours encourage fortement l'organisation autonome des étudiant·e·s, afin de favoriser le développement de compétences en gestion de projet, en travail d'équipe et en prise de décision. Le cadre pédagogique proposé repose sur un programme flexible, qui laisse aux équipes une marge de manœuvre suffisante pour structurer leur travail, adapter leurs méthodes et gérer les différentes phases du projet en fonction de leurs besoins et de leur dynamique propre.

Connaissance spécifiques développées par ce cours

- Introduction au design thinking
- Considérations éthiques pour les projets en e-santé
- Outils pour le développement d'un business (e.g., recherche de marché, value proposition canvas, business model canvas, etc.)

Compétences

En plus des compétences acquises dans le cadre d'un projet traditionnel, les projets d'innovation transdisciplinaire favorisent le développement d'approches méthodologiques de résolution de problèmes, de compétences en transfert de technologies, en gestion de projet et en communication. Ces projets amènent les étudiant·e·s à prendre en compte diverses contraintes techniques, organisationnelles et humaines.

Compétences développées dans le projet

- Contribuer à la prise de décision partagée et aux actions concertées dans un projet interprofessionnel.
- Placer les étudiant·e·s dans des situations réelles impliquant le développement d'un projet interprofessionnel Infirmier·ère / Ingénieur·e / Spécialiste en business.
- Co-développer, avec les patient·e·s / client·e·s, un outil technologique destiné à soutenir l'autogestion des personnes vivant avec une maladie chronique.
- Développer leur empowerment professionnel.
- Encourager leur esprit d'innovation et leur créativité.

Compétences professionnelles

- Soutenir le développement d'un produit ou service innovant, de la génération d'idées jusqu'au « lancement sur le marché » (tests utilisateur·rice·s et déploiement en conditions réelles).
- Mettre en œuvre un processus d'innovation permettant de développer de nouvelles technologies en prenant en compte les contraintes techniques, organisationnelles et humaines.
- Intégrer à sa pratique des outils (technologiques et non) visant à favoriser la collaboration entre les différents membres de l'équipe



Compétences sociales

- Traduire et interpréter les langages des différents acteurs et actrices du projet.
- Communiquer, négocier et convaincre les différentes parties prenantes du projet.
- Agir comme interface entre les ressources internes de l'entreprise et/ou institution et ses environnements internes et externes.

Transdisciplinary innovation projects in digital health aim to develop new technological solutions designed to support the self-management of people living with chronic diseases or conditions.

These projects are carried out by interdisciplinary teams composed of students from the Nursing School of Fribourg, students from the Data Engineering orientation of the School of Engineering and Architecture, as well as students in Economics and Services from HEG. The students are supported by an interdisciplinary coaching team, which also provides specially designed teaching activities to offer an integrated experience of the innovation process. This approach enables participants to develop the confidence and skills required for their future professional practice.

These projects thus offer students from the different schools the opportunity to experience the entire process of developing a product and/or service—from ideation to testing and deployment phases with end users—while putting into practice the tools and skills acquired during their theoretical and practical training.

Furthermore, the course strongly encourages student self-organization in order to foster the development of project management, teamwork, and decision-making skills. The proposed pedagogical framework is based on a flexible program that gives teams sufficient autonomy to structure their work, adapt their methods, and manage the different phases of the project according to their needs and their own team dynamics.

Specific knowledge developed by this course

- Introduction to design thinking
- Ethical considerations for e-health projects
- Tools for business development (e.g., market research, value proposition canvas, business model canvas, etc.)

Skills

In addition to the skills acquired through a traditional project, transdisciplinary innovation projects foster the development of methodological problem-solving approaches, technology transfer skills, project management, and communication skills. These projects lead students to take into account various technical, organizational, and human constraints.

Skills developed within the project

- Contribute to shared decision-making and coordinated actions in an interprofessional project.
- Place students in real-life situations involving the development of an interprofessional project involving Nurses / Engineers / Business specialists.
- Co-develop, together with patients / clients, a technological tool designed to support the self-management of people living with a chronic disease.
- Develop their professional empowerment.
- Encourage their innovative mindset and creativity.



Professional skills

- Support the development of an innovative product or service, from idea generation to “market launch” (user testing and deployment in real-world conditions).
- Implement an innovation process that enables the development of new technologies while taking into account technical, organizational, and human constraints.
- Integrate into one’s practice tools (technological and non-technological) aimed at fostering collaboration among different team members.

Social skills

- Translate and interpret the languages of the different actors involved in the project.
- Communicate, negotiate, and persuade the various project stakeholders.
- Act as an interface between an organization’s internal resources and its internal and external environments.

3. CONTENT AND FORM OF INSTRUCTION

- Travail de groupe pour le projet d’innovation
- Sessions en présentiel, en co-présence des étudiants des deux autres domaines
- Travail en autonomie, coaching par les professeurs

- Group work on the innovation project
- On-site sessions with students from the other two disciplines present together
- Independent work, with coaching by the instructors

4. EXAMINATION AND VALIDATION PROCEDURES

Rapport écrit et présentation orale : selon les directives de l’enseignant-e

Langue: anglais/français

Written report and oral presentation: according to teacher's directives

Language: English/French

SEMESTRE DE PRINTEMPS





Descriptif de l'unité d'enseignement

1. ORGANISATION GÉNÉRALE DE L'UNITÉ D'ENSEIGNEMENT

Ecole/site	HEG Fribourg
Domaine	Economie et Services
Filière(s)	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
Orientation	--

Intitulé du cours	Entrepreneuriat social et d'impact
Intitulé du module	Choix principal
Professeur/e	Laurent Houmard
Nombre de leçons	60
Nombre d'étudiants	Max. 25
Prérequis	-

Nombre Crédits ECTS :	Langue principale d'enseignement	Validation pour les études plurilingues
5	<input checked="" type="checkbox"/> français <input type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> anglais	<input checked="" type="checkbox"/> français <input type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> anglais

Dates et heures de cours	Tous les lundis du semestre de printemps de 13h45 à 17h05
---------------------------------	---



2. OBJECTIFS GÉNÉRAUX

L'objectif de ce module est de fournir une compréhension générale de l'entrepreneuriat social et d'impact et des différents types d'organisation et d'approche. L'entrepreneuriat social se réfère à la pratique consistant à combiner l'innovation pour aborder certains de nos problèmes sociaux, économiques et environnementaux les plus difficiles. Le cours examinera l'évolution de la pratique de l'entrepreneuriat qui se concentre sur la transformation des systèmes et des pratiques qui affectent les communautés et les écosystèmes. Le cours met l'accent sur le rôle de l'entrepreneuriat social en tant que nouvel espace stratégique, où l'innovation en matière de produits et de services de pointe et les mécanismes de marché sont mis à profit pour créer un changement positif, qui est de plus en plus considéré comme une puissante alternative aux interventions traditionnelles de la politique sociale, de l'État et du développement

Durant le semestre, les étudiant-e-s, en groupe, vont développer un projet d'organisation capable de contribuer à résoudre l'enjeu identifié en proposant une solution spécifique et concrète sous la forme d'un service ou d'un produit.

Les étudiants seront capables à la fin du cours de :

- Identifier et expliquer les grands défis sociétaux d'aujourd'hui, leurs causes et conséquences
- Comprendre l'histoire et l'émergence de l'entrepreneuriat social
- Décrire la vision d'un entrepreneur social et d'expliquer la complexité des objectifs et de maintenir une cohérence entre des objectifs sociétaux et économiques
- D'expliquer l'écosystème et la multiplicité des modèles d'affaires possibles
- De décrire et analyser comment les entrepreneurs sociaux mobilisent différentes sources de financement et développement des produits et des services basés ou non sur des mécanismes de marché
- Comprendre et décrire la création de valeur par le biais de produits, services et/ou processus et le concept d'innovation de valeur dans le contexte de l'entrepreneuriat social
- Être capable d'exploiter les outils de management (Porter, PP, BMC, analyse de risque, etc.) appris durant les années d'étude

3. CONTENU ET FORME D'ENSEIGNEMENT

- Introduction générale sur l'entrepreneuriat social et exemples de bonnes pratiques en Suisse et à l'étranger et présentation de l'entrepreneuriat social par l'organisation Ashoka, partenaire de la HEG
- Les grands enjeux sociétaux : descriptif, causes et conséquences
- Création et développement en groupe d'une organisation proposant de contribuer à un défi sociétal
- Intégration et utilisation de nombreux outils acquis dans différents cours de bachelor (en management stratégique, finance, marketing, RH, etc.)
- Réflexion sur le développement de la proposition de valeur de son organisation et son positionnement
- Concept de modèle d'affaires et de création de valeur sociétale positive
- Présentation des enjeux spécifiques organisationnels en termes RH et structure de l'organisation
- Présentation du concept de la mesure de l'impact social (sociétal)

Forme d'enseignement :

Présentation des concepts et théorie
Pédagogie interactive (de type classe inversée)
Construction progressive de son projet d'organisation
Challenges entre groupes
Interventions de praticiens et d'experts

4. MODALITÉS D'ÉVALUATION ET DE VALIDATION

Création d'une entreprise à impact sociétal positif : vidéo, rapport écrit, challenge soutenance orale (en groupe) et questions/réponses : selon directives de l'enseignant-e



Descriptif de cours

1. ORGANISATION GENERAL DU COURS

Ecole/site	HEG Fribourg
Domaine	Economie et Services
Filière(s)	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
Orientation	--

Intitulé du cours	Finance durable
Intitulé du module	Choix principal
Professeur/e	Jonathan Massonnet et Yvan Maillard Ardent
Nombre de leçons	60
Nombre d'étudiants	Max. 25
Prérequis	-

Nombre Crédits ECTS :	Langue principale d'enseignement	Validation pour les études plurilingues
5	<input checked="" type="checkbox"/> français <input type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> anglais	<input checked="" type="checkbox"/> français <input type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> anglais

Dates et heures de cours	Tous les lundis du semestre de printemps de 17h15 à 20h30
---------------------------------	---



2. OBJECTIFS GENERAUX

- Connaître les fondamentaux et les différentes approches de la finance durable
- Expliquer le rôle de la finance dans la lutte contre le changement climatique
- Identifier les acteurs et décrire l'écosystème de la finance durable
- Examiner les instruments financiers et les marchés associés à la finance durable
- Comprendre les enjeux de la finance durable pour les acteurs du système financier
- Analyser les enjeux écologiques, sociaux et de gouvernance (ESG) dans les décisions d'investissement
- Connaître les politiques publiques et les régulations internationales influençant la finance durable

3. CONTENU ET FORME D'ENSEIGNEMENT

Première partie – Le paradigme de la finance durable

- Concept de finance durable
- Utilité sociale de la finance vs. financiarisation
- Risques climatiques
- Financement de la transition énergétique (Accords de Paris 2015)
- Développement durable et gouvernance d'entreprise

Deuxième partie – Acteurs et marchés de la finance durable

- Actions (engagement actionnarial)
- Obligations vertes
- Fonds durables
- Banques éthiques
- Microfinance
- Marchés des droits à polluer

Troisième partie – approches et pratiques de la finance durable

- Gestion de portefeuille
- Investissement ESG (exclusion, best-in-class, intégration)
- Critères et notation ESG
- Investissement d'impact
- Micro-crédits et banques durables
- Rentabilité des actifs verts
- Controverses sur les financements verts

Troisième partie – Politiques publiques et réglementation de la finance durable

- Politique monétaire verte
- Politiques prudentielles vertes / stress tests climatiques
- Régulation des marchés des droits à polluer
- Taxonomie verte et transparence
- Greenwashing
- Reporting ESG

4. MODALITES D'EVALUATION ET DE VALIDATION

Etude de cas (dossier et présentation) en groupe sur une offre de fonds de placement durable (50%)
Examen écrit (questions à développer) (50%)

Selon directives de l'enseignant-e



Descriptif de l'unité d'enseignement

1. ORGANISATION GÉNÉRALE DE L'UNITÉ D'ENSEIGNEMENT

Ecole/site	HEG Fribourg
Domaine	Economie et Services
Filière(s)	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
Orientation	--

Intitulé du cours	Finance PME
Intitulé du module	Choix principal
Professeur/e	Michel Gauthier / Serge Migy
Nombre de leçons	60
Nombre d'étudiants	-
Prérequis	-

Nombre Crédits ECTS :	Langue principale d'enseignement	Validation pour les études plurilingues
5	<input checked="" type="checkbox"/> français <input type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> anglais	<input checked="" type="checkbox"/> français <input type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> anglais

Dates et heures de cours	Tous les mardis du semestre de printemps de 17h15 à 20h30
---------------------------------	---



2. OBJECTIFS GÉNÉRAUX

- Comprendre les mécanismes financiers spécifiques
- Connaître les instruments principaux de gestion financière
- Être en mesure d'apprécier la situation financière
- Savoir gérer une trésorerie (cash management)
- Savoir gérer les problèmes financiers liés aux successions
- Connaître et savoir maîtriser les aspects fiscaux du financement des entreprises (sociétés de personnes (RI/SNC) et sociétés de capitaux)
- Comprendre les enjeux fiscaux principaux d'une transmission d'entreprise (MBO, vente, etc.)
- Comprendre le rôle économique des banques
- Connaître les produits hypothécaires et commerciaux des banques
- Connaître les garanties possibles ou obligatoires d'un crédit
- Être en mesure de présenter une demande de crédit

3. CONTENU ET FORME D'ENSEIGNEMENT

- Ce module sera donné par des professeurs de l'école qui sont aussi des professionnels de la banque et du conseil fiscal et juridique.
- Le cours sera basé sur les connaissances légales et fiscales ainsi que sur la résolution de cas.
- La participation est particulièrement recommandée aux étudiant-e-s qui travaillent ou envisagent de travailler dans une PME familiale. Leur expérience sera également intégrée dans le cours.

4. MODALITÉS D'ÉVALUATION ET DE VALIDATION

2 examens écrits ; l'un pour la partie fiscalité, l'autre pour la partie bancaire
Une seule note pondérée à 50% par chacun des deux examens précités.
Les réponses de l'examen peuvent être rédigées en allemand.

Selon directives de l'enseignant-e



Descriptif de l'unité d'enseignement

1. ORGANISATION GENERALE DE L'UNITÉ D'ENSEIGNEMENT

Ecole/site	HEG Fribourg
Domaine	Economie et Services
Filière(s)	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
Orientation	--

Intitulé du cours	Créez une publicité de A à Z
Intitulé du module	Choix principal
Professeur/e	Julien Intartaglia
Nombre de leçons	60
Nombre d'étudiants	-
Prérequis	-

Nombre Crédits ECTS :	Langue principale d'enseignement	Validation pour les études plurilingues
5	<input checked="" type="checkbox"/> français <input type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> anglais	<input checked="" type="checkbox"/> français <input type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> anglais

Dates et heures de cours	Tous les vendredis du semestre de printemps de 13h45 à 17h05
---------------------------------	--



2. OBJECTIFS GENERAUX

A la fin du cours, l'étudiant-e peut :

- 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 ;
- compléter la réflexion humaine avec l'usage de l'intelligence artificielle générative comme outil d'idéation, de prototypage et d'optimisation créative ;
- 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.

3. CONTENU ET FORME 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, la réalisation du storyboard, la mise en place du tournage pour finir sur le montage du spot publicitaire et la présentation au client.

Environ 80% du temps est consacré à la pratique. Les étudiants bénéficient au fur et à mesure d'un coaching personnalisé.

Ci-dessous figure le programme détaillé :

- 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
- L'IA en publicité : de la génération d'idées à l'optimisation prédictive des campagnes
- 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

4. MODALITES D'EVALUATION ET DE VALIDATION

La campagne de communication représente le 100% de la note : selon directives de l'enseignant-e



Descriptif de l'unité d'enseignement

1. ORGANISATION GENERALE DE L'UNITÉ D'ENSEIGNEMENT

Ecole/site	HEG Fribourg
Domaine	Economie et Services
Filière(s)	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
Orientation	--

Intitulé du cours	Leadership development orientation «Coach-responsable de conduite»
Intitulé du module	Choix principal
Professeur/e	Romain Ducret / Mathias Rossi
Nombre de leçons	60
Nombre d'étudiants	Max. 35
Prérequis	-

Nombre Crédits ECTS :	Langue principale d'enseignement	Validation pour les études plurilingues
5	<input checked="" type="checkbox"/> français <input type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> anglais	<input checked="" type="checkbox"/> français <input type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> anglais

Dates et heures de cours	Tous les vendredis du semestre de printemps de 8h35 à 11h55
---------------------------------	---



2. OBJECTIFS GENERAUX

- 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

3. CONTENU ET FORME D'ENSEIGNEMENT

Parties théoriques, exercices pratiques issus de la réalité, entretiens didactiques

4. MODALITES D'EVALUATION ET DE VALIDATION

Examen écrit: selon directives de l'enseignant-e.



Descriptif de l'unité d'enseignement

1. ORGANISATION GÉNÉRALE DE L'UNITÉ D'ENSEIGNEMENT

Ecole/site	HEG Fribourg
Domaine	Economie et Services
Filière(s)	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
Orientation	--

Intitulé du cours	ERP par la pratique
Intitulé du module	Choix secondaire
Professeur/e	Giovanni Celato
Nombre de leçons	30
Nombre d'étudiants	-
Prérequis	-

Nombre Crédits ECTS :	Langue principale d'enseignement	Validation pour les études plurilingues
3	<input checked="" type="checkbox"/> français <input type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> anglais	<input checked="" type="checkbox"/> français <input type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> anglais

Dates et heures de cours	Mardi 23.02.2027 de 17h15 à 20h30 Mardi 02.03.2027 de 17h15 à 20h30 Mardi 16.03.2027 de 17h15 à 20h30 Mardi 23.03.2027 de 17h15 à 20h30 Mardi 06.04.2027 de 17h15 à 20h30 Mardi 20.04.2027 de 17h15 à 20h30 Mardi 04.05.2027 de 17h15 à 20h30 Mardi 25.05.2027 de 17h15 à 20h30
---------------------------------	--



2. OBJECTIFS GENERAUX

Connaître et pratiquer la mise en place des fondamentaux d'un système ERP pour l'entreprise.

3. CONTENU ET FORME D'ENSEIGNEMENT

Mise en pratique d'un **ERP (Enterprise Resource Planning)**, avec les modules Odoo.

Implémenter des processus métiers d'entreprise avec le logiciel Odoo, ceci pour automatiser ces derniers dans une entreprise tel que ventes, achats, compta, etc.

Cours sous la forme de théories et d'ateliers pratiques (études de cas, exercices) permettant de maîtriser le paramétrage, la gestion des processus métiers et l'automatisation de ces derniers.

Le cours peut évoluer avec des approches hybrides (présentiel/distance), selon les besoins des étudiant-es.

4. MODALITES D'EVALUATION ET DE VALIDATION

Validation par un projet pratique de groupe dans Odoo 50%, ainsi qu'une évaluation individuelle sur le projet de groupe 50%.

Le projet doit remplir toutes les consignes données selon les directives de l'enseignant-e.



Descriptif de l'unité d'enseignement

1. ORGANISATION GENERALE DE L'UNITÉ D'ENSEIGNEMENT

Ecole/site	HEG Fribourg
Domaine	Economie et Services
Filière(s)	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
Orientation	--

Intitulé du cours	Evolution de la notion de performance dans les organisations
Intitulé du module	Choix secondaire
Professeur/e	Christophe Egger
Nombre de leçons	30
Nombre d'étudiants	Max. 30
Prérequis	-

Nombre Crédits ECTS :	Langue principale d'enseignement	Validation pour les études plurilingues
3	<input checked="" type="checkbox"/> français <input type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> anglais Cours en français mais possibilité de poser ses questions en allemand ou en anglais.	<input checked="" type="checkbox"/> français <input type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> anglais

Dates et heures de cours	Vendredi 26.02.2027 de 17h15 à 20h30 Vendredi 05.03.2027 de 17h15 à 20h30 Vendredi 12.03.2027 de 17h15 à 20h30 Vendredi 19.03.2027 de 17h15 à 20h30 Vendredi 09.04.2027 de 17h15 à 20h30 Samedi 10.04.2027 de 8h35 à 11h55 et de 13h00 à 16h20 Vendredi 16.04.2027 de 17h15 à 20h30
---------------------------------	---



2. OBJECTIFS GÉNÉRAUX

- Intégrer une vue d'ensemble de l'évolution chronologique de la notion de performance
- Rappeler les théories de l'organisation et du management
- Comprendre et interpréter l'évolution et la convergence de la performance (multidimensionnelle) dans les organisations
- Citer et décrire différents domaines, critères et indicateurs de performance
- Appliquer dans un travail de groupe les connaissances acquises
- Créer et présenter un outil (Dashboard/tableau de bord) de suivi de performance d'une organisation sélectionnée

3. CONTENU ET FORME D'ENSEIGNEMENT

- La théorie des organisations – Les fondements
- Le contrôle de gestion - Les bases
- Le management stratégique et le management opérationnel
- La théorie de la performance et son évolution
- La notion de performance "globale"
- La mesure de la performance – Les tableaux de bord
- Travail de groupe et présentation

4. MODALITÉS D'ÉVALUATION ET DE VALIDATION

Travail de groupe et présentation des résultats : selon directives de l'enseignant-e.



Descriptif de l'unité d'enseignement

1. ORGANISATION GENERALE DE L'UNITÉ D'ENSEIGNEMENT

Ecole/site	HEG Fribourg
Domaine	Economie et Services
Filière(s)	Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi)
Orientation	--

Intitulé du cours	Gestion immobilière
Intitulé du module	Choix secondaire
Professeur/e	Pascale Ding Marilyne Pasquier
Nombre de leçons	30
Nombre d'étudiants	Max. 50
Prérequis	-

Nombre Crédits ECTS :	Langue principale d'enseignement	Validation pour les études plurilingues
3	<input checked="" type="checkbox"/> français <input type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> anglais	<input checked="" type="checkbox"/> français <input type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> anglais

Dates et heures de cours	<p><u>Cours n°1 pour les étudiants à plein temps :</u> Mardi 03.11.2026 de 13h45 à 17h05 Mardi 10.11.2026 de 13h45 à 17h05 Mardi 17.11.2026 de 13h45 à 17h05 Mardi 24.11.2026 de 13h45 à 17h05 Mardi 01.12.2026 de 13h45 à 17h05 Mardi 15.12.2026 de 13h45 à 17h05 Mardi 22.12.2026 de 13h45 à 17h05 Mardi 12.01.2027 de 13h45 à 14h45 (Examen)</p> <p><u>Cours n°2 pour les étudiants en emploi :</u> Lundi 15.03.2027 de 17h15 à 20h30 Lundi 22.03.2027 de 17h15 à 20h30 Lundi 05.04.2027 de 17h15 à 20h30 Lundi 12.04.2027 de 17h15 à 20h30 Lundi 19.04.2027 de 17h15 à 20h30 Lundi 26.04.2027 de 17h15 à 20h30 Lundi 03.05.2027 de 17h15 à 20h30 Lundi 10.05.2027 de 17h15 à 18h15 (Examen)</p>
--------------------------	---



2. OBJECTIFS GENERAUX

Il s'agit d'une part de familiariser les étudiants avec la structure et les particularités du marché immobilier en Suisse. D'autre part, il vise à appliquer les connaissances de base acquises en gestion d'entreprise à ce domaine.

3. CONTENU ET FORME D'ENSEIGNEMENT

Avec la participation d'intervenants du domaine de l'immobilier, les questions spécifiques suivantes structurent ce cours :

- Qu'est-ce que le marché immobilier en Suisse ?
- Pourquoi devenir propriétaire et avec quels fonds ?
- Quelle est la valeur d'un bien immobilier, ses charges, ses revenus, ses incidences fiscales ?
Comment s'y retrouver ?
- Comment rechercher et sélectionner un bien immobilier ?
Comment établir une promotion immobilière ?
- Locataires, quels sont vos droits et vos obligations ?
- Bailleurs, quels sont vos frais et loyers ; à la recherche du juste prix ?
- Construire oui, mais comment ?

4. MODALITES D'EVALUATION ET DE VALIDATION

L'examen écrit en français de 60 minutes composé de questions de compréhension et de développement, ainsi que d'exercices ou études de cas pour contrôler l'atteinte des objectifs spécifiques du contenu du cours : selon directives de l'enseignant-e.



Teaching unit description

1. GENERAL ORGANISATION OF THE TEACHING UNIT

School/Location	School of Management Fribourg
Field of study	Economics and Services
Degree program	Bachelor in Business Administration (full-time and part-time study)
Orientation	--

Course title	Social Media
Module title	Secondary choice
Professor	Lukas Schneuwly
Number of lessons	30
Number of students	Max. 25
Prerequisites	-

Number of ECTS credits:	Main language of instruction	Language credits for a multilingual course of study
3	<input checked="" type="checkbox"/> french <input checked="" type="checkbox"/> german <input type="checkbox"/> english	<input checked="" type="checkbox"/> french <input checked="" type="checkbox"/> german <input type="checkbox"/> english

Course dates and times	Wednesday 24.02.2027 from 17:15 to 20:30 Wednesday 03.03.2027 from 17:15 to 20:30 Wednesday 10.03.2027 from 17:15 to 20:30 Wednesday 17.03.2027 from 17:15 to 20:30 Wednesday 24.03.2027 from 17:15 to 20:30 Wednesday 07.04.2027 from 17:15 to 20:30 Wednesday 14.04.2027 from 17:15 to 20:30 Wednesday 21.04.2027 from 17:15 to 20:30
-------------------------------	--



2. GENERAL OBJECTIVES

Understand why and how Social Media may be used by a company or a brand. Learn simple tools to formalize a tactical roadmap and apply them in a semester project. This project is led in small groups and focus on events, activities, projects of the HEG-FR; the output has to take place on HEG-FR media and participates to HEG-FR visibility and communication on Social Media.

3. CONTENT AND FORM OF INSTRUCTION

Theoretical support to the projects; main Social Media practices and benefits from a company point of view; practical feedbacks and exchanges based on semester projects

4. EXAMINATION AND VALIDATION PROCEDURES

Semester Project + Project log with explanation of intents, do's and learnings: according to teacher's directives.



Teaching unit description

1. GENERAL ORGANISATION OF THE TEACHING UNIT

School/Location	School of Management Fribourg
Field of study	Economics and Services
Degree program	Bachelor in Business Administration (full-time and part-time study)
Orientation	--

Course title	Projet d'innovation transdisciplinaire en santé numérique / Transdisciplinary Innovation Project in e-Health
Module title	Secondary choice
Professor	Leonardo Angelini Maurizio Caon Eva Panetti
Number of lessons	30
Number of students	Max. 15
Prerequisites	Pour le cours du deuxième semestre, le cours du premier semestre sera un prérequis. / For the second semester course, the first semester course will be a prerequisite.

Number of ECTS credits:	Main language of instruction	Language credits for a multilingual course of study
3	<input checked="" type="checkbox"/> french <input type="checkbox"/> german <input checked="" type="checkbox"/> english	<input checked="" type="checkbox"/> french <input type="checkbox"/> german <input checked="" type="checkbox"/> english

Course dates and times	Autumn semester <ul style="list-style-type: none">• 8 Mondays during the first semester, approximately every two weeks, from 8.35 to 11.55• First lesson: 14.09.2026 Spring semester <ul style="list-style-type: none">• 8 Mondays during the second semester, approximately every two weeks, from 8.35 to 11.55• First lesson: 22.02.2027
-------------------------------	--

2. GENERAL OBJECTIVES

Les projets d'innovation transdisciplinaire en santé numérique ont pour objectif de développer de nouvelles solutions technologiques visant à soutenir l'autogestion des personnes vivant avec des maladies ou des conditions chroniques. Ces projets sont menés par des équipes interdisciplinaires composées d'étudiant·e·s de la Haute école de santé, de l'orientation ingénierie des données de la Haute école d'ingénierie et d'architecture, ainsi que d'étudiant·e·s en économie et services de la HEG. Les étudiant·e·s sont accompagné·e·s par une équipe de coaching interdisciplinaire, qui propose également des enseignements spécifiquement conçus pour offrir une expérience intégrée du processus d'innovation. Cette approche permet aux participant·e·s de développer l'aisance et les compétences nécessaires à leur future pratique professionnelle.

Ces projets offrent ainsi aux étudiant·e·s des différentes écoles l'opportunité de vivre l'ensemble du processus de développement d'un produit et/ou d'un service — de l'idéation aux phases de test et de déploiement auprès des utilisateur·rice·s finaux·ales — tout en mettant en pratique les outils et compétences acquis au cours de leur formation théorique et pratique.

Par ailleurs, le cours encourage fortement l'organisation autonome des étudiant·e·s, afin de favoriser le développement de compétences en gestion de projet, en travail d'équipe et en prise de décision. Le cadre pédagogique proposé repose sur un programme flexible, qui laisse aux équipes une marge de manœuvre suffisante pour structurer leur travail, adapter leurs méthodes et gérer les différentes phases du projet en fonction de leurs besoins et de leur dynamique propre.

Connaissance spécifiques développées par ce cours

- Introduction au design thinking
- Considérations éthiques pour les projets en e-santé
- Outils pour le développement d'un business (e.g., recherche de marché, value proposition canvas, business model canvas, etc.)

Compétences

En plus des compétences acquises dans le cadre d'un projet traditionnel, les projets d'innovation transdisciplinaire favorisent le développement d'approches méthodologiques de résolution de problèmes, de compétences en transfert de technologies, en gestion de projet et en communication. Ces projets amènent les étudiant·e·s à prendre en compte diverses contraintes techniques, organisationnelles et humaines.

Compétences développées dans le projet

- Contribuer à la prise de décision partagée et aux actions concertées dans un projet interprofessionnel.
- Placer les étudiant·e·s dans des situations réelles impliquant le développement d'un projet interprofessionnel Infirmier·ère / Ingénieur·e / Spécialiste en business.
- Co-développer, avec les patient·e·s / client·e·s, un outil technologique destiné à soutenir l'autogestion des personnes vivant avec une maladie chronique.
- Développer leur empowerment professionnel.
- Encourager leur esprit d'innovation et leur créativité.

Compétences professionnelles

- Soutenir le développement d'un produit ou service innovant, de la génération d'idées jusqu'au « lancement sur le marché » (tests utilisateur·rice·s et déploiement en conditions réelles).
- Mettre en œuvre un processus d'innovation permettant de développer de nouvelles technologies en prenant en compte les contraintes techniques, organisationnelles et humaines.
- Intégrer à sa pratique des outils (technologiques et non) visant à favoriser la collaboration entre les différents membres de l'équipe



Compétences sociales

- Traduire et interpréter les langages des différents acteurs et actrices du projet.
- Communiquer, négocier et convaincre les différentes parties prenantes du projet.
- Agir comme interface entre les ressources internes de l'entreprise et/ou institution et ses environnements internes et externes.

Transdisciplinary innovation projects in digital health aim to develop new technological solutions designed to support the self-management of people living with chronic diseases or conditions.

These projects are carried out by interdisciplinary teams composed of students from the Nursing School of Fribourg, students from the Data Engineering orientation of the School of Engineering and Architecture, as well as students in Economics and Services from HEG. The students are supported by an interdisciplinary coaching team, which also provides specially designed teaching activities to offer an integrated experience of the innovation process. This approach enables participants to develop the confidence and skills required for their future professional practice.

These projects thus offer students from the different schools the opportunity to experience the entire process of developing a product and/or service—from ideation to testing and deployment phases with end users—while putting into practice the tools and skills acquired during their theoretical and practical training.

Furthermore, the course strongly encourages student self-organization in order to foster the development of project management, teamwork, and decision-making skills. The proposed pedagogical framework is based on a flexible program that gives teams sufficient autonomy to structure their work, adapt their methods, and manage the different phases of the project according to their needs and their own team dynamics.

Specific knowledge developed by this course

- Introduction to design thinking
- Ethical considerations for e-health projects
- Tools for business development (e.g., market research, value proposition canvas, business model canvas, etc.)

Skills

In addition to the skills acquired through a traditional project, transdisciplinary innovation projects foster the development of methodological problem-solving approaches, technology transfer skills, project management, and communication skills. These projects lead students to take into account various technical, organizational, and human constraints.

Skills developed within the project

- Contribute to shared decision-making and coordinated actions in an interprofessional project.
- Place students in real-life situations involving the development of an interprofessional project involving Nurses / Engineers / Business specialists.
- Co-develop, together with patients / clients, a technological tool designed to support the self-management of people living with a chronic disease.
- Develop their professional empowerment.
- Encourage their innovative mindset and creativity.



Professional skills

- Support the development of an innovative product or service, from idea generation to “market launch” (user testing and deployment in real-world conditions).
- Implement an innovation process that enables the development of new technologies while taking into account technical, organizational, and human constraints.
- Integrate into one’s practice tools (technological and non-technological) aimed at fostering collaboration among different team members.

Social skills

- Translate and interpret the languages of the different actors involved in the project.
- Communicate, negotiate, and persuade the various project stakeholders.
- Act as an interface between an organization’s internal resources and its internal and external environments.

3. CONTENT AND FORM OF INSTRUCTION

- Travail de groupe pour le projet d’innovation
- Sessions en présentiel, en co-présence des étudiants des deux autres domaines
- Travail en autonomie, coaching par les professeurs

- Group work on the innovation project
- On-site sessions with students from the other two disciplines present together
- Independent work, with coaching by the instructors

4. EXAMINATION AND VALIDATION PROCEDURES

Rapport écrit et présentation orale : selon les directives de l’enseignant-e

Langue: anglais/français

Written report and oral presentation: according to teacher's directives

Language: English/French