

## ORGANISATION ET CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

Au sein des enseignements, les mises en situation sont privilégiées avec pour objectif principal, l'apprentissage simultané du management de projets, de connaissances en culture étrangère et marketing, et de langues étrangères. Les étudiants sont amenés à élaborer des stratégies managériales et/ou à réaliser la conquête d'un marché étranger par un produit « made in France » et/ou à comprendre les stratégies marketing mises en place dans leur aire de spécialité.

Les **cours en langues étrangères** représentent 20% des heures de M1 (90 heures d'anglais et 60 heures de 2e langue) et un tiers des heures de M2 (45 heures d'anglais et 45 heures de 2e langue). Les cours de 2<sup>e</sup> langue s'effectuent en petits groupes.

- **Tronc commun**

Le tronc commun inclut les cours de management ; de logistique et d'import/export ; de marketing ; de commerce et de droit et l'anglais des affaires (marketing en anglais, culture d'entreprise en anglais, etc.).

- **Parcours**

Les parcours au sein du Master **diffèrent selon les langues étrangères**. L'anglais (« Langue A »), est obligatoire et le choix de la deuxième langue étrangère (« Langue B ») s'opère en fonction de leur parcours antérieur (allemand, arabe, espagnol, italien, portugais ou russe). C'est en **petit groupe** que les cours de langue de spécialité sont dispensés.

Dans les cours donnés en langue étrangère, les étudiants acquièrent plusieurs types de compétences : vocabulaire spécifique au commerce extérieur dans plusieurs langues (français, anglais, langue B, éventuellement langue C) ; la connaissance des institutions, des cultures et des marchés des pays concernés ; la rédaction de différents documents ; les méthodes et les techniques de la négociation commerciale et la logistique de l'import-export.

La formation MCI autorise, pour ceux qui en ont le niveau, la pratique d'une **troisième langue** étrangère (langue C). Dans ce cas, les cours complémentaires validés en langue C sont ajoutés au diplôme.

- **EC « Méthodologie de la recherche »**

Il s'agit d'initier les étudiants à l'élaboration d'un travail de recherche qui leur soit propre et qui, à l'instar du stage individuel, donnera une coloration particulière à leur parcours. L'objectif est de leur permettre de développer leur capacité d'abstraction et de réflexion, à partir de lectures et de recherches interdisciplinaires sur des problématiques contemporaines liées à l'une des aires culturelles sur lesquelles ils ont choisi de se spécialiser. Ils seront formés aux questionnements préalables à la définition d'un sujet, à la problématisation d'un objet de recherche, à la recherche de sources permettant d'élaborer une réflexion propre, des éléments de réponse aux questionnements ciblés, et de les transmettre.

### 1<sup>ère</sup> année de master (M1)

Semestre 1	Semestre 2
<p><b>UE Management</b> (6 ECTS)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• EC Management stratégique</li> <li>• EC Organisation et logistique</li> </ul> <p><b>UE Pratiques du Commerce international</b> (6 ECTS)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Politiques et outils de communication</li> <li>• Règles, démarches, contraintes et moyens de l'import-export</li> </ul> <p><b>UE Anglais dans le contexte de l'entreprise</b> (6 ECTS)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Business English</li> <li>• Culture d'entreprise en anglais</li> </ul> <p><b>UE Langues étrangères (hors anglais) dans le contexte de l'entreprise</b> (6 ECTS)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Culture d'entreprise en 2<sup>e</sup> langue étrangère</li> <li>• Méthodologie de la recherche (1)</li> </ul> <p><b>UE Professionalisation</b> (6 ECTS)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Applications bureautiques avancées (Excel et autres applications)</li> <li>• Conférences professionnelles + SCUJO</li> </ul>	<p><b>UE Réglementation du Commerce International</b> (6 ECTS)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Droit du commerce international</li> <li>• Taux de change dans le commerce international</li> </ul> <p><b>UE Marketing et Communication</b> (6 ECTS)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing stratégique</li> <li>• EC Libre</li> </ul> <p><b>UE Monde des Affaires</b> (6 ECTS)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Langue des Affaires et préparation à l'emploi en anglais</li> <li>• Gestion du risque à l'import-export</li> </ul> <p><b>UE Langue des affaires en langue étrangère (hors anglais)</b> (6 ECTS)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Langue des Affaires et prépa à l'emploi en 2<sup>e</sup> langue étrangère</li> <li>• Méthodologie de la recherche (2)</li> </ul> <p><b>UE Stage</b> (6 ECTS)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stage tutoré en entreprise (2 mois minimum) / Rapport de stage</li> </ul>

**2<sup>nd</sup>e année de master (M2)**

<b>Semestre 3</b>	<b>Semestre 4</b>
<p><b>Commerce International</b> (6 ECTS)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Théorie du commerce extérieur</li><li>• Dettes, crises et commerce extérieur</li></ul> <p><b>Management de la fonction commerciale</b> (6 ECTS)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Les leviers du Marketing opérationnel</li><li>• Management et Stratégies commerciales</li></ul> <p><b>Marketing et aires culturelles</b> (6 ECTS)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Marketing en anglais</li><li>• Marketing en 2e langue étrangère</li></ul> <p><b>Risques juridiques et techniques du comm international</b> (6 ECTS)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Customs &amp; Business Case Studies</li><li>• Droit des contrats à l'international</li></ul> <p><b>Préparation à l'embauche en langues étrangères</b> (6 ECTS) [Conférences professionnelles mutualisées avec M1]</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Préparation au recrutement en anglais</li><li>• Préparation au recrutement deuxième langue étrangère</li></ul>	<p>Stage tutoré en entreprise (de préférence à l'étranger) de 4 à 6 mois.</p> <p>+ Mémoire de stage en trois langues + Soutenance (30 ECTS)</p>