

MBA MANAGEMENT INTERNATIONAL
FONDATION RENAULT - UNIVERSITÉ PARIS DAUPHINE - IAE PARIS SORBONNE

PRESENTATION DES
MISSIONS PROFESSIONNELLES
DES ETUDIANTS DE LA PROMOTION 2013 - 2014

INTERNATIONAL MANAGEMENT MBA
RENAULT FOUNDATION - PARIS DAUPHINE UNIVERSITY - IAE PARIS SORBONNE
PRESENTATION OF PROFESSIONAL PROJECTS MADE BY THE STUDENTS
OF THE 2013 - 2014 GRADUATION CLASS

Fondation **RENAULT**
D'ENTREPRISE

DAUPHINE
UNIVERSITÉ PARIS

IAE
PARIS



MISSIONS PROFESSIONNELLES

DES ÉTUDIANTS DE LA PROMOTION 2013 - 2014

Le **MBA MANAGEMENT INTERNATIONAL - FONDATION RENAULT - UNIVERSITÉ PARIS DAUPHINE, IAE PARIS SORBONNE**, créé à l'initiative de la Fondation d'entreprise Renault, est une formation unique, sanctionnée par un diplôme délivré sous le double sceau de l'Université de Paris-Dauphine et de l'IAE Paris Sorbonne. Il accueille chaque année des étudiants déjà diplômés dans leur pays et ayant une première expérience professionnelle. Les étudiants issus des 12 pays partenaires de la Fondation Renault proviennent des meilleures universités de leurs pays (universités de Keio, Tokyotech, Sophia, Nagoya, Hitotsubashi, Kyushu, Kyoto, Tohoku, Waseda **au Japon**, UNICAMP Brésil, Université Mc Kenzie, Université Federale de Rio de Janeiro, UTFPR, Université de Sao Paulo **au Brésil**, de l'Université d'État de Moscou MV Lomonossov, de l'Université technique d'État de Moscou de Bauman, de l'Université Russe de l'Amitié des Peuple **en Russie**, de l'Université Nationale de Séoul (SNU), Postech, Kaist **de Corée du Sud**, de l'EMI, l'ENIM, l'EHTP **au Maroc**, l'Université de Wuhan, l'Université de Tsinghua et l'Université de Sciences et Technologies de Huazhong **en Chine**).

La formation dispensée en langue française à Paris dure 14 mois, comprend 8 mois de cours à l'Université de Paris Dauphine et à l'IAE Paris Sorbonne, 6 mois de mission professionnelle en entreprise et une mission de conseil à l'international sur des problématiques entreprises dans l'une des filiales du Groupe Renault.

En parallèle de la formation académique, la Fondation Renault propose des voyages de découverte économique et culturelle en Europe, des conférences... et met à disposition des étudiants qui en ont besoin des cours de français.

À l'issue du cursus, les étudiants devront comprendre et maîtriser les techniques de management d'une entreprise dans un contexte multiculturel et international, et avoir acquis des compétences d'encadrement leur permettant d'évoluer vers des postes de responsabilité en entreprise.

La pédagogie du MBA Management International repose sur :

- des cours dispensés par des professeurs de l'Université,
- des intervenants extérieurs issus du monde de l'entreprise,
- une large utilisation des nouvelles technologies de l'information,
- un stage en entreprise principalement réalisée chez Renault.
- une mission de conseil dans l'une des filiales du Groupe Renault

Les cours sont répartis en 16 modules :

Contexte économique

- 1 → Cadre mondial de l'Économie (18 h)
- 2 → Droit de la propriété intellectuelle et droit concurrentiel (18 h)
- 3 → Comptabilité et Analyse Financière (36 h)
- 4 → Contrôle de Gestion (24 h)

Finance

- 5 → Finance 1 (24 h)
- 6 → Finance 2 (24 h)

Marketing et Stratégie

- 7 → Marketing 1 (24 h)
- 8 → Marketing 2 (24 h)

Système de Production

- 9 → Système d'information et management de la connaissance (36 h)
- 10 → Management des processus productifs (36 h)
- 11 → Organisation et stratégies internationales (36 h)
- 12 → Organisation Behavior (24 h)

Management et Organisations

- 13 → Management Transversal (24 h)
- 14 → Ressources Humaines (36 h)
- 15 → Communication en public (12 h)

Développement personnel

- 16 → Accompagnement professionnel du projet de carrière (8 h par participant)

Dans le cadre du projet professionnel, les étudiants effectuent un stage de six mois en entreprise (du 1er mai au 31 octobre) ou au sein d'une autre organisation. Cette mission est l'occasion de mettre en application les compétences acquises pendant l'année scolaire.

Au cours de la mission, chaque étudiant est assisté par un tuteur en entreprise. Ce tuteur accueille l'étudiant dans son secteur et le suit pendant la durée de son projet professionnel en entreprise. Parallèlement, un tuteur pédagogique est désigné parmi les enseignants du MBA Management International, en fonction du sujet de la mission de l'étudiant. Ce tuteur assure un soutien pédagogique au candidat pendant toute la durée du stage. A l'issue de leur mission en entreprise les étudiants identifient une problématique (de type Business Case) et rédige un mémoire de master autour de cette problématique. Ce mémoire est ensuite présenté lors d'une soutenance à l'Université Paris Dauphine ou à l'IAE Paris Sorbonne.

Les résumés des missions professionnelles des étudiants de la promotion 2013-2014 du MBA Management International sont présentés ci-après.

PRESENTATION OF

PROFESSIONAL PROJECTS

MADE BY THE STUDENT OF THE 2013-2014 GRADUATION CLASS

Initiated by the Renault Corporate Foundation, **the INTERNATIONAL MANAGEMENT - RENAULT FOUNDATION - DAUPHINE PARIS UNIVERSITY - IAE PARIS SORBONNE** is a unique study programme leading to a degree jointly awarded by the Paris- Dauphine University and the IAE of Paris Sorbonne. Each year it welcomes students who have already graduated in their own country, who have already acquired preliminary work experience. Some students are coming from the best local universities in their home countries partners of the Renault Corporate Foundation Nagoya, Hitotsubashi, Kyushu, Kyoto, Tohoku, Waseda, Keio, Sophia, TokyoTech, universities **in Japan**, Sao-Paulo University, UNICAMP Brésil, Mc Kenzie University, Université Federale de Rio de Janeiro, UTFPR, de Sao Paulo University **in Brazil**, the State University of Moscow MV Lomonossov, Bauman Moscow State Technical University, Peoples' Friendship University of Russia in **Russia**, The National University of Seoul, Postech, Kaist in **South Korea** and the EMI, EHTP, ENIM schools **Morocco**, Wuhan University the Huazhong University of Science and Technologie, Tsinghua University **in China**.

The course, taught in French, takes place in Paris and lasts for 14 months. It comprises a 8 month study period at Paris Dauphine University and the IAE Paris Sorbonne and including 6 months of in-company professional mission International consulting mission in one of the Renault Group subsidiaries.

More over the Renault Corporate Foundation is offering economic and cultural discovery tours in Europe, conferences... and for students who need, French courses.

By the end of the course, the students must be able to understand and master corporate management techniques in a multicultural and international context and have acquired the management skills needed to move on to a higher level of corporate responsibility.

Teaching of the MBA focuses :

- on courses given by the University professors,
- outside speakers from the world of business,
- on the wide-scale use of new information technology,
- on professional mission mainly realised at Renault.
- on international consultancy assignment in a Renault Group subsidiary

The courses are divided into 16 modules :

Economic Context

- 1** → The global economic framework (18 h)
- 2** → Intellectual property and competition law (18 h)
- 3** → Accounting and financial analysis (36 h)
- 4** → Management control (24 h)

Finance

- 5** → Finance 1 (24 h)
- 6** → Finance 2 (24 h)

Marketing and Strategy

- 7** → Marketing 1 (24 h)
- 8** → Marketing 2 (24 h)

Production Systems

- 9** → Information systems and knowledge management (36 h)
- 10** → Management of production processes (36 h)
- 11** → Organization and international strategy (36 h)
- 12** → Organisational Behavior (24 h)

Management et Organizations

- 13** → Matrix management(24 h)
- 14** → Human Resources (36 h)
- 15** → Public speaking and communicating (12 h)

Personal Development

- 16** → Mentoring support for career projects (8 h per participant)

Within the framework of the professional project, students undertake their professional mission for six months (from 1st may to 31 october). This professional mission is a good opportunity to apply the skills achieved during the scolar year.

During the training course, each student is assisted by a corporate tutor. The tutor receives the student in his specific sector and is responsible for him throughout his in-company professional project. In parallel, an educational tutor is appointed among the MBA International Management tutors, according to the student's professional mission subject. Such tutor provides educational support for the candidate. At the end of the professional mission, the students identify a problematic (business case) and produce a master's thesis on this problematic. The thesis is present during examination at the Paris Dauphine University or the IAE of Paris Sorbonne.

The corporate assignments of the students from the 2013-2014 MBA International Management graduation class are presented here in the form of a synopsis.



MAROC-MOROCCO

DIRECTION PARTENARIAT VU - RENAULT
LIGHT COMMERCIAL VEHICULE BUSINESS UNIT - RENAULT

TUTEUR ENTREPRISE - CORPORATE TUTOR
PHILIPPE **CONTE**

TUTEUR ACADÉMIQUE – ACADEMIC TUTOR
LIONEL **GARREAU**

BUSINESS DEVELOPMENT AU SEIN DE LA DIVISION DES VÉHICULES UTILITAIRES

Au sein de la Direction des Partenariats et du Déploiement International, la mission fut :

VEILLE BUSINESS

Participation à l'identification de nouveaux business dans le domaine des véhicules utilitaires et des services aux professionnels, sur le périmètre monde.

DÉVELOPPEMENT À L'INTERNATIONAL

Participation à la réalisation d'études d'opportunité pays ou produits et à la recherche des partenaires potentiels locaux. Participation à la préparation de la mise en oeuvre d'un projet de partenariat à l'international.

KNOWLEDGE MANAGEMENT – CAPITALISATION

Formalisation avec l'équipe des guidelines sur la méthodologie de prospection d'opportunités pays.

BUSINESS DEVELOPMENT IN THE LIGHT COMMERCIAL VEHICLE BUSINESS UNIT

Within the Department of Partnership and International Deployment, the mission included :

BUSINESS INTELLIGENCE

Identification of new business in the light commercial vehicle field as well as professional services worldwide.

INTERNATIONAL DEVELOPMENT

Participate in studies on new country opportunities and products and find the potential local necessary partners.

Take part in the implementation of an international partnership project.

KNOWLEDGE MANAGEMENT – CAPITALIZATION

Formalize guidelines for a research methodology for new business opportunities.

DIRECTION APRÈS VENTE - RENAULT
AFTER SALES DEPARTMENT - RENAULT

TUTEUR ENTREPRISE - CORPORATE TUTOR
VALÉRIE **BARBET-MASSIN**

TUTEUR ACADÉMIQUE – ACADEMIC TUTOR
PIERRE YVES **LAGROUE**



MAROC - MOROCCO

L'APRÈS-VENTE AUTOMOBILE EN LIGNE, DANS QUEL CONTEXTE ÉCONOMIQUE LE GROUPE RENAULT SE SITUE ET QUELLES SONT LES TRANSFORMATIONS À PRÉVOIR SUR LE PROJET MYCARLIFE POUR CRÉER UN AVANTAGE CONCURRENTIEL.

RÉSUMÉ DE MISSION

Dans un marché de vente en ligne des pièces détachées très concurrentiel, où de nouveaux acteurs, les pure-players, se développent rapidement via le canal du e-commerce, la Direction Après-Vente de Renault lance un projet de plateforme de vente en ligne des pièces détachées et services après-vente MYCARLIFE. La principale mission dans ce projet est de construire une organisation saine, agile et réactive pour permettre une meilleure réponse aux conditions du marché.

Parmi mes principales responsabilités :

- Développement d'une meilleure compréhension de l'e-commerce B2C
- Compréhension des besoins fonctionnels et expression des cahiers des charges pour les prestataires..
- Coordination avec les différents équipes internes & prestataires pour atteindre les objectifs fixés.
- Reporting du projet par le biais des tableaux de bords fonctionnels et de suivi.
- Déploiement de la phase pilote à Londres : construction d'un portefeuille d'affaires et coordination avec la filiale Renault UK et le réseau, planification et l'alignement de projet, préparation des guides et les formations pour les garages pour une transition en douceur du projet.
- Elaboration des recommandations stratégiques et organisationnelles du projet

WHAT IS THE ECONOMIC ENVIRONMENT THAT FACES RENAULT GROUP IN ON LINE AFTER SALES MARKET, AND WHAT ARE THE TRANSFORMATIONS ANTICIPATED ON MYCARLIFE PROJECT TO CREATE A COMPETITIVE ADVANTAGE.

In a very competitive situation of online after sales automotive market, where the pure player have developed an expertise in e-commerce as well as a deep understanding of the business of the automotive after sales. The Renault aftersales Division has launched MYCARLIFE platform for online sales, my main tasks in this project is to help the Direction to build a strong, agile and reactive team for this e-commerce project to allow better response to market conditions organization.

MAIN RESPONSIBILITIES :

- Develop deep understanding of e-commerce for B2C, strategy and values.
- Understand functional needs by coordinating with various evolved teams.
- Coordinate internal & partners to accomplish the business objectives
- Project reporting by providing functional and scheduling dashboards
- Deployment of pilot phase in London city: build a strong portfolio of dealers by coordinating with Renault UK network/affiliate, project planning alignment, make a training schedule and prepare the environment for a smooth handover to the business entity.
- Make strategic and organisational recommendations



FRANCE-FRANCE

DIRECTION STRATÉGIE DIRECTION COMMERCIALE - RENAULT
SALES & MARKETING STRATEGY DEPARTMENT – RENAULT

TUTEUR ENTREPRISE - CORPORATE TUTOR
SOPHIE ALBERTUS

TUTEUR ACADEMIQUE - ACADEMIC TUTOR
JOSÉ ALLOUCHE

PARTAGE DES COMPETENCES ET « BEST PRACTICES » - ETUDE DE L'ANIMATION DE LA PERFORMANCE DES REGIONS PAR LA DIRECTION COMMERCIALE CENTRALE

Le Groupe Renault a adopté une organisation décentralisée afin d'accélérer sa croissance à l'international. L'alignement de la stratégie d'entreprise et de la performance globale entre les Régions nécessite une coordination rapprochée. Le partage des compétences et bonnes pratiques constitue un levier de performance et présente des enjeux organisationnels et managériaux que cette mission professionnelle a permis de mettre en lumière.

MISSION :

- Benchmark auprès de la Direction Fabrication et Logistique utilisant le partage de compétences et bonnes pratiques comme levier de performance
- Analyse et diagnostic des modes d'animation utilisés au sein de la Direction des Ventes Monde.
- Recommandations et soutien au déploiement

MISSION COMPLÉMENTAIRE :

- Recherches sur les caractéristiques pays, usages automobile et consommations en Angola et au Brésil et rédaction d'un dossier sur le marché automobile en Angola pour J. Stoll (Directeur Performance Groupe).

KNOWLEDGE AND « BEST PRACTICES » SHARING – ANALYSIS OF REGIONS PERFORMANCE MANAGEMENT BY THE CORPORATE SALES & MARKETING DIVISION

Renault Group has adopted a decentralized organization to accelerate its international growth. Corporate strategy and international performance alignment requires a close coordination. Knowledge and best practices management represents a performance lever and it generates organizational and managerial issues, that this mission has spotlighted.

RESPONSIBILITIES :

- Benchmark on Manufacturing and Logistics Division, using knowledge and best practices sharing as a performance lever
- Analysis and diagnosis of management structures used at the Global Sales Corporate Division.
- Recommendations and implementation support.

ADDITIONAL MISSION :

- Research on country characteristics, automotive customs and consumption in Angola and Brazil and preparation of Angola's automotive market analysis for J. Stoll (CPO).

DIRECTION DES OPÉRATIONS ET DE LA STRATÉGIE FINANCIÈRE - RENAULT
OPERATIONS AND FINANCIAL STRATEGY DIRECTION

TUTEURS ENTREPRISE - CORPORATE TUTORS
THIERRY **COGNET**
Sibylle de La **TOURRETTE**

TUTEUR ACADEMIQUE - ACADEMIC TUTOR
JEAN-FRANÇOIS **CASTA**



MAROC - MOROCCO

ANALYSE FINANCIÈRE DE PROJETS TRANSVERSAUX ET MESURE DES IMPACTS SUR LES INDICATEURS SUIVANTS : MARGE OPÉRATIONNELLE (MOP), FREE CASH-FLOW (FCF) ET ENDETTEMENT FINANCIER NET (EFN).

MISSIONS PRINCIPALES :

- Montage du Business Plan (bilan, compte de résultat et tableau des flux) d'une start-up financée par Renault.
- Analyses financières de Business Plans de filiales de la Région Euromed-Afrique et challenge des hypothèses retenues.
- Valorisations par méthode DCF (Discounted Cash-Flows) de sociétés en vue d'acquisition ou de cession de parts de Renault, avec optimisation de l'impact fiscal.
- Elaboration d'échéanciers de dettes obligataires en fonction de la convertibilité et de divers types d'amortissement des financements accordés par le Groupe.
- Calcul du prix d'exercice d'options d'achat de titres suivant les dispositions contractuelles.
- Etude des possibilités de rapatriement de la trésorerie en France par l'optimisation des Capitaux Propres des filiales Euromed en fonction de la trésorerie disponible, de la législation locale et des contraintes fiscales.
- Contribution à l'élaboration du CMPC (Coût Moyen Pondéré du Capital) du Groupe Renault.

FINANCIAL ANALYSIS OF TRANSVERSAL PROJECTS AND MEASURING IMPACTS ON THE FOLLOWING INDICATORS: OPERATING MARGIN (MOP), FREE CASH-FLOW (FCF) ET NET FINANCIAL DEBT (EFN).

PRINCIPAL MISSIONS :

- *Setting a Business Plan (balance sheet, P&L and cash flow) of a start-up funded by Renault .*
- *Financial analyzes of Business Plans Euromed-Afric subsidiaries and challenging hypotheses.*
- *Valuations by DCF's method (Discounted Cash Flows) of companies in order to buy or sell Renault's shares, by optimizing the tax impact.*
- *Building of debt schedules according to its convertibility and various types of amortization for funding provided by the Group.*
- *Calculation of Exit Call Price of shares according to contractual arrangements.*
- *Study of the potential for repatriation of cash to France by optimizing Equity of Euromed subsidiaries according to available treasuries, local laws and fiscal constraints.*
- *Participating to the WACC's calculation (Weighted Average Cost of Capital) of Renault Group.*



MAROC-MOROCCO

DIRECTION DE LA DISTRIBUTION ET DE L'INFORMATION PRODUIT - RENAULT
DEPARTMENT OF DISTRIBUTION AND PRODUCT INFORMATION - RENAULT

TUTEUR ENTREPRISE - *CORPORATE TUTOR*
ISABELLE **LAPIERRE**

TUTEUR ACADEMIQUE - *ACADEMIC TUTOR*
CHRISTINE **TRIOMPHE**

IDENTIFICATION ET MISE EN ŒUVRE DE BEST PRACTICES POUR LES PROJETS DE PARTENARIAT

La Direction de la Distribution et de l'Information Produit a pour mission de concevoir et de livrer des projets internationaux de distribution et de facturation de nouveaux véhicules afin de faciliter l'échange entre le constructeur et les différentes entités commerciales (filiales, importateurs et partenaires). Ma mission professionnelle porte sur deux volets :

UN VOLET CONCEPTUEL portant sur l'analyse des pratiques appliquées par Renault dans les projets internationaux de partenariat, vise à proposer une standardisation de ces pratiques et une méthode de capitalisation par types de projets. Ce volet traite de ce qui suit :

- Analyse des processus et outils mis en place dans le cadre de projets de partenariat,
- Proposition d'améliorations de la gestion des projets de partenariat,
- Elaboration de documents pour accompagner les changements proposés.

UN VOLET OPÉRATIONNEL pivot autour de la maîtrise d'ouvrage d'un projet informatique. Il s'agit d'accompagner la mise en place d'évolutions de l'outil ORS, un outil d'aide à la décision pour l'optimisation des niveaux de stock.

Ce volet traite de ce qui suit :

- Gestion/ pilotage d'un projet international,
- Elaboration d'expressions des besoins,
- Recette fonctionnelle des évolutions demandées,
- Mise à la disposition des utilisateurs des informations, des procédures et des guides.

IDENTIFICATION AND IMPLEMENTATION OF THE PARTNERSHIPS PROJECTS BEST PRACTICES

The Department of Distribution and Product Information belongs to Renault's Trade Department. Its mission is to design and deliver international projects for the distribution and the billing of new vehicles between the manufacturer and the various business entities (subsidiaries, importers and partners). My professional mission is based on two components :

A CONCEPTUAL COMPONENT focusing on the analysis of practices used by Renault, in terms of international partnership projects, proposes a standardization of these practices and a method of capitalization of projects. This component is based on the following tasks :

- Analyzing process and tools developed in partnership projects,
- Proposing improvements to the management of new partnership projects,
- Implementing documents to accompany the proposed changes.

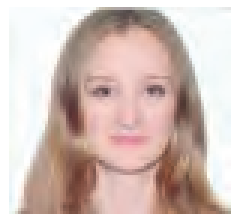
AN OPERATIONAL COMPONENT aims at managing an IT project called ORS, a tool that helps decision making in order to optimize stock levels. My mission is about the implementation of improvements requested for the tool. This component is based on the following tasks :

- Management and piloting an international project,
- Preparing expressions of needs,
- Testing functional changes requested,
- Providing information, procedures and users guides.

DIRECTION MARKETING MONDE - PUBLICITÉ MÉDIA - RENAULT
ADVERTISING & MEDIA DEPARTMENT

TUTEUR ENTREPRISE - *CORPORATE TUTOR*
GABRIELA **GRAJEWSKA**
SANDRINE **TRINITE**

TUTEUR ACADEMIQUE - *ACADEMIC TUTOR*
DELPHINE **DION**



RUSSIE - RUSSIA

ASSISTANTE CHEF DE PROJET CONTACT STRATÉGIE

PROJET PROFESSIONNEL :

Extension de gamme : le lancement du Nouveau Renault Espace avec l'objectif d'affirmer la position de la marque dans le haut de gamme.

MES MISSIONS DURANT LE STAGE :

- Participer à la conception de la stratégie de contact premium et 360 ATL, BTL, Digital pour le lancement de nouveau modèle d'Espace au Salon de Paris en octobre 2014
- Suivre la création et la production des supports de Reveal: PPM (pre-production meetings), shoot photos, vidéos, brochures, contenus digitaux, visuels 3D)
- Assurer la mise à disposition des supports aux métiers en charge du Reveal (Communication externe et interne, Salon, Formation, Flottes, Digital, ...)
- Suivre la production avec les agences partenaires créa et media

CONTACT STRATEGY PROJECT MANAGER ASSISTANT

PROFESSIONAL PROJECT :

Line extension : a study of the launch of the New Renault Espace

MY ASSIGNMENTS DURING THE INTERNSHIP :

- *Participation in design of a premium contact strategy and 360 ATL, BTL, Digital to launch new Espace model at the Paris Motor Show in October 2014*
- *Monitoring the creation and production of reveal support tools: PPM (pre-production meetings), photo shoot, videos, brochures, digital content, 3D visuals).*
- *Ensure the delivery of these tools to the different departments in charge of the Reveal (External and Internal Communication, Exhibition, Training, Fleet, Digital, ...)*
- *Monitoring the production with creative partners and media*



BENIN - BENIN

DIRECTION PRODUIT – REGION AFRIQUE, MOYEN-ORIENT ET INDE
PRODUCT PLANNING DEPARTMENT – AFRICA, MIDDLE EAST AND INDIA REGION

TUTEUR ENTREPRISE - CORPORATE TUTOR
DAMIEN **LAPLANE**

TUTEUR ACADEMIQUE - ACADEMIC TUTOR
PATRICE **GEOFFRON**

TRENDS ET ATTENTES AUTOMOBILES FUTURES EN AFRIQUE SUBSAHARIENNE

Au sein de la Direction Produit du Groupe Renault, j'ai eu pour mission à l'échelle de l'Afrique subsaharienne, d'identifier les besoins et attentes futures des clients et d'élaborer à partir d'un diagnostic stratégique complet, un cahier des charges pour l'établissement d'un avantage concurrentiel à l'horizon 2030.

MES PRINCIPALES RESPONSABILITÉS :

- Etablissement d'un market understanding, avec une focalisation particulière sur les attentes clients ;
- Veille stratégique : analyse de l'environnement et de la compétition, benchmarks, détermination des facteurs clés de succès ;
- Organisation d'un atelier de prospective stratégique et conduite d'entretiens de recherche ;
- Gestion de la connaissance : accompagnement à l'élaboration d'un workspace en ligne pour le partage des informations clés sur la région ;

Ces activités m'ont permis de formuler des recommandations aussi bien sur les produits que sur les services et opérations, et qui sont développées dans mon mémoire intitulé « Renault : Perspectives stratégiques à 2030 en Afrique subsaharienne ».

TRENDS AND FUTURE EXPECTATIONS OF SUBSAHARAN AFRICA AUTOMOTIVE MARKET

As part of Renault's Product planning Team with concentration in sub-Saharan Africa market, my mission was to identify future needs and expectations of customers and develop from a comprehensive strategic diagnosis, specifications for the establishment of a competitive advantage in 2030.

MY MAIN RESPONSIBILITIES :

- *Elaboration of a market understanding, with a particular focus on client expectations;*
- *Business Intelligence: Analysis of the environment and competition, benchmarks, identifying key success factors ;*
- *Organization of a strategic foresight workshop and research interviews;*
- *Knowledge management: contribution to the design of an online workspace where key information about the region would be shared;*

Those routine activities have allowed me to make recommendations on products, services and operations, which are developed in my thesis entitled «Renault: Strategic Outlook 2030 in sub-Saharan Africa.»

RÉGION EUROMED AFRIQUE - CONTROLE DE GESTION - RENAULT EUROMED AFRIQUE REGION - MANAGEMENT CONTROL - RENAULT

TUTEUR ENTREPRISE - CORPORATE TUTOR
ARNAUD **HEBERT**

TUTEUR ACADEMIQUE - ACADEMIC TUTOR
DAMIEN **MOUREY**



TURQUIE - TURKEY

LA CONCEPTION ET LA MISE EN PLACE D'UN TABLEAU DE BORD PROSPECTIF POUR S'ASSURER DE L'ALIGNEMENT STRATÉGIQUE DU GROUPE RENAULT SUR LE PÉRIMÈTRE IMPORTATEUR EN AFRIQUE

La région Euromed-Afrique occupe une place très importante quant au développement du Groupe Renault à l'international et contribue significativement à la performance globale. La contribution de chaque pays de cette région est d'autant plus importante pour l'atteinte des objectifs. La raison pour laquelle, le déploiement de la stratégie et le pilotage de la performance sont d'une importance capitale. Le pilotage de la performance commerciale de la direction des importateurs au sein de cette même région est une mission cruciale du département du contrôle de gestion. Le contrôleur de gestion s'assure du pilotage de la performance commerciale, en étroite collaboration avec les différentes directions et cela, au travers d'outils qui lui permettront de suivre l'évolution de la performance, d'analyser les données, d'identifier les leviers du succès et d'animer l'équipe commerciale.

MISSION

Ma principale mission dans le cadre de ce stage consistait à accompagner les contrôleurs de gestion dans les diverses tâches opérationnelles:

- Réalisation des clôtures mensuelles
- Préparation du reforecasts et budget
- Préparation d'un reporting mensuel à destination de l'équipe commerce
- Participation à la réunion mensuelle de revue performance de l'équipe commerce
- Analyser des coûts de vente

DESIGN AND IMPLEMENTATION OF A BALANCED SCORECARD TO ENSURE THE STRATEGIC ALIGNMENT OF GROUP RENAULT ON AFRICAN IMPORTERS SCOPE

The Euromed-Afrique region keeps a particular place within the Group Renault due to its considerable contribution to global performance as well as its contribution to accelerating the pace of Group's international penetration. The performance achieved by each country within the region is equally binding to realize Group's strategic goals, which is the reason behind the high importance attached to performance management system and deployment of the strategy. This crucial task is mainly under the responsibility of the management controller, who pilots the performance by collaborating closely with different departments and by deploying diverse management control tools which enable to analyze the data, identify the leverage action points and animate the commercial team.

MISSION

My main responsibility during this internship was to assist the management controller in the realization of diverse operational tasks listed herebelow:

- The achievement of monthly closings
- Reforecast and budget
- The preparation of monthly performance reporting for the commercial team
- Participation to monthly performance review meeting held with the commercial team
- Analysis of the sales costs



MAROC-MOROCCO

RÉGION EUROMED AFRIQUE - CONTROLE DE GESTION - RENAULT
EUROMED AFRIQUE REGION - MANAGEMENT CONTROL - RENAULT

TUTEUR ENTREPRISE - CORPORATE TUTOR
MARYLINE **SHELLINGER**

TUTEUR ACADEMIQUE - ACADEMIC TUTOR
OLIVIER **DE LA VILLARMOIS**

**CONTRÔLE DE GESTION DES FILIALES INDUSTRIELLES - EUROMED
- AFRIQUE**

La région Euromed-Afrique comporte plus de 50 pays, elle représente 15% des ventes et 25% de la production du Groupe. Plusieurs pays de la région présentent un fort potentiel de croissance. La direction du contrôle de gestion régional joue un rôle de support aux équipes locales afin de les aider à atteindre la performance souhaitée

MISSIONS PRINCIPALES

- Consolider les rapports mensuels envoyés par les filiales et préparer le reporting industriel régional
- Préparer des états financiers consolidés de la région
- Participer à l'élaboration des budgets de l'année suivante

PROJET PROFESSIONNEL

Diagnostic des processus budgétaires du Groupe et évaluation de l'intérêt de l'adoption d'un Rolling Forecast

**MANAGEMENT CONTROL OF INDUSTRIAL SUBSIDIARIES - EUROMED
- AFRICA**

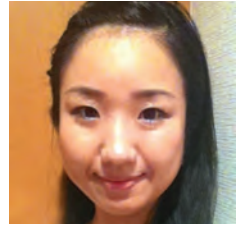
Euromed Africa Region contains more than 50 countries, representing about 15% of Sales volume and 25% of Production volume of the Group. High potential of growth is registered in many of the region countries. Central Management Control team mission is to support local teams in order to help them achieve their performance targets

MAIN RESPONSIBILITIES

- Consolidate monthly reports sent by subsidiaries and prepare Regional Industrial Reports
- Prepare Regional Financial Statements
- Participate In the elaboration of next year budget

PROFESSIONAL PROJECT

Diagnosis of Company Budget processes and Evaluation of Rolling Forecast introduction relevance



JAPON - JAPAN

**DIVISION PRODUIT LUXE, DIRECTION MARKETING INTERNATIONAL,
LANCÔME INTERNATIONAL HUB ASIE – GROUPE L'ORÉAL**
LUXURY COSMETIC DIVISION - INTERNATIONAL MARKETING DEPARTMENT - L'OREAL GROUPE

TUTEUR ENTREPRISE - CORPORATE TUTOR

TUTEUR ACADEMIQUE - ACADEMIC TUTOR

ALINE BELDA
At HOSHISHIMA

DENIS DARPY

DÉVELOPPEMENT DE NOUVEAUX PRODUITS POUR LA MARQUE LANCÔME SUR LE MARCHÉ INTERNATIONAL

Au sein du marché de cosmétique de luxe, j'étais en charge de l'analyse des tendances en Asie sur le marché des maquillages et des soins afin de répondre aux besoins des consommateurs en développant des nouveaux produits innovants de Lancôme dans le monde entier.

MES MISSIONS :

- Recherche des nouvelles opportunités pour la marque
- Analyse des panels « Beauté Research » en Asie
- Suivi des performances et actualités des produits de la concurrence
- Collaborer avec la création du packaging des nouveaux produits
- Suivi de la relation avec les agences de design
- Élaboration de « Marketing Book » (livre de marque) pour promouvoir des nouveaux produits sur le marché local

NEW PRODUCT DEVELOPMENT OF LANCÔME IN INTERNATIONAL MARKET

In luxury cosmetic industry, I was in charge of analyzing Asian Makeup and Skincare market trends, in order to develop new and innovative products for Lancôme worldwide which suit for global consumer needs.

MY MISSIONS :

- Find out new opportunities for Lancôme
- Analyze the "Beauty Research" (Distributor Panel) in Asia
- Competitor analysis of product launches and promotion activities
- Collaboration for the creation of product package
- Coordination with creative agencies: package design
- Developing a "Marketing Book" (Brand book) of new products for local market



JAPON - JAPAN

DIRECTION INGENIERIE PRODUCTION VÉHICULE - RENAULT
VEHICLE TRIM & ASSEMBLY ENGINEERING DEPARTMENT - RENAULT

TUTEUR ENTREPRISE - CORPORATE TUTOR
DOMINIQUE **GRAILLE**

TUTEUR ACADEMIQUE - ACADEMIC TUTOR
DAMIEN **MOUREY**

UNE ETUDE D'INNOVATION DESTRUCTIVE CHEZ RENAULT ET D'INTERACTION DE L'INNOVATION PRODUIT ET PROCESS D'UN POINT DE VUE PROCESS MONTAGE

Aujourd'hui, il n'y a pas un jour sans voir ou écouter le mot « innovation » dans le business et les médias quotidiens. Tout le monde, toutes les entreprises cherchent des graines d'innovation, essaient de les cultiver, souhaitent que ces innovations soient un grand business qui apporte un grand bénéfice à l'entreprise, à l'individu, à la communauté, au monde. L'innovation est un moteur clé de l'activité économique pour l'entreprise qui poursuit un objectif de bénéfices.

Dans le cadre de la mission professionnelle à la Direction de l'Ingénierie de Production Véhicule Montage chez Renault, la mission du stage est la suivante :

- 1 - Identifier (en liaison avec produit, marketing, design, ...) les innovations majeures pour le client
- 2 - Evaluer les impacts industriels liés à l'introduction de ces innovations
- 3 - Evaluer la valeur générée par ces innovations

A STUDY OF DESTRUCTIVE INNOVATION AT RENAULT AND INTERACTION BETWEEN PRODUCT INNOVATION AND MANUFACTURING PROCESS FROM A VEHICLE ASSEMBLY PROCESS POINT OF VIEW

Today, there is no single day without seeing or listening to word of <Innovation> in business and the media. All of us, all the companies search for seeds of innovation, try to grow and hope them to be a giant business, which give a huge reward to the company, to the individual, to the community, and to the whole world. Innovation is a key driver of economic activity for companies that pursue a profit.

Through this internship program at the Vehicle Trim & Assembly Engineering Department in Renault, the mission is described as follows :

- 1 - Identify major innovations for customers (in collaboration with product, marketing, design, ... department)*
- 2 - Assess the industrial impact on the introduction for these innovations*
- 3 - Assess values generated from these innovations*

DIRECTION DES VENTES SPÉCIALES - RENAULT
CORPORATE AND FLEET SALES DEPARTMENT - RENAULT

TUTEUR ENTREPRISE - CORPORATE TUTOR
 FRANÇOISE MARRION

TUTEUR ACADEMIQUE - ACADEMIC TUTOR
 SOPHIE RIEUNIER



CORÉE DU SUD - SOUTH KOREA

**AMELIORATION DE L'APPROCHE DU DIGITAL MARKETING SUR LE
 MARCHÉ DE LA LOCATION COURTE DUREE POUR RENAULT RENT**

Les pratiques de digital marketing sont relativement récentes et se développent encore actuellement. Les derniers progrès considèrent comment définir au mieux la stratégie de digital marketing dans le cadre des stratégies marketing et stratégie d'entreprise, quel modèle de marketing utiliser, comment cibler au mieux les clients pour les offres et enfin comment améliorer la mesure de l'impact d'une promotion.

LES OBJECTIFS DE CETTE MISSION :

- Mettre les offres Marketing digital en action
- Réaliser un état des lieux des pratiques les plus récentes de Marketing digital
- Analyser les données des pratiques Marketing digital
- Mesurer l'impact et l'efficacité des actions Marketing digital
- Proposer des améliorations pour Marketing digital Renault Rent

**IMPROVEMENT OF THE DIGITAL MARKETING ON THE SHORT-TERM
 CAR RENTAL MARKET FOR RENTAL RENT**

Digital marketing practices are relatively new and still developing today. Recent issues regarding digital marketing are how to define the digital marketing strategy and how to integrate it into marketing strategy and business strategy, what marketing model to use, how to target customers for offers and finally how to improve the measurement of the impact of promotions.

THE OBJECTIVES OF THIS MISSION :

- Put the digital marketing offers in action
- Evaluate the latest digital marketing practices
- Collect and analyze the data of the digital marketing practices
- Measure the impact and effectiveness of digital marketing activities
- Propose improvements for Renault Rent digital Marketing



DEWAYS.COM

TUTEUR PROFESSIONNEL - *PROFESSIONAL TUTORS*
ALEXANDRE **GRANDREMY**
GARY **COHEN**

TUTEUR ACADEMIQUE - *ACADEMIC TUTOR*
CHRISTOPHE **ELIE DIT COSAQUE**

FRANCE-CANADA
FRANCE-CANADA

BUSINESS DEVELOPMENT AU SEIN D'UNE STARTUP

Deways est une startup française de l'économie collaborative qui se spécialise dans la location de voitures entre particuliers. Deways se différencie sur le marché hyper compétitif de la mobilité partagée par une approche communautaire inspirée du modèle de distribution par vente directe.

La mission qui m'a été confiée était principalement de travailler au développement d'affaires grâce aux leviers de la communication, des partenariats, de l'événementiel et de l'animation de communautés.

J'ai également effectué une étude d'opportunité afin d'évaluer le potentiel d'une nouvelle activité pour l'entreprise.

BUSINESS DEVELOPMENT IN A STARTUP

Deways is a French peer-to-peer car sharing startup. It is part of the collaborative economy movement that has emerged recently around the world. In the hyper-competitive market that is Shared Mobility, Deways developed a community approach inspired by the direct selling model of distribution.

In this context, my mission was mainly to work in business development through the levers of communication, partnerships, events and community management.

I also undertook a market and opportunity analysis for a potential new business activity.

DIRECTION COMMERCIALE DACIA - RENAULT
DACIA COMMERCIAL DEPARTMENT - RENAULT

TUTEUR ENTREPRISE - CORPORATE TUTOR
RAFAEL **TREGUER**

TUTEUR ACADEMIQUE - ACADEMIC TUTOR
DENIS **DARPY**



MAROC - MOROCCO

LE MONTAGE D'ACCESSOIRES EN FIN DE CHAÎNE : ANALYSE DU PROCESSUS DE COMMERCIALISATION

Ma mission professionnelle au sein de la Direction Commerciale Dacia (DC Dacia) s'articulait autour de trois points principaux :

- 1) Suivre l'activité du projet montage d'accessoires en fin de chaîne sur les sites satellites des usines Dacia.
- 2) Elaborer les tableaux de bords mensuels permettant le suivi et le pilotage de l'activité commerciale Dacia dans le respect du business model, et le développement de l'image de la marque Dacia.
- 3) Mise à jour de l'édito bimensuel du site Dacia Live, une plateforme de communication comportant les réalisations et les événements marquants de Dacia et ses partenaires dans le monde.

Pendant ma mission professionnelle, j'ai particulièrement travaillé sur l'analyse du processus de commercialisation du projet montage d'accessoires en fin de chaîne, en adoptant une méthodologie basée sur :

- Une constatation des difficultés de commercialisation sur ce projet.
- Un diagnostic des problèmes à l'origine de ces difficultés via un cadrage théorique adéquat.
- Des recommandations adaptées à chacun de ces problèmes.

ACCESSORIES ASSEMBLY AT THE END OF PRODUCTION LINE : ANALYSIS OF THE COMMERCIALIZATION PROCESS

My professional mission within the Dacia Commercial Department (DC Dacia) included three main topics:

- 1) Monitoring the activity of "accessories assembly at the end of production line", on Dacia plants.*
- 2) Elaborate monthly dashboards of Dacia's Commercial activity and brand development management.*
- 3) Updating the fortnightly Dacialive editorial content, a platform to communicate on the brand related events and achievements across the world.*

During my professional mission, and as the "accessories assembly at the end of production line" project was one of my main occupations, i particularly worked on the analysis of its commercial process by:

- An observation of the commercial difficulties facing this project.*
- A diagnosis of the causes behind those difficulties, through an adequate theoretical framework.*
- Formulation of adapted recommendations to each of these issues.*



DIRECTION DE L'ALLIANCE EN CHARGE DE LA COOPÉRATION AVEC DAIMLER - RENAULT
ALLIANCE DIRECTION - COOPERATION WITH DAIMLER - RENAULT

TUTEUR ENTREPRISE - CORPORATE TUTOR
VÉRONIQUE FLOCH

TUTEUR ACADEMIQUE - ACADEMIC TUTOR
PIERRE-YVES LAGROUE

FRANCE-FRANCE

COMMENT ÉVALUER LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES POUR DAIMLER DE SA COOPÉRATION STRATÉGIQUE AVEC L'ALLIANCE RENAULT – NISSAN ?

J'ai intégré la Direction de la Coopération entre l'Alliance Renault – Nissan et Daimler qui a pour but de mener les relations avec Daimler, de coordonner les opérations et de faire des points réguliers auprès du Président.

IL M'A ÉTÉ CONFIE UN OBJECTIF BIEN PRÉCIS :

Valoriser les retombées économiques pour Daimler générées par les projets en commun.

Après avoir déterminé un périmètre de valorisation, j'ai développé une méthodologie me permettant d'estimer les gains obtenus ou attendus par le constructeur allemand dans le cadre de sa coopération avec Renault – Nissan.

Cette mission s'est effectuée en réalisant une veille sur les informations stratégiques communiquées par Daimler, en retenant des hypothèses de profitabilité, et en tenant compte du secteur d'activité (automobile premium) ainsi que des particularités des projets développés en commun.

Au-delà de cet objectif, j'ai également participé à la conception d'un document destiné à tous les salariés de l'Alliance Renault - Nissan susceptibles d'avoir des interactions avec Daimler ceci dans le but de présenter ce partenaire, les projets en commun officiellement communiqués et les sensibiliser aux subtilités interculturelles inhérentes à cette coopération tripartite germano-franco-japonaise.

HOW TO EVALUATE THE ECONOMIC BENEFITS FOR DAIMLER ISSUE FROM ITS STRATEGIC COOPERATION WITH RENAULT - NISSAN ALLIANCE?

I joined the Alliance Direction - Cooperation with Daimler, which aims to conduct relations with Daimler, coordinate operations and make regular updates to the President.

IT WAS GIVEN TO ME A VERY SPECIFIC TARGET :

To estimate, the economic benefits for Daimler s generated by common projects.

After determining the valuation scope, I have developed a methodology allowing me to estimate gains obtained and/or expected by the German carmaker as part of its cooperation with Renault - Nissan.

This mission has been carried out by performing a strategic watch on information issued from Daimler, by retaining earnings assumptions and taking into account the industry (premium cars) and the particular projects jointly developed.

Beyond this, I also participated in the design of a document to all employees of Renault - Nissan likely to have interactions with Daimler with the aim to present this partner, the joint projects officially releases and raise awareness of Alliance staff regarding intercultural subtleties inherent in the German-French-Japanese tripartite Cooperation

EUROLATINA FINANCE

TUTEUR ENTREPRISE - *CORPORATE TUTOR*
MARIE LEDRU

TUTEUR ACADEMIQUE - *ACADEMIC TUTOR*
FABIEN BLANCHOT



BRÉSIL-BRAZIL

LES DÉMARCHES POUR L'ANALYSE DE MARCHÉS POTENTIELS AU BRÉSIL

La motivation des entreprises pour se développer à l'étranger a plusieurs sources. Dès la conquête de nouvelles parts de marché jusqu'à l'optimisation fiscale, l'internationalisation est un enjeu majeur pour les entreprises développer leurs activités, tout en se protégeant des risques liés à une faible diversification de leurs zones d'opérations.

Les opérations d'internationalisation sont généralement complexes. Donc, pour réussir son implantation à l'étranger, il faut que l'entreprise mobilise plusieurs de ses départements ainsi que des ressources externes (cabinets de conseil spécialisés), car il s'agit d'un projet qui nécessite des compétences et expertises assez diverses.

Ce projet professionnel formalise et présente une méthodologie organisée pour le développement international d'une société.

MISSIONS

Participation aux différents projets en cours de fusions-acquisitions avec le Brésil

- Analyses de marché approfondies
- Modélisations financières
- Participation aux data room

Participation à la construction du deal flow

- Préparation de profils descriptifs d'entreprises
- Peignages sectoriels et boursiers

ANALYSIS PROCEDURES OF POTENTIAL MARKETS IN BRAZIL

There are several reasons that make companies expand abroad. From conquering new market shares to tax optimization, internationalization is a key issue for businesses that are looking for sales growth while protecting themselves from the risks associated with a lack of diversification in their operational area.

Internationalization is generally a complex operation to carry out. So, in order to succeed abroad, companies need to mobilize several of their departments to work together as well as external resources (specialized consultancies), because of various skills and expertises are required in such operations.

This professional project presents a methodology for the international development of companies.

MISSIONS

Participation in M&A projects in Brazil

- Market Analysis
- Financial Modeling
- Participation in Data Room

Participation in the construction of deal flow

- Preparation of Company Profiles
- Detailed Analysis of Economic Sectors and Capital Market



DIRECTION STRATÉGIE ET GRANDS PROJETS – EDF INTERNATIONAL NETWORK
DEPARTMENT OF PROJECT AND INTERNATIONAL DEVELOPMENT - EDF INTERNATIONAL NETWORK

TUTEUR ENTREPRISE - *CORPORATE TUTOR*
QUITTERIE **VARICHON**

TUTEUR ACADEMIQUE - *ACADEMIC TUTOR*
PIERRE-YVES **LAGROUE**

BRÉSIL-BRAZIL

ADAPTATION DES OFFRES DE SERVICES D'EDF INTERNATIONAL NETWORKS SELON LES BESOINS DES DISTRIBUTEURS CIBLÉS BASÉ SUR SA STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT AU BRÉSIL

Le Groupe EDF à travers de sa filiale EDF International Networks envisage être présent sur le secteur de la distribution d'électricité au Brésil pour apporter un éclairage et préparation pour son avenir en s'appuyant sur des offres à long terme.

Au sein du Département Projet Développement International mon principal objectif a été d'aider à la coordination d'un projet de montage d'un partenariat opérationnel sur les réseaux de distribution d'énergie électrique au Brésil.

PARMI LES PRINCIPALES MISSIONS :

Prospection commerciale au Brésil

Réalisation des activités de back-office des actions de prospection commerciale auprès des distributeurs brésiliens: formalisation des pistes de collaboration sur la base des indicateurs technico-financiers des distributeurs, participation aux réunions de présentation des activités métier.

Développement à l'international

Participation aux projets de développement de services aux distributeurs en Amérique Centrale et en Europe financés par des bailleurs de fond de la phase d'Appel à Manifestation d'Intérêt, d'Appel d'Offre puis suivi contractuel.

Mise en place d'un partenariat au Brésil

Appui au chef de projet sur le montage d'un partenariat au Brésil avec une Société Brésilienne : Analyse des données techniques en appui avec le responsable technique, Business-Plan, Montage contractuel (juridique et fiscal), suivi du projet (Planning, Budget...).

SUBJET: ADAPTATION OF SERVICE OFFERINGS OF EDF INTERNATIONAL NETWORKS TO TARGETED DISTRIBUTORS ACCORDING THEIR NEEDS BASED ON ITS DEVELOPMENT STRATEGY IN BRAZIL

The EDF Group through its subsidiary EDF International Networks intends to be present on the electricity distribution sector in Brazil to have an insight and be prepared for future based on long-term deals.

Within the Department of Project and International Development my goal is to support the coordination of an assembly project of an operational partnership in electricity networks distribution in Brazil.

AMONG MY MAIN RESPONSIBILITIES :

Business Development in Brazil

Back-office activities for commercial prospect with Brazilian distributors: formalization of cooperation based on technical and financial indicators from distributors, participation in meetings to present business activities.

International Development

Participation in development projects of service to distributors in Latin America and Europe financed by donors to Calls for Expression of Interest, Invitation to Tender and monitoring of contract.

Setting up of a partnership in Brazil

- To support the project manager on the setting up of a partnership in Brazil with Brazilian company: Analysis of technical data with the Technical Department, Business-Plan, Contract drafting (Tax & Legal), project monitoring (Planning, Budget...).

DIRECTION MARKETING MONDE - PUBLICITÉ MÉDIA - RENAULT**GLOBAL MARKETING DEPARTMENT - MEDIA ADVERTISING - RENAULT**TUTEUR ENTREPRISE - CORPORATE TUTOR
ANTOINE WOLFTUTEUR ACADEMIQUE - ACADEMIC TUTOR
DENIS DARPY

RUSSIE - RUSSIA

COMMENT CONTRIBUER À LA CRÉATION DE L'IMAGE FORTE ET UNIVERSELLE DE LA MARQUE-MÈRE RENAULT À TRAVERS LES CAMPAGNES PUBLICITAIRES DE CES MARQUE-FILLES

Dans le cadre de mon stage j'ai participé à plusieurs projets du Service Publicité & Média concernant la publicité des petites voitures. Parmi les particularités du métier, j'ai pu étudier et analyser les outils et les procédures qui permettent d'assurer la cohérence des messages publicitaires avec l'identité de la marque Renault. Cela m'a permis de participer à la mise en œuvre opérationnelle de la gestion stratégique de marque. L'image de la marque est une des questions cruciales aujourd'hui pour la stratégie de Renault, et cela a influencé le choix du sujet de mon projet professionnel.

MISSIONS PRINCIPALES DANS LE CADRE DE MON STAGE :

- Mise en œuvre de la campagne publicitaire multi canal pour la nouvelle Twingo dans un contexte international
- Déploiement de la griffe haut de gamme Initiale Paris via la mise en œuvre de la communication de lancement de Clio Initiale Paris
- Suivi de la production des supports de communication publicitaire et commerciale (TVC, OOH, PLV & Brochure, film produit etc.)
- Gestion de la relation avec les agences
- Suivi des KPIs de la campagne et des outils du brand tracking

PROFESSIONAL PROJECT: HOW TO CONTRIBUTE TO THE CREATION OF STRONG AND UNIVERSAL IMAGE OF RENAULT CORPORATE BRAND THROUGH THE ADVERTISING CAMPAIGNS OF THESE PRODUCT BRANDS

During my internship at the Renault Advertising & Média Department I participated in few advertising projects for the small car segment. Among different aspects of the profession, I learnt different analysis tools and procedures, which Renault uses to align its advertising messages to its brand identity. I could participate in the operational implementation of the strategic brand management. The strategic importance of Renault global brand image strongly influenced the choice of my professional project.

MISSIONS:

- Implementation of multi-channel advertising campaign for the new Renault Twingo in an international context
- Deployment of Premium car range «Initiale Paris» by implementing the communication for launching Clio Initiale Paris
- Monitoring of advertising deliverables production and delivery (TVC, OOH, POS & Leaflet, product film etc)
- Managing relationship with agencies
- Monitoring of advertising campaign KPIs and brand tracking.



JAPON-JAPAN

Groupe SIKA (SUISSE)
SIKA GROUP (SWITZERLAND)

TUTEUR ENTREPRISE - CORPORATE TUTOR
KOICHI **OBA**

TUTEUR ACADÉMIQUE - ACADEMIC TUTOR
LIONEL **GARREAU**

UNE ÉTUDE DE LA FAÇON DONT LES UNITÉS INTERNATIONALES DES ORGANISATIONS MONDIALES METTENT LA STRATÉGIE «HEADQUARTERS» EN ACTION

Ma mission professionnelle avec Sika dans un département de "Target Market Roofing" était de trouver la meilleure pratique de la vente d'accessoires de toiture à membrane afin d'améliorer les ventes des pays retenus.

MISSION :

- Comprendre le marché de toiture
- Visite des pays qui ont réussi et échoué en Europe pour faire les entretiens avec les managers afin de connaître leurs activités quotidiennes à la vente des accessoires.
- Analyser leurs activités de définir les facteurs clés de succès
- Donner la recommandation aux pays infructueuses pour l'amélioration.

A STUDY OF HOW INTERNATIONAL UNITS OF GLOBAL ORGANIZATIONS PUT THE HEADQUARTERS' STRATEGY INTO ACTION

My professional mission with Sika in a department of "Target Market Roofing" was to find out the best practice of selling accessories of Roofing Membrane in order to improve the sales of unsuccessful countries.

MISSION :

- *Understanding the roofing business*
- *Visiting some successful countries and unsuccessful countries in Europe to proceed the interviews with managers to find out their daily activities to sale the accessories.*
- *Analyse their activities to define the key success factors*
- *Give the recommendation to unsuccessful countries for the improvement.*

NOTES

LISTE DES ENSEIGNANTS → PROMOTION 2013 / 2014

LIST OF PROFESSORS → ACADEMIC YEAR 2013 / 2014

ÉLISABETH ALBERTINI	IAE -Université Paris 1 Panthéon Sorbonne Comptabilité et Analyse financière <i>Accounting and financial analysis</i>
JOSÉ ALLOUCHE	IAE -Université Paris 1 Panthéon Sorbonne Ressources Humaines <i>Human Ressources</i>
FABIEN BLANCHOT	Université Paris Dauphine Organisational Behavior <i>Organisational Behavior</i>
NICOLAS BERETTI	Fondateur- Directeur associé d'Advertuous Communication en public <i>Public speaking and communicating</i>
JEAN-FRANÇOIS CASTA	Université Paris-Dauphine Finance 1 et 2 <i>Finance 1 and 2</i>
JEAN-FRANÇOIS CHANLAT	Université Paris Dauphine Organisational Behavior <i>Organisational Behavior</i>
SYLVIE CHEVRIER	Université d'Evry Organisational Behavior <i>Organisational Behavior</i>
DENIS DARPY	Université Paris-Dauphine Marketing 2 <i>Marketing 2</i>
DENIS DARPY	Université Paris Dauphine Projet professionnel-mission en entreprise <i>Professional mission</i>
OLIVIER DE LA VILLARMOIS	IAE -Université Paris 1 Panthéon Sorbonne Contrôle de gestion <i>Management control</i>
CLAUDE DE SCORRAILLE	IAE -Université Paris 1 Panthéon Sorbonne Coaching individuel <i>Individual coaching</i>
DELPHINE DION	IAE -Université Paris 1 Panthéon Sorbonne Marketing 1 <i>Marketing 1</i>
PASCAL ÉTAIN	Université Paris-Dauphine Droit propriété intellectuelle et droit concurrentiel <i>Intellectual property and competition law</i>

CHRISTOPHE ELIE-DIT-COSAQUE	Université de Lorraine Système d'information et management de la connaissance <i>Information systems and knowledge management</i>
DIDIER FOLUS	Université Paris Ouest Nanterre Finance 1 et 2 <i>Finance 1 and 2</i>
PATRICE GEOFFRON	Université Paris-Dauphine Le cadre mondial de l'Economie <i>The global economic framework</i>
LIONEL GARREAU	Université Paris Dauphine Organisation et stratégie internationales <i>Organization and international strategy</i>
ANTHONY HUSSENOT	Université Paris Dauphine Système d'information et management de la connaissance <i>Information systems and knowledge management</i>
PIERRE YVES LAGROUE	IAE -Université Paris 1 Panthéon Sorbonne Management transversal <i>Matrix Management</i>
PIERRE-YVES LAGROUE	IAE -Université Paris 1 Panthéon Sorbonne Projet professionnel-mission en entreprise <i>Professional mission</i>
PIERRE MONGIN	Consultant formateur Communication en public <i>Public speaking and communicating</i>
DAMIEN MOUREY	IAE -Université Paris 1 Panthéon Sorbonne Comptabilité et Analyse financière <i>Accounting and financial analysis</i>
DAMIEN MOUREY	IAE -Université Paris 1 Panthéon Sorbonne Contrôle de gestion <i>Management control</i>
SOPHIE RIEUNIER	IAE -Université Paris 1 Panthéon Sorbonne Marketing 1 <i>Marketing 1</i>
CHRISTINE TRIOMPHE	IAE -Université Paris 1 Panthéon Sorbonne Management des processus productifs <i>Management of production processes</i>

**MBA MANAGEMENT INTERNATIONAL - IAE PARIS SORBONNE
FONDATION RENAULT - UNIVERSITÉ PARIS DAUPHINE
PRÉSENTATION DES MISSIONS PROFESSIONNELLES
DES ÉTUDIANTS DE LA PROMOTION 2013-2014**

**INTERNATIONAL MANAGEMENT MBA
RENAULT FOUNDATION - PARIS DAUPHINE UNIVERSITY - IAE PARIS SORBONNE
PRESENTATION OF PROFESSIONAL PROJECTS MADE BY THE STUDENTS
OF THE 2013-2014 GRADUATION CLASS**



www.mba-international-dauphine.fr

www.fondation.renault.com