



DÉPARTEMENT
Langues Étrangères Appliquées
MASTER Responsable du
développement international

Année universitaire 2023.2024

Table des matières

LES COMPETENCES DU MASTER RESPONSABLE DU DEVELOPPEMENT INTERNATIONAL	4
CALENDRIER UNIVERSITAIRE MASTER RDI	5
CONTACTS.....	6
<i>Équipe pédagogique.....</i>	<i>6</i>
<i>Les directeurs d'études et de département</i>	<i>6</i>
<i>Les coordinateurs pédagogiques pour les mobilités internationales</i>	<i>6</i>
<i>Renseignements utiles.....</i>	<i>6</i>
OBJECTIFS ET ORGANISATION DES ENSEIGNEMENTS.....	7
SCOLARITE - INFORMATIONS PRATIQUES.....	8
CERTIFICATIONS EN LANGUE	10
CONNEXION WIFI	10
LE SERVICE D'ORIENTATION ET D'INSERTION PROFESSIONNELLE.....	11
CONSIGNES DE SECURITE.....	13
PLAN DES BATIMENTS	14
ORGANISATION DE LA FORMATION	16
MASTER 1.....	17
<i>Calendrier Master 1.....</i>	<i>18</i>
<i>Modalités de contrôle des connaissances Semestre 7.....</i>	<i>19</i>
<i>Modalités de contrôle des connaissances Semestre 8.....</i>	<i>20</i>
<i>Modalités spécifiques de validation du semestre 8 d'études lorsqu'il se déroule à l'étranger :</i>	<i>21</i>
PRESENTATION DES COURS ET BIBLIOGRAPHIE - MASTER 1	22
<i>Infographie.....</i>	<i>22</i>
<i>Bilan de compétences et recherche de stage</i>	<i>22</i>
<i>Stratégie de communication à l'international.....</i>	<i>22</i>
<i>Traduction et rédaction professionnelles</i>	<i>23</i>
<i>Communication professionnelle</i>	<i>23</i>
<i>Langue économique et commerciale.....</i>	<i>23</i>
<i>Monde économique.....</i>	<i>23</i>
<i>Techniques de négociation</i>	<i>24</i>
<i>Marketing international</i>	<i>24</i>
<i>Diagnostic entreprise.....</i>	<i>24</i>
<i>Étude de marché à l'international.....</i>	<i>25</i>
<i>Techniques logistiques et administratives du commerce extérieur.....</i>	<i>25</i>
<i>E.commerce à l'international</i>	<i>26</i>
<i>Stratégie d'entreprise.....</i>	<i>26</i>
<i>Informatique.....</i>	<i>26</i>
<i>Stratégie de ressources documentaires.....</i>	<i>27</i>
MASTER 2.....	28
<i>Calendrier Master 2.....</i>	<i>29</i>
<i>Modalités de contrôle des connaissances semestre 9.....</i>	<i>30</i>
<i>Modalités de contrôle des connaissances semestre 10.....</i>	<i>31</i>
PRESENTATION DES COURS ET BIBLIOGRAPHIE - MASTER 2.....	32
<i>Conception et gestion de sites web</i>	<i>32</i>
<i>Progiciels de gestion intégrés.....</i>	<i>32</i>
<i>Veille technologique et stratégique.....</i>	<i>32</i>

<i>Droit commercial international</i>	33
<i>Techniques financières internationales</i>	33
<i>Techniques douanières</i>	34
<i>Gestion et assurance des risques</i>	34
<i>Gestion de projet et des RH</i>	34
<i>Marketing B to B</i>	36
<i>Techniques de vente</i>	36
<i>Négociation commerciale</i>	37
<i>Entrepreneuriat</i>	37
<i>Droit des sociétés</i>	37
<i>Responsabilité sociétale des organisations sur leur territoire</i>	38
<i>Dossier d'étude commerciale</i>	38
<i>Cycle de conférences en langues étrangères</i>	38
<i>Conférences</i>	38
<i>Valorisation stage</i>	39
<i>Zone britannique</i>	39
<i>Zone nord-américaine</i>	39
<i>Zone Asie</i>	39
<i>Zone ibérique</i>	40
<i>Zone ibéro-américaine</i>	41
<i>Zone germanophone</i>	41
<i>Jeu d'entreprise en anglais</i>	41
<i>Achats internationaux</i>	42
<i>Supply Chain</i>	42
<i>Alternance en entreprise</i>	42

Les compétences du master Responsable du développement international

**LA SPÉCIALITE RESPONSABLE DU DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL
À L'UNIVERSITÉ BRETAGNE SUD
UNE FORMATION INTERNATIONALE DE QUALITÉ
EN SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES**

Une formation exigeante
Un enseignement de haut niveau
Un encadrement et un suivi individuels

Les compétences attestées dans la spécialité Responsable du développement international

- Maîtrise de deux langues étrangères : niveau C1 du Cadre européen commun de référence pour les langues en anglais et allemand ou espagnol (traduction, approche interculturelle des marchés, correspondance commerciale, négociation commerciale).
- Gestion des aspects commerciaux, juridiques, logistiques et financiers du travail à l'export.
- Maîtrise des différents aspects de la vente dans un contexte international (techniques de vente et négociation commerciale trilingue).
- Stratégie marketing : savoir mener une étude de marché, prospecter des clients.
- Capacités organisationnelles, de planification, gestion prévisionnelle des tâches, et de suivi des activités.
- Aptitudes au travail en équipe et en totale autonomie.
- Connaissances de base en gestion de projet et des ressources humaines.
- Rechercher, analyser, synthétiser, et transmettre l'information, à l'écrit comme à l'oral, en choisissant les canaux appropriés de la communication interne et externe.
- Adaptabilité, réactivité, culture générale et curiosité intellectuelle.
- Compétences informatiques : utilisation autonome d'outils informatiques permettant la conception et la gestion de supports informatiques, la gestion de documents électroniques (bases de données textuelles et relationnelles, mise en forme de documents longs, création de site Internet, PAO).
- Connaissance du marché de l'emploi, constitution d'un réseau de contacts professionnels via les cours, les stages et les conférences, élaboration d'un projet professionnel.
 - ✓ **En première année, une étude de marché à l'international pour une entreprise et un stage de trois mois minimum, de préférence à l'étranger.**
 - ✓ **En première année, participation à « 24h pour entreprendre », concours de création d'entreprise devant un jury professionnel.**
 - ✓ **En deuxième année, une alternance qui permet de créer son poste et la possibilité de travailler un an pour une entreprise en contrat de professionnalisation.**
 - ✓ **La possibilité de passer un semestre d'études à l'étranger en M1 pour les étudiants inscrits à l'Université Bretagne Sud l'année précédente**
 - ✓ **30 % des heures assurées par des professionnels en M1 et 58 % en M2.**
 - ✓ **Une simulation de gestion d'entreprise en langue anglaise.**

UNE FORMATION SOLIDE POUR DIVERS MÉTIERS

Le titulaire de ce diplôme peut accéder aux fonctions de cadre export, responsable commercial export, responsable adjoint ou responsable de l'administration des ventes (fiches fonctions de l'APEC : import-export, administration des ventes).

Il se destine également à devenir acheteur international ou responsable de la stratégie commerciale.

Calendrier universitaire master RDI

Réunions de rentrée

M1 RDI : jeudi 14 septembre de 10h30 à 12h (Groix)

M2 RDI : jeudi 1^{er} septembre de 9h à 10h (Vasco de Gama)

Début des cours

M1 RDI : lundi 18 septembre

M2 RDI : vendredi 1^{er} septembre

Vacances en master 1 (dates incluses)

Du samedi 28 octobre au dimanche 5 novembre

Du samedi 23 décembre au lundi 7 janvier

Dates à retenir

Vendredi 22 septembre, à partir de 16h : rencontre entre les tuteurs en entreprise, les tuteurs enseignants et les alternants.

Mercredi 18 et jeudi 19 octobre après-midi (*date sous réserve de confirmation*) : simulations d'entretiens avec l'association AGIR

Réunion organisée par le SAI à la faculté de Lettres (mobilité études, financement, démarches administratives, calendrier...) : **jeudi en novembre** (*date à confirmer*), 15h15-15h45 financer son projet de mobilité internationale ; 16h-17h stages à l'étranger

Mercredi 29 novembre ou mardi 5 décembre : *Alternance dating* pour les masters 1 RDI

Vendredi 12 janvier de 14h à 17h : tables ronde avec les diplômés du département LEA

Du 13 février 13h30 au 15 février midi : challenge interne aux M1, en partenariat avec les Conseillers du commerce extérieur de la France

Semaine du 13 mai : conférences en langues étrangères, pour les M2 RDI

10 et 11 janvier : challenge inter-écoles BSF Interschool Challenge pour les M2 RDI dans le cadre de la convention avec le comité breton des Conseillers au commerce extérieur de la France (*sous réserve de confirmation*)

Contacts

L'équipe pédagogique est constituée d'enseignants, d'enseignants-chercheurs et de professionnels.

Équipe pédagogique

arnaud.moussin@univ-ubs.fr
cecile.vauchez@univ-ubs.fr
clement.gardien@univ-ubs.fr
christelle.ferrari@univ-ubs.fr
christian.quotschalla@univ-ubs.fr
chrystel.millon@univ-ubs.fr
emmanuel.gaudin@univ-ubs.fr
francois.huber@univ-ubs.fr
francois.martinez@univ-ubs.fr
francois.mignon@univ-ubs.fr
gwyn.jones@univ-ubs.fr
hania.renaudie@univ-ubs.fr
helene.privat@univ-ubs.fr

hugues.marchat@univ-ubs.fr
jorg.ulbert@univ-ubs.fr
mariannick.guenneec@univ-ubs.fr
marion.olharan-lagan@univ-ubs.fr
matthieu.collet@univ-ubs.fr
nelly.andre@univ-ubs.fr
olivier.cardini@univ-ubs.fr
pierre-yves.kerdreux@univ-ubs.fr
philippe.le-mancq@univ-ubs.fr
sophie.meledo@univ-ubs.fr
suzanne.micault@univ-ubs.fr
wiebke.peters@univ-ubs.fr

Les directeurs d'études et de département

Directeur d'études du master RDI : Mariannick GUENNEC
llshs.master1rdi.de@univ-ubs.fr ou llshs.master2rdi.de@univ-ubs.fr
 Direction du Département LEA : Mariannick GUENNEC
llshs.lea.dir@listes.univ-ubs.fr

Les coordinateurs pédagogiques pour les mobilités internationales

Christian Quotschalla : Allemagne
 Gwyn Jones : Chypre, Irlande, Lituanie
 Mariannick Guenneec : Espagne, Portugal, République tchèque

N'hésitez pas à contacter le secrétariat pédagogique du master RDI : Sterenn GOUELLO
 02 97 87 65 38 llshs.lea-master.sec@listes.univ-ubs.fr

Renseignements utiles

Médecine universitaire	02 97 87 11 36
Service social	02 97 87 95 04
Service des sports	02 97 87 29 11
Service des Affaires internationales	sai@univ-ubs.fr
Contrats d'alternance	llshs.fpa@listes.univ-ubs.fr

Objectifs et organisation des enseignements

Le master RDI n'est accessible que sur dossier et entretiens, le nombre de places étant limité à 24. Les candidatures se font via la plateforme Monmaster (master 1) et le site e.candidature (master 2).

Organisation générale des enseignements

Les enseignements sont organisés en semestres sous forme d'unités individuellement capitalisables par année (UE) et affectées d'un nombre de crédits européens de transfert (« crédits ECTS »).

L'année de master 1 se compose de 11 unités d'enseignements (UE) : 6 au 1^{er} semestre et 5 au 2^e. Le descriptif des différentes UE est disponible dans les pages suivantes du présent livret. Le premier semestre est de 11 semaines et le 2^e de 6, de façon à ce que les étudiants puissent faire les 12 semaines de stage minimum au plus tard à partir de début mars.

En master 2, le stage occupe une place prépondérante : 20 crédits ECTS. Sa durée est 12 mois en contrat d'apprentissage ou de professionnalisation. L'enseignement et l'expérience professionnelle sont conçus pour que l'alternant crée son poste et soit embauché à l'issue de la formation.

Les cours sont donnés sous forme de CM (cours magistraux) destinés à l'ensemble des étudiants, d'autres sous forme de TD (travaux dirigés). Certains cours sont communs à différentes spécialités de master.

Master 1 et master 2 comprennent une partie théorique et une partie pratique. Ces deux éléments sont capitaux pour l'insertion professionnelle et chacune des parties doit donc être validée sans compensation entre elles.

Les emplois du temps sont disponibles après la réunion de rentrée sur l'Environnement Numérique de Travail.

Scolarité - Informations pratiques

1. Assiduité (et étudiants boursiers)

Tout étudiant est soumis à une obligation d'assiduité aux cours, aux évaluations de contrôle continu ainsi qu'aux examens.

Si vous êtes **boursier**, un manquement à cette obligation peut entraîner la suspension du versement de la bourse ainsi que le remboursement des sommes déjà versées.

Dans le cas des alternants, toute absence doit donner lieu à la présentation d'un justificatif (voir livret de l'alternant).

2. Statut d'étudiant non-assidu

Les étudiants exerçant une activité professionnelle supérieure à 10 heures par semaine peuvent bénéficier du statut d'étudiant non-assidu afin de leur permettre de concilier leur travail salarié et leurs études. Pour en bénéficier, il convient de déposer une demande accompagnée des pièces justificatives auprès du secrétariat de scolarité du département de formation. En cas d'acceptation par la directrice ou le directeur de votre année d'études, vous êtes autorisée à ne pas assister à partie ou totalité des enseignements. Vous devrez vous présenter aux mêmes examens partiels et terminaux que les étudiants assidus. Des modalités particulières peuvent s'appliquer dans le cas de matières contenant du contrôle continu (se reporter aux tableaux des modalités de contrôle des connaissances de l'année concernée).

Les étudiants boursiers ne peuvent en aucun cas prétendre au statut non-assidu, non plus que les alternants en master 2.

3. Évaluations

Les examens de contrôle continu se déroulent tout au long de chaque semestre. Veillez à consulter régulièrement vos courriels et l'ENT pour d'éventuels changements de salles. La présence devant la salle d'examen est obligatoire 15 minutes avant le début de l'épreuve, lorsque vous n'avez pas cours avant. Vous devez impérativement présenter votre carte d'étudiant.

L'absence aux examens, qu'il s'agisse d'un contrôle continu ou d'un examen terminal, même justifiée par un certificat médical, n'ouvre droit à aucune épreuve de rattrapage et est sanctionnée par un **0/20**.

En master 1 RDI, toutes les matières sont en contrôle continu.

Tout étudiant est réputé avoir pris connaissance du règlement des études et des examens, qui détaille le fonctionnement des formations et renseigne, notamment, sur les procédures de recours ou les sanctions encourues en cas de fraude ou de tentative de fraude. Celui-ci est consultable dans l'espace « UFR LLSHS, Scolarité » de la plateforme pédagogique Moodle, elle-même accessible via l'ENT.

4. Résultats et validation du master

Une unité d'enseignement (UE) est validée lorsque l'étudiant obtient la moyenne générale à l'unité, y compris par compensation entre les matières qui la compose, sans note éliminatoire dans l'UE.

L'année est validée à la double condition de valider la moyenne théorique d'une part ET la moyenne pratique d'autre part.

Le Master est validé à la condition que chaque année de master soit validée (M1, M2).

À l'issue de chaque semestre, les étudiants pourront consulter leurs copies auprès des enseignants concernés, à la date fixée par les directeurs d'études. Il n'y aura aucune consultation individuelle au secrétariat.

5. Seconde session dite « de rattrapage »

Il n'y a aucune session 2 en master Responsable du développement international.

6. Ajourné Autorisé à Continuer (AJAC)

Le statut d'**Ajourné Autorisé à Continuer** (« AJAC ») n'existe pas entre le master 1 et le master 2.

7. Redoublement

En cas de redoublement, seules les unités d'enseignement (UE) dont la note moyenne est supérieure ou égale à 10 se conservent d'une année sur l'autre (= unités acquises). Les notes au-dessus de la moyenne dans une UE non-acquise ne se conservent pas d'une année sur l'autre - l'étudiant doit suivre de nouveau ces enseignements et passer les examens.

La moyenne théorique, d'une part, et la moyenne pratique, d'autre part, sont définitivement acquises.

8. Informations générales

Le-la secrétaire de scolarité de votre formation est votre interlocuteur privilégié pour toutes demandes d'informations.

Un grand nombre d'informations concernant la scolarité se trouvent sur votre ENT - consultez les pages régulièrement pour accéder : au règlement des examens, au règlement du master, à la composition des jurys, stage, etc.

Toutes les informations concernant la scolarité se trouvent sur votre ENT, plateforme Moodle : UFR LLSHS, espace scolarité

Certifications en langue

Vous suivez une formation à l'UFR LLSHS, vous avez donc la possibilité de passer des certifications en langue étrangère en anglais, allemand, espagnol, catalan, et chinois.

Pour obtenir des renseignements précis sur le calendrier, le coût, le niveau requis et/ou validé par chaque certification, consultez le site du Centre de Langues de l'UBS

(<http://www.univ-ubs.fr/fr/international/formations-en-langues/centre-de-langues.html>).

Ses bureaux se situent au deuxième étage du Paquebot si vous souhaitez obtenir d'autres renseignements.

Connexion WIFI

Pour accéder à la documentation des ressources & services numériques (messagerie, WIFI...)

<https://17017.univ-ubs.fr/documentation/pages/viewpage.action?pageId=622618>

Configuration du réseau WiFi Eduroam à destination des utilisateurs de l'UBS :

Nom (SSID) du réseau	eduroam
Identifiant de connexion	Votre identifiant de connexion UBS suivi de @univ-ubs.fr <i>exemple pour un personnel : untel@univ-ubs.fr</i> <i>exemple pour un étudiant : e1234567@univ-ubs.fr</i>
Mot de passe	Votre mot de passe UBS

À partir du 10 mai 2022, sur certains appareils, il peut vous être demandé de valider le certificat de notre serveur d'authentification. Dans ce cas le nom de ce certificat est **USERTrust RSA Certification Authority** et le nom du certificat intermédiaire est **GEANT OV RSA CA 4** pour le serveur **radius.univ-ubs.fr**.

Le Service d'Orientation et d'Insertion Professionnelle



L'INSERTION PROFESSIONNELLE ET L'ORIENTATION
À L'UNIVERSITÉ BRETAGNE SUD

*On t'accompagne
dans tes projets !*

Toute l'équipe accueille et propose un conseil personnalisé aux étudiants dans le cadre d'une orientation ou d'une réorientation, mais aussi dans le cadre de leur insertion professionnelle. L'équipe du service apporte également une aide auprès des étudiants souhaitant réaliser un projet d'entreprise et développer leur esprit d'innovation et leur réseau.

1. NOS RESSOURCES À VOTRE DISPOSITION

✓ **Préparez votre projet, consultez nos ressources documentaires**

L'espace ressources est une base de ressources documentaires utiles à la construction de son projet personnel et professionnel. Elle permet d'explorer les formations, les métiers, les études et leurs débouchés. (<https://suiiop.centredoc.fr/>)

✓ **Besoin d'un coup de pouce pour trouver un stage, un emploi ou une alternance ? Inscrivez-vous sur la plateforme Jobteaser. Retrouvez toutes les offres sur la plateforme.** (<https://connect.jobteaser.com/>)

✓ **Vous souhaitez découvrir le devenir des diplômés et les poursuites d'études ?**

Consultez les livrets numériques ou rendez-vous sur la page dédiée à chaque formation rubrique « Documents ».

✓ **Un stage à réaliser ? A la recherche d'une alternance ? Venez retirer votre livret « Ma recherche de stage », « Ma recherche d'alternance »**

Les livrets sont disponibles au sein du service afin de vous accompagner dans la recherche de votre stage et/ou de votre alternance.



2. NOS ACTIONS POUR VOUS ACCOMPAGNER

✓ Prenez rendez-vous avec une conseillère

Les conseillères d'orientation et d'insertion professionnelle vous reçoivent afin de vous accompagner dans vos projets d'études et professionnels. Sur rendez-vous au 02 97 87 66 60 à Lorient et au 02 97 01 27 00 à Vannes.

✓ Une photo professionnelle ?

En septembre, inscrivez-vous au shooting. Le service vous propose d'agrémenter votre CV avec une photo professionnelle



✓ Vous souhaitez rencontrer un professionnel ? Participez aux cafés pros

Ces rendez-vous sont des temps d'échanges conviviaux et informels entre des professionnels et des étudiants. Un format court, 1h maxi sur la pause déjeuner.

✓ Vous avez un projet d'entrepreneuriat ? On vous accompagne !

Vous avez un projet, une idée de création d'activité, d'entreprise ? Tout étudiant ou jeune diplômé (de moins de 3 ans) qui a envie de découvrir le domaine de l'entrepreneuriat est accompagné et aidé au sein d'un PEPITE : un Pôle Étudiant Pour l'Innovation, le Transfert et l'Entrepreneuriat.

Sensibilisation, challenges, statut spécifique ... Le service a mis en place un cadre favorable pour permettre aux étudiants de se lancer dans l'aventure entrepreneuriale.

Retrouvez toutes nos informations et actualités sur le site de l'ubs :
Formation / réussir ici / insertion professionnelle et orientation



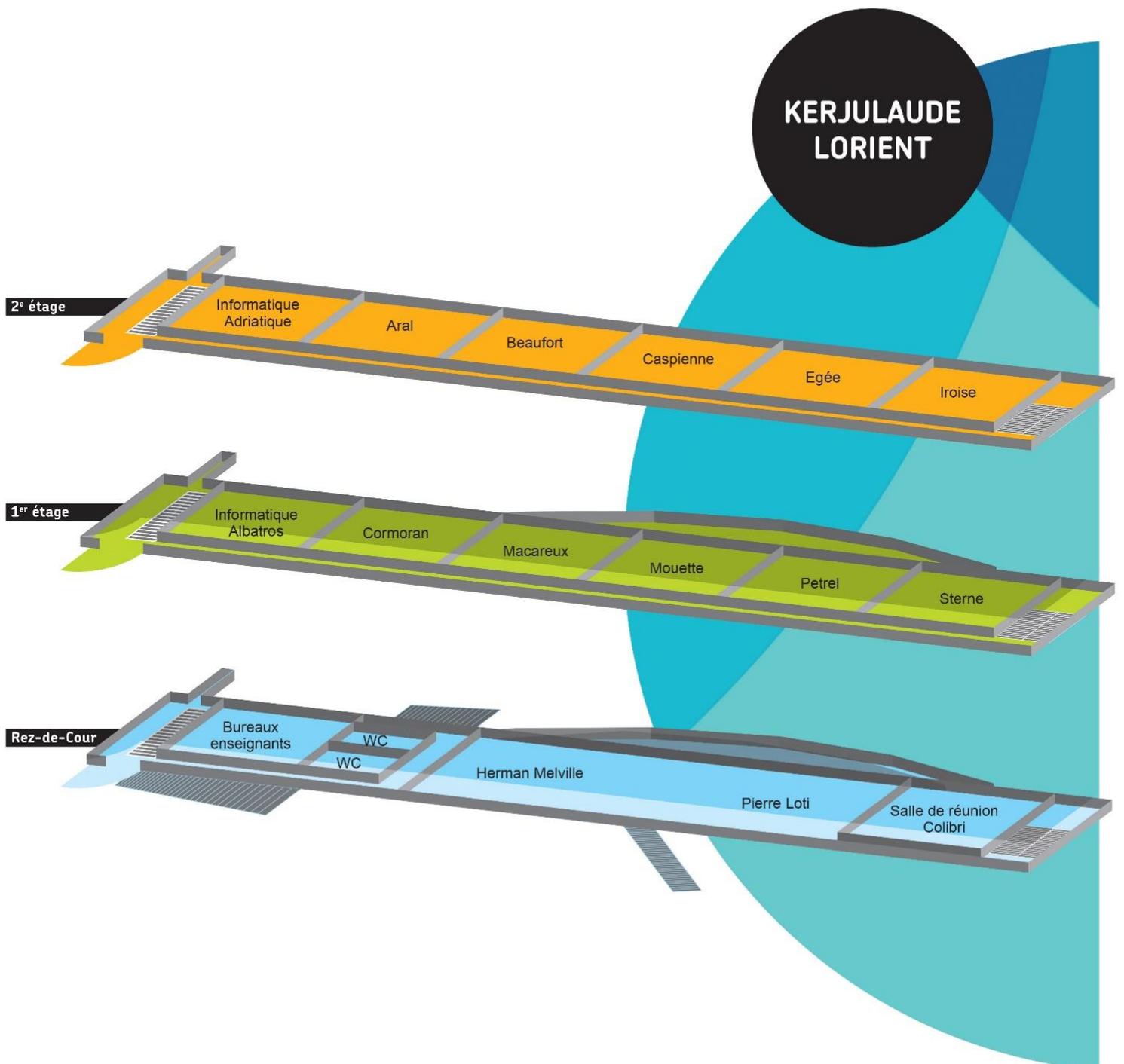
Consignes de sécurité

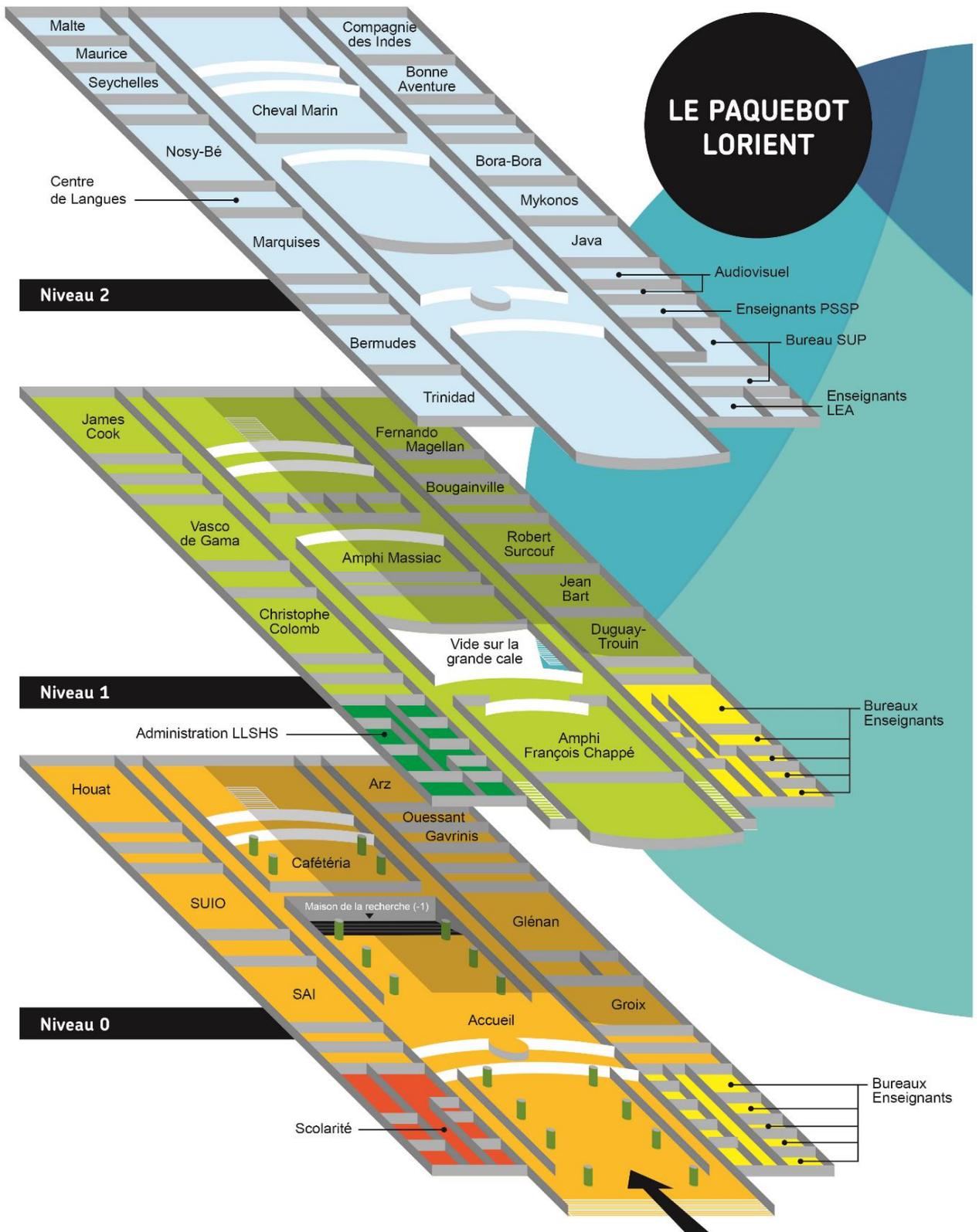


En cas d'alarme incendie, l'enseignant responsable de sa salle de cours doit **obligatoirement** sortir et conduire ses étudiants jusqu'au point de rassemblement, situé à l'arrière du bâtiment dans le parc Youri Gagarine.

L'enseignant, à ce moment, endosse le rôle du guide-file et doit vérifier la présence de tous ses étudiants au point de rassemblement.

Les serre-files quant à eux se chargent de vérifier l'évacuation totale du bâtiment. Vous pouvez réintégrer votre salle uniquement après l'autorisation de la direction de l'unité de travail.

Plan des bâtiments



Organisation de la formation

S7	S8	S9	S10
UE1 Communication	UE1 Anglais	UE1 Informatique	UE1 Conférences
UE2 Anglais	UE2 Allemand ou espagnol	UE2 Veille, stratégie et droit commercial international	UE2 Approche des marchés anglais/allemand ou anglais/espagnol
UE3 Allemand ou espagnol	UE3 Développement de l'entreprise à l'international	UE3 Finances et fiscalité internationale	UE3 Gestion d'entreprise internationale
UE4 Langue de spécialité anglais/allemand ou anglais/espagnol	UE4 (pratique) Étude de marché	UE4 Management international	UE4, 5, 6 (pratique) Alternance
UE5 Développement de l'entreprise à l'international	UE5 (pratique) Stage	UE5 Négociation commerciale anglais/allemand ou anglais/espagnol	
UE6 Commerce international		UE6 Entrepreneuriat	

Master 1

Calendrier Master 1

Rentrée

M1 RDI : jeudi 14 septembre de 10h30 à 12h (Groix)
Début des cours : lundi 18 septembre

Vacances (dates incluses)

Du samedi 28 octobre au dimanche 5 novembre
Du samedi 23 décembre au lundi 7 janvier

Dates à retenir

Simulations d'entretiens avec l'association AGIR : les 18 et 19 octobre, après-midi
Date à définir : présentation des différents contrats d'alternance
Date à définir : présentation des financements pour un stage à l'étranger par le SAI, un jeudi de novembre, de 15h15 à 17h
Alternance Dating : mercredi 9 novembre ou mardi 5 décembre
Vendredi 12 janvier de 14h à 17h : Tables rondes avec les diplômés du département
Du 13 février 13h30 au 15 février 12h : challenge interne aux M1 RDI, avec les conseillers au commerce extérieur de la France

Semestre 1

Cours du 18 septembre au 1^{er} décembre (11 semaines)
Semaine dite « de rattrapage » et de soutenance : du 4 au 8 décembre
Pause pédagogique du 11 décembre au 7 janvier inclus
Délibérations : jeudi 18 janvier
Publication des résultats : mardi 23 janvier
Consultation des copies pendant les cours sauf si le cours n'a pas lieu au deuxième semestre (dans ce cas, chaque enseignant organise la consultation des copies et en informe les étudiants). Pas de consultation des copies au secrétariat

Semestre 2

Cours du 8 janvier au 16 février (6 semaines)
Date limite de remise des dossiers d'étude de marché à l'international : lundi 5 février
Soutenances de l'étude de marché à l'international : mardi 13 février
Stage à partir du lundi 12 février (12 semaines / 420h minimum, les deux critères devant être respectés)
Délibérations partie théorique : jeudi 14 mars 13h (*sous réserve de confirmation*)
Publication des résultats bloc théorique : lundi 18 mars
Remise des mémoires de stage : lundi 10 juin avant 12h (dépôt sur Moodle avec l'enquête signée)
Soutenance de stage : 27 juin
Délibérations : vendredi 5 juillet
Publication des résultats : mardi 9 juillet

Modalités de contrôle des connaissances Semestre 7

CRÉDITS ECTS / UE	COE FF UE (1)	Type UE (théorique ou pratique) (2)	Intitulé UE (3)	Code matière (code UMR ou Spécif)	Intitulé Matières (3)	Nombre d'heures		Modalités de contrôle (4)		Coefficient (1/3)	Modalités de contrôle (4)		Coefficient (1/3)	Modalités de contrôle (4)		Coefficient (1/3)
						CM	TD	SESSION 1	SESSION 2		SESSION 1	SESSION 2		SESSION 1	SESSION 2	
5	3	Théorique	UE 1 COMMUNICATION	IFO2101T	Infographie		12,00	CC	1			Ecrit 2h	1			
				BGS2101T	Bilan de compétences et recherche de stage		10,00	CC	1			Ecrit 1h	1			
				STR2101T	Stratégie de communication à l'international		10,00	CC	1			Ecrit 2h	1			
5	5	Théorique	UE2 ANGLAIS	TAN1102T	Traduction et rédaction professionnelles		20,00	CC	2			Ecrit 3h	2			
				COM2107T	Communication professionnelle		15,00	CC	1,50			Ecrit 1h30	1,50			
				LEC2101T	Langue économique et commerciale		15,00	CC	1,50			Ecrit 2h	1,50			
5	5	Théorique	UE 3 ESPAGNOL	TES2101T	Traduction et rédaction professionnelles		20,00	CC	2			Ecrit 3h	2			
				CPE2102T	Communication professionnelle		15,00	CC	1,50			Ecrit 1h30	1,50			
				LEC2102T	Langue économique et commerciale		15,00	CC	1,50			Ecrit 2h	1,50			
			OU													
5	5	Théorique	UE 3 ALLEMAND	THA2102T	Traduction et rédaction professionnelles		20,00	CC	2,00			Ecrit 3h	2,00			
				COM2102T	Communication professionnelle		15,00	CC	1,50			Ecrit 1h30	1,50			
				LEC2103T	Langue économique et commerciale		15,00	CC	1,50			Ecrit 2h	1,50			
5	5	Théorique	UE 4 LANGUE DE SPECIALITE ANGLAIS / ESPAGNOL	MEB2101T	Monde économique - anglais		15,00	CC	1,50			Ecrit 2h	1,50			
				TNB2102T	Techniques de négociation - anglais		10,00	CC	1			Oral	1			
				MEE2102T	Monde économique - espagnol		15,00	CC	1,50			Ecrit 2h	1,50			
				TNE2102T	Techniques de négociation - espagnol		10,00	CC	1			Oral	1			
			OU													
5	5	Théorique	UE 4 LANGUE DE SPECIALITE ANGLAIS / ALLEMAND	MEB2101T	Monde économique - anglais		15,00	CC	1,50			Ecrit 2h	1,50			
				TNB2102T	Techniques de négociation - anglais		10,00	CC	1			Oral	1			
				MEA2101T	Monde économique - allemand		15,00	CC	1,50			Ecrit 2h	1,50			
				THA2102T	Techniques de négociation - allemand		10,00	CC	1			Oral	1			
5	4	Théorique	UE 5 DEVELOPPEMENT DE L'ENTREPRISE A L'INTERNATIONAL	MIT2101T	Marketing international		15,00	CC	1,50			Ecrit 2h	1,50			
				DIA2103T	Diagnostic entreprise		10,00	CC	1			Ecrit 2h	1			
				EMIZ101T	Etude de marché à l'international		15,00	CC	1,50			Oral	1,50			
5	4	Théorique	UE 6 - COMMERCE INTERNATIONAL	TLA2101T	Techniques logistiques et administratives du commerce extérieur	30,00		CC	3			Ecrit 3h	3			
				ECIZ101T	e.commerce à l'international		10,00	CC	1			Ecrit 2h	1			

Modalités de contrôle des connaissances Semestre 8

CRÉDITS ECTS / UE	COEF F UE (1)	Type UE (théorique ou pratique) (2)	Intitulé UE (3)	Code matière (code élément Apogée)	Intitulé Matières (3)	Nombre d'heures		étudiant assidu				étudiant non assidu					
						CM	TD	Modalités de contrôle (4)		Coefficient (5)		Modalités de contrôle (4)		Coefficient (5)			
								SESSION 1		SESSION 2		SESSION 1		SESSION 2			
								①				①					
4	4	Théorique	UE 1 ANGLAIS	MAG2201T	Monde Economique - anglais		10,00	CC	1					Ecrit 2h	1		
				COP2201T	Communication professionnelle		15,00	CC	1,50					Ecrit 1h30	1,50		
				LEC2201T	Langue économique et commerciale		15,00	CC	1,50					Ecrit 2h	1,50		
4	4	Théorique	UE2 ESPAGNOL	MSP2201T	Monde Economique - espagnol		10,00	CC	1					Ecrit 2h	1		
				COP2202T	Communication professionnelle		15,00	CC	1,50					Ecrit 1h30	1,50		
				LEC2202T	Langue économique et commerciale		15,00	CC	1,50					Ecrit 2h	1,50		
			OU														
4	4	Théorique	UE2 ALLEMAND	MAL2201T	Monde Economique - allemand		10,00	CC	1					Ecrit 2h	1		
				COP2203T	Communication professionnelle		15,00	CC	1,50					Ecrit 1h30	1,50		
				LEC2203T	Langue économique et commerciale		15,00	CC	1,50					Ecrit 2h	1,50		
4	4,5	Théorique	UE 3 DEVELOPPEMENT DE L'ENTREPRISE À L'INTERNATIONAL	TLA2201T	Techniques logistiques et administratives du commerce extérieur	20,00		CC	2,00					Ecrit 3h	2		
				STE2201T	Stratégie d'entreprise		10,00	CC	1					Ecrit 2h	1		
				IFR2201T	Informatique	5,00	10,00	CC	1,50					Ecrit 2h	1,50		
3	3	Pratique	UE 4 : ETUDE DE MARCHÉ	EMI2202T	Etude de marché à l'international			Dossier et soutenance	1					Dossier et soutenance	1		
15	15	Pratique	UE 5 et 6 : STAGE	SM2201G	Stage et mémoire de stage			Dossier et soutenance	1					Dossier et soutenance	1		
				SRD2201T	Stratégie de ressources documentaires		5,00	validé dans le mémoire					validé dans le mémoire				

Modalités spécifiques de validation du semestre 8 d'études lorsqu'il se déroule à l'étranger :

Pour valider les unités du semestre 8 lorsqu'il se déroule à l'étranger il convient :

- D'une part, de valider 12 crédits ECTS de cours à l'étranger, avec des notes compensables entre elles (notes mises par l'université où se déroule la mobilité). Les deux UE de langue et l'UE de Développement de l'entreprise à l'international sont alors réputées comme validées, sans note (VAQ sans note). Il est possible de valider plus de 12 crédits de cours à l'étranger mais seuls 12 seront reconnus ; le cas échéant, il sera précisé par mail à l'étudiant concerné les cours indiqués sur le contrat d'études qui seront pris en compte pour la validation.
- D'autre part, de valider l'étude de marché (5 crédits ECTS) et le stage (15 crédits ECTS), avec des notes compensables entre elles selon les coefficients attribués dans le tableau des MCC (notes mises par le département LEA, à Lorient). Le stage se déroule dans le même pays que les cours, au S8.

Infographie	<i>C. MILLON</i>
<p>Utilisation de l'informatique pour la communication dans l'entreprise et à l'extérieur (client, fournisseurs, distributeurs...). Réalisation de documents, partage, mise en ligne...</p> <p>Traitement des données, extraction de données, segmentation, présentation et analyse des résultats.</p> <p>Les étudiants doivent être capables de proposer et de réaliser des traitements informatiques adaptés aux besoins de l'entreprise.</p> <p>Premier semestre : réalisation de documents pour la communication, en lien avec l'étude de marché. Traitement de texte, présentation de documents, modification d'images, réalisation d'affiches, plaquettes... Travail collaboratif, suivi des modifications et mise en ligne de documents.</p>	

Bilan de compétences et recherche de stage	<i>M. GUENNEC</i>
<p>Objectifs : Les étudiants trouveront et effectueront leur stage d'une durée minimum de 12 semaines / 420h minimum (les deux critères doivent être respectés), de préférence à l'étranger ou dans une entreprise française ayant des relations suivies avec l'étranger afin de valider les enseignements théoriques et de préparer leur entrée dans le monde de l'entreprise.</p> <p>Méthodes d'évaluation : la période de stage en entreprise donne lieu à la rédaction d'un mémoire, qui est un support de documentation sur l'entreprise et de réflexion personnelle. On y trouvera une introduction qui fera apparaître les démarches effectuées pour trouver le stage, une présentation de l'entreprise et des missions confiées, une problématique justifiée et le plan qui sera suivi.</p> <p>Le rapport donne lieu à soutenance en présence de l'enseignant responsable du suivi du stage, d'un autre enseignant, ainsi que d'un représentant du monde de l'entreprise. Le maître de stage est convié. L'étudiant obtient une note qui tient compte du support écrit (75 %) et de la prestation orale (25 %).</p>	

Stratégie de communication à l'international	<i>M. OLHARAN LAGAN</i>
<p>Objectifs : mise en place d'une stratégie de communication.</p> <p>Après une introduction sur ce qu'est une stratégie de communication et quelles sont ses particularités à l'international les étudiants seront amenés à choisir et mettre en œuvre les actions requises pour atteindre les objectifs de communication. Les thématiques suivantes seront abordées : le « storytelling » d'une marque, la planification d'une stratégie long terme, l'activité promotionnelle, la mesure et l'analyse du contenu.</p> <p>Sous la forme de deux exercices individuels, les étudiants endosseront le rôle de community managers pour apprendre, comprendre et tester les « best practices » du community management.</p> <p>Le cours se déroulera en anglais.</p>	

Traduction et rédaction professionnelles

M. OLHARAN LAGAN / G. JONES - N. ANDRÉ - J. ULBERT / W. PETERS

Exercices de traduction, localisation et rédaction à partir de documents authentiques contemporains de la presse des pays francophones, anglophones, germanophones et hispanophones, sur des thèmes touchant à l'économie, aux évolutions scientifiques et politiques de nos sociétés, permettant de mettre en place les automatismes, grammaire et vocabulaire, compréhension et rendu. Il s'agira également de rédiger résumés, synthèses et commentaires de textes en passant d'une langue à l'autre.

Communication professionnelle

M. OLHARAN LAGAN - N. ANDRÉ - C. QUOTSCHALLA / W. PETERS

Donner aux étudiants la possibilité de s'exprimer à l'écrit et à l'oral dans un nombre très large de situations en entreprise : prise de parole devant un public de professionnels, rédiger des rapports, écrire des lettres et des mails, préparer des notes de services. Les travaux du groupe seront analysés devant la classe, qu'il s'agisse de présentations orales ou de documents écrits.

Langue économique et commerciale

M. OLHARAN LAGAN - F. MARTINEZ - C. QUOTSCHALLA

Les connaissances linguistiques des étudiants seront développées par le biais d'un large éventail d'exercices et de projets qui pousseront à l'acquisition de vocabulaire et expressions couramment utilisés dans le monde des affaires. En anglais, ces connaissances seront mises à contribution dans le cadre d'un jeu d'entreprise. Entre autres les étudiants pourront développer un *business plan*, analyser un secteur ou une entreprise du pays cible, faire des études de cas etc. Le travail en cours sera effectué soit à l'oral soit à l'écrit.

Monde économique

M. OLHARAN LAGAN - M. GUENNEC - J. ULBERT

Anglais

This course will be taught in English.

Drawing on theories and concepts from comparative political economy and international business studies as well as business publications (*The Economist*, *The Financial Times*...), the purpose of this course is to provide students with an introduction to the global economy. More specifically, this course examines how the international economy has become increasingly integrated and interrogates whether economic integration is making countries (or regions) more similar or whether it is leading to greater differentiation. Students will therefore be provided with the analytical and linguistic tools to understand, analyse and participate in discussions about the current conjuncture of the world economy in English.

Espagnol

Le cours, orienté géopolitique, abordera différents aspects de la politique et de l'économie hispano-américaines au XX^e siècle à partir de l'exemple du Chili. Par ailleurs, les étudiants travailleront sur la presse latino-américaine pour acquérir les compétences nécessaires à la synthèse écrite et orale en milieu professionnel.

Allemand

Introduction aux spécificités de l'économie allemande. Le cours porte aussi bien sur l'histoire économique récente du monde germanophone que sur ses particularités en matière d'économie d'entreprise et de macro-économie.

Techniques de négociation

M. OLHARAN LAGAN – F. MARTINEZ – C. QUOTSCHALLA

1- Présentation des principes de négociation (stratégie, communication, argumentation, prise de décision) et approche interculturelle.

2- Mise en situation à partir de cas concrets de négociation dans différents domaines pour lesquels les étudiants prépareront une stratégie et élaboreront une argumentation. Ils travailleront également leur aisance relationnelle à l'oral et leurs compétences linguistiques.

Marketing international

H. PRIVAT

Objectifs du cours :

- Revoir les concepts clés du marketing dans un contexte international
- Une fois en poste en entreprise, les étudiants devront être en mesure de mettre en place le marketing stratégique et opérationnel d'une entreprise à l'international.

Contenu du cours :

- Révision des concepts clés du marketing stratégique et opérationnel
- Etude des spécificités du marketing international

Modalités pédagogiques :

- Apports théoriques sur le marketing international
- Études de cas, exercices, quiz et/ou analyses d'articles

Bibliographie :

Baynast, Lendrevie et Lévy (2021), *Mercator*, Dunod.
Kruger et al. (2015), *Marketing*, Mini manuel, Dunod.
Mayrhofer (2012), *Marketing international*, Economica.

Diagnostic entreprise

P. LE-MANCO

Avant la mise en place d'une stratégie export il faut s'assurer que l'entreprise ait les capacités humaines, organisationnelles et financières d'investir dans cette aventure et surtout que l'internationalisation soit en cohérence avec son activité principale et son offre. Comprendre cette capacité à exporter nécessite un diagnostic stratégique.

L'objectif de ce cours est donc de fournir les bases pour la réalisation d'un diagnostic d'entreprise afin que les étudiants en développement à l'international soient en mesure de prendre du recul et de comprendre les rouages principaux qui font d'une entreprise sa rentabilité et sa capacité à exporter.

Seront abordés le diagnostic de l'activité et des moyens, les diagnostics humain, juridique et QHSE et plus particulièrement le diagnostic financier avec la présentation de ratios d'analyses financiers.

Des cas concrets de PME seront étudiés et ce module sera également lié à l'« étude de marché ».

Étude de marché à l'international

C. VAUCHEZ

Contexte :

En Licence, les étudiants se sont familiarisés - d'une façon théorique (cours) et pratique (mission menée, conférences, stage...) - avec le monde de l'entreprise, avec ses enjeux, ses objectifs et ses exigences. Les différentes actions menées portaient probablement sur des marchés nationaux et parfois internationaux. Cette année, la mission effectuée se rapproche (par son contenu et son apport analytique) encore davantage du futur métier des étudiants. C'est pourquoi le projet à mener vers l'international pour une TPE/PME doit être en phase avec les attentes auxquelles les étudiants M2 seront confrontés à la sortie de l'université : recherche d'informations nécessaires à la préparation d'une démarche exportatrice, diagnostic interne, étude de marché, prospection (à l'écrit et par téléphone), considérations budgétaires, planning, gestion et acquisition de clients à l'étranger. Ce travail mènera vers une suggestion d'actions concrètes que le groupe soumettra à son entreprise à la fin du projet.

Objectifs :

- Mise en pratique des connaissances afin de préparer et mettre en place une démarche à l'international (entreprise primo exportatrice ou entreprise exportatrice expérimentée).
- Être source d'une vraie valeur ajoutée pour l'entreprise à travers ses compétences/connaissances en menant cette mission à l'international.
- Étoffer son panel de compétences personnelles existant (*Soft Skills and Hard Skills*).
- Améliorer ses compétences d'analyse, de synthèse, de prise de décision, de gestion de temps et de présentation.

Déroulement :

- Réunion de briefing à la rentrée (septembre/octobre),
- Constitution de groupes (2 ou 3 personnes),
- Recherche d'entreprise (être force de proposition !) et validation de la mission,
- Validations intermédiaires afin de garantir la réussite du projet,
- Coordination et gestion autonome du projet,
- Préparation de la présentation (fichier PowerPoint, techniques de la présentation),
- Séances en groupes tout au long de l'année (compte rendu de l'avancement, questions techniques.).

Des outils pour mener le projet sont disponibles sur l'ENT.

Évaluation : Soutenance **en langue anglaise** (45 min : 20min présentation + 25min questions) ; un fichier PowerPoint (en anglais) et un écrit (en français avec une synthèse en anglais) à fournir.

Critères d'évaluation : la capacité du groupe à résumer et à analyser l'action menée et à convaincre le jury de la valeur ajoutée du travail effectué, la pertinence du document écrit (structure, les analyses et propositions...).

Techniques logistiques et administratives du commerce extérieur

M. COLLET

Le cours permettra de revenir sur les notions théoriques apprises en licence LEA et de réaliser, à partir de cas d'entreprises, la gestion des opérations Import-Export.

Les applications pratiques porteront sur

1. L'offre commerciale incluant l'incoterm approprié
2. Le choix des auxiliaires de transport (statut juridique des intermédiaires...)
3. La comparaison des coûts en fonction de chaque mode de transport (route, aérien,

maritime) et des réglementations tarifaires

4. Les garanties selon les conventions internationales
5. Les techniques de paiement appropriées aux clients et aux pays visés avec approfondissement de la remise documentaire, du crédit documentaire et de la lettre de crédit stand-by
6. La DEB (déclaration d'échanges de biens) et la DES (Déclaration Européenne de Services) dans les échanges intra-communautaires
7. La DOUANE dans les échanges avec les pays tiers.

Bibliographie

F. Gervais, J.P. Lemaire, 2017, *Exporter*, Foucher, Paris

R. Lucas, 2018, *Douane - échanges internationaux*, Foucher, Paris

D. Duhautbout, 2017, *Transporter*, Foucher, Paris

A. De Baynast, J. Landrevie, J. Lévy, 2017, *Mercator* 12^e édition, Dunod, Malakoff

E.commerce à l'international

M. OLHARAN LAGAN

Après une introduction théorique, les étudiants devront endosser le rôle d' « e-commerce manager » pour résoudre des cas business ayant trait à l'expérience client, la promotion et la distribution sur le web ou encore l'utilisation des outils marketings spécifiques au e-commerce.

Stratégie d'entreprise

P. LE-MANCQ

Doit-on investir à l'export sur l'ensemble du globe ou viser une zone géographique particulière ? Va-t-on à l'encontre directe des concurrents ou doit-on chercher une approche transverse ? Quels moyens marketing mettre en œuvre en fonction des moyens ? Doit-on opter pour la rentabilité court terme ou se positionner sur des marchés stratégiques long-terme ? Comment mesurer la part de risque face au potentiel économique du marché ?

De nombreuses questions se posent dans la mise en place d'une stratégie à l'export d'une société. Il n'y a aucune réponse figée et tout est affaire de choix et de prise de décision. En tant que responsable développement export les étudiants futurs professionnels seront amenés à être moteurs sur les orientations stratégiques d'une entreprise et donc les aider à faire des choix.

L'objectif de ce cours, en continuité du premier semestre et en complément des apprentissages du marketing opérationnel, est de proposer une première approche sur des outils et matrices simples permettant d'aider à la prise de décision et la mise en place d'une stratégie export qui soit réaliste et réalisable.

Informatique

C. MILLON

L'objectif est de maîtriser le traitement de données : extraction de données, traitement et analyse. Pour cela, les étudiants vont apprendre à :

- utiliser un tableur : filtres, tableaux croisés, fonctions de recherche, de statistiques.
- réaliser des graphiques...

Base de données : création de requête, traitement des données.

Stratégie de ressources documentaires

C. KERUZEC

L'objectif est de faciliter les recherches menées par les étudiants pour les cours, la rédaction du mémoire de fin d'année ainsi que leur recherche de stage et d'alternance. Pour cela, les points abordés seront les suivants :

- Chercher des articles de presse (Europresse, NYtimes, El Pais)
- Présentation d'une bibliographie (présentation de Zotero, outil en ligne simplifié de Zotero)
- Puis recherche experte dans google, scholar et ressources numériques de l'UBS
- Annuaires d'entreprises (Kompass et SIRENE)
- Revue de la littérature (ou état de l'art) sur la thématique développée

Master 2

Calendrier Master 2

Rentrée

M2 RDI : vendredi 1^{er} septembre à 9h salle Groix
Début des cours : vendredi 1^{er} septembre à 13h30

Dates à retenir

Vendredi 22 septembre, de 16h à 19h : rencontre des tuteurs enseignants et entreprises de l'UFR, avec les étudiants en alternance

Du 10 janvier 13h30 au 11 janvier 17h30 : challenge inter-écoles Interschool Challenge 2024 pour les M2 RDI avec les conseillers au commerce extérieur de la France (*sous réserve de confirmation*)

Semaine du 13 mai : conférences en langues étrangères, pour les M2 RDI

Semestre 1

Date limite signature contrat de professionnalisation : 1^{er} septembre

Date limite signature contrat d'apprentissage : 23 octobre

Cours du 1^{er} au 29 septembre

Cours du 23 au 27 octobre

Cours du 7 novembre au 1^{er} décembre

Cours du 8 au 19 janvier

Date limite de remise du dossier entrepreneuriat : jeudi 21 décembre

Date limite de remise du dossier d'étude de marché : lundi 8 janvier

Soutenance dossier entrepreneuriat : 8 janvier

Délibérations : jeudi 1^{er} février

Publication des résultats : mardi 6 février

Consultation des copies : semaine du 6 février, sur demande à Mariannick Guennec. Pas de consultation des copies au secrétariat

Semestre 2

Challenge inter-écoles BSF Interschool Challenge : du 10 janvier 13h30 au 11 janvier 17h30 (*sous réserve de confirmation*)

Cours du 8 au 19 janvier

Cours du 12 au 16 février

Cours du 11 au 15 mars

Cours du 8 au 12 avril

Cours du 13 au 17 mai (semaine de conférences internationales)

Cours du 3 au 7 juin (*sous réserve de confirmation*)

Soutenance du dossier d'étude commerciale : mercredi 10 avril

Remise des mémoires d'alternance : lundi 12 juin avant 12h (dépôt sur l'ENT avec le livret de l'alternant signé)

Soutenance d'alternance : mercredi 3 juillet

Délibérations : vendredi 5 juillet. Consultation des copies l'après-midi, de 15h à 16h

Publication des résultats : mardi 9 juillet

Délibérations diplôme : lundi 1^{er} septembre (*sous réserve de confirmation*)

Modalités de contrôle des connaissances semestre 9

CRÉDITS ECTS /UE	COEFF UE (1)	Type UE (théorique ou pratique) (2)	Code UE <i>(code élément)</i>	Intitulé UE (3)	Code matière <i>(code élément Appogée)</i>	Intitulé Matières (3)	Nombre d'heures		Modalités de contrôle (4)	Coefficient (5)	Modalités de contrôle (4)	Coefficient (5)
							CM	TD	SESSION 1		SESSION 2	
5	3,5	INF2331U	Théorique	UE 1 INFORMATIQUE	WEB2301T	Conception et gestion de sites web		15,00	CC	1,5		
					PGI2301T	Progiciels de gestion intégrés		20,00	CC	2		
5	3	VCI2032U	Théorique	UE 2 VEILLE, STRATEGIE ET DROIT COMMERCIAL	VTS2302T	Veille technologique et stratégique	12,00		CT 2h	1		
					DCI2303T	Droit commercial international	24,00		CT 2h	2		
5	3	FFI2302U	Théorique	UE 3 FINANCES ET FISCALITE INTERNATIONALE		Techniques financières internationales	12,00		CT 1h30	1		
						Techniques douanières	12,00		CT 1h30	1		
						Gestion et assurance des risques	9,00		CT 1h30	1		
5	3	MAN2302U	Théorique	UE 4 MANAGEMENT INTERNATIONAL		Gestion de projet et des RH	16,00		CT 1h	1		
						Marketing B to B	8,00	4,00	CT 1h	1		
						Prospection digitale		10,00	CT 1h	1		
5	3,5	NCE2032U	Théorique	UE 5 NEGOCIATION COMMERCIALE TRILINGUE ANGLAIS ET OU	TEV2301T	Technique de vente		16,00	CC	1,50		
					NCA2302T	Négociation commerciale anglais		12,00	CC	1		
					NCE2301T	Négociation commerciale espagnol		12,00	CC	1		
5	3,5	NCA2302U	Théorique	UE 5 NEGOCIATION COMMERCIALE TRILINGUE ANGLAIS ET	TEV2301T	Technique de vente		16,00	CC	1,50		
					NCA2302T	Négociation commerciale anglais		12,00	CC	1		
					NAN2301T	Négociation commerciale allemand		12,00	CC	1		
5	3	ENT2301U	Théorique	UE 6 ENTREPRENEURIAT	ETP2301T	Entrepreneuriat		10,00	CC	1		
					DDS2301T	Droit des sociétés	7,00	5,00	CC	1		
					RSO2301T	Responsabilité sociétale des organisations sur leur territoire	10,00		CC	1		
					ETC2301T	Dossier d'étude commerciale	8,00		dossier	2		
		STA2404U	Pratique	UE 4-5-6 : ALTERNANCE		Alternance donnant lieu à la rédaction d'un mémoire et à une soutenance au S10			pas d'évaluation au S3			

Modalités de contrôle des connaissances semestre 10

CRÉDITS ECTS /UE	COEFF UE (1)	Type UE (théorique ou pratique) (2)	Code UE <i>(code élément Apogée)</i>	Intitulé UE (3)	Code matière <i>(code élément Apogée)</i>	Intitulé Matières (3)	Nombre d'heures		Modalités de contrôle (4)	Coefficient (5)	Modalités de contrôle (4)	Coefficient (5)	
							CM	TD					SESSION 1
			COM2102U	UE 1 : CONFERENCES		Cycle de conférences en langues étrangères	24,00		évalué avec le mémoire				
						Conférences	20,00						
						Valorisation stage		6,00					
5	6	Théorique	ANG2106U	UE 2 : APPROCHE DES MARCHES (ANGLAIS/ESPAGNOL)	ZBR2401T	Zone britannique	8,00		ET 1h30	1,00			
					ZNA2402T	Zone nord-américaine	16,00		ET 2h	2,00			
					ZAS2401T	Zone Asie	8,00		ET 1h30	1,00			
					ZUV2401T	Zone ibérique	8,00		ET 1h30	1,00			
					ZLA2402T	Zone latino-américaine	8,00		ET 1h30	1,00			
OU													
5	6	Théorique	ZBR2401T	UE 2 : APPROCHE DES MARCHES (ANGLAIS/ALLEMAND)	ZBR2401T	Zone britannique	8,00		ET 1h30	1,00			
					ZNA2402T	Zone nord-américaine	16,00		ET 2h	2,00			
					ZAS2401T	Zone Asie	8,00		ET 1h30	1,00			
					ZGE2401T	Zone germanophone	16,00		Dossier + ET 1h30	1+1			
5	8	Théorique	GEI2401U	UE 3 : GESTION D'ENTREPRISE INTERNATIONALE	JAN2401T	Jeu d'entreprise en anglais	8,00	28,00	CC	3			
					DCD2401T	Dossier d'étude commerciale		8,00	oral	3			
						Achats internationaux	8,00		ET 1h	1			
						Supply Chain	8,00		ET 1h	1			
20	20	Pratique	STA2404U	UE 4-5-6 : ALTERNANCE		Alternance donnant lieu à la rédaction d'un mémoire et à une soutenance au S10			mémoire et soutenance	20			

Conception et gestion de sites web	
	<i>C. MILLON</i>
<i>Objectif</i> Création et modification d'un site web (présentation), ajout, modification et classement de l'information sur un site web.	
<i>Contenu</i> Utilisation d'un CMS, gestion des 'templates', des modules, ajout et modification d'articles.	
<i>Organisation des cours</i> Méthodologie, utilisation du CMS Wordpress (ou joomla).	

Progiciels de gestion intégrés	
	<i>P.-Y. KERDREUX</i>
<i>Objectif</i> Découvrir les processus opérationnels d'entreprise ainsi que l'information de gestion qui circule au sein de l'entreprise et avec les partenaires externes. Être autonome quant aux traitements des opérations de gestion liés à une vente, un achat, une fabrication, dans un contexte national et international.	
<i>Contenu</i> Introduction : Définition et périmètre d'un ERP 1ère partie - Processus Vente 2ème partie - Processus Achat Synthèse 1 - Cas des entreprises de négoce 3ème partie - Processus de production Synthèse 2 - Cas des entreprises industrielles 4ème partie - cas particulier : vendre aux grandes surfaces 5ème partie - cas particulier : vendre des produits périssables 6ème partie - Tableaux de bord et pilotage	
<i>Organisation des cours</i> Manipulations sur le logiciel de gestion ERP SAP Business One (version PME). Éléments de cours magistraux liés à la mise en place d'outils ERP.	

Veille technologique et stratégique	
	<i>O. CARDINI</i>
I La veille dans les PME 1. Quelques notions sur l'entreprise et les défis à relever 2. Qu'est-ce que l'intelligence économique ? 3. L'IE au service de toutes les entreprises	
II Les finalités de la veille 1. Entreprendre 2. Innover 3. S'internationaliser	
III La méthodologie de veille 1. Types d'informations 2. Types de veilles 3. Les rôles dans l'entreprise 4. Les outils	
IV Les pratiques à l'international (exemples concrets) 1. Les principales sources d'information	

Droit commercial international

F. MIGNON

Le cadre juridique des négociations contractuelles

- L'environnement international
- Les différentes sources de droit
- Les efforts d'harmonisation
- Le droit applicable et le mode de résolution des litiges

L'offre commerciale export et le contrat de vente

- Offre commerciale export et convention de Vienne
- Structure d'une offre commerciale
- Les CDGV
- Le contrat de vente

Études de cas

Négocier et construire un contrat d'agent

- Structure du contrat
- Les garanties et éléments à négocier

Négocier et construire un contrat de distribution

- Structure du contrat
- Les garanties et éléments à négocier

Études de cas portant sur les deux types de contrat

Négocier et construire un contrat de licence

- Structure du contrat
- Les garanties et éléments à négocier

Négocier et construire un contrat de franchise

- Structure du contrat
- Les garanties et éléments à négocier

Techniques financières internationales

A. MOUSSIN

Le virement :

- La terminologie et les notions utiles,
- La directive européenne et le SEPA,
- Le transfert classique,
- La transmission des ordres de virements,
- Le cash management,
- La fraude, la lutte contre le blanchiment et le terrorisme.

Le « Crédit documentaire » -rappel succinct-

Les opérations de change :

- La terminologie et les notions utiles en matière de change,
- L'organisation des marchés,
- Le change au comptant,
- L'ordre de change,
- Le risque de change,
- Le change à terme,

- Les différentes modes de couverture à terme,
- La passation des ordres,
- L'utilisation du compte en devises.

Les financements :

- Le financement de la trésorerie à court terme (en euros et en devises),
- Le financement multidevises,
- L'ouverture de crédit en devises.

Les garanties bancaires internationales :

- La terminologie utile,
- La structure des textes de garantie,
- Les garanties en faveur de l'acheteur,
- Les garanties en faveur de tiers,
- Les garanties en faveur de l'exportateur,
- Les précautions à prendre.

La sollicitation des concours bancaires.

Techniques douanières

C. FERRARI

Objectif : Maîtriser les règles de base des échanges commerciaux à l'international sur le plan douanier.

Contenu :

- Les échanges intracommunautaires : le territoire douanier de l'UE, les obligations déclaratives
- Le dédouanement : définition, acteurs, modalités
- Les fondamentaux de la douane : Espèce, origine et valeur des marchandises
- Les différents régimes douaniers à l'importation et à l'exportation

Méthode pédagogique : études de cas et QCM

Gestion et assurance des risques

A. MOUSSIN

Le cours abordera les points suivants :

- le risque d'échec de la prospection commerciale au travers de l'assurance prospection de la Coface
- le risque de change : sa mesure et les techniques de couverture
- le risque client : les modes de règlement, les garanties bancaires, l'affacturage et les polices d'assurance de la Coface.

Ces points seront restitués dans la vision globale du financement du développement international de l'entreprise.

Gestion de projet et des RH

H. MARCHAT

Objectifs :

- Faire comprendre les objectifs du mode projet
- Donner aux stagiaires les moyens de cadre et lancer un projet
- Fournir les outils opérationnels pour mettre en œuvre un projet

1^{ère} partie : Concepts de conduite de projet

Objectifs de la première partie :

- Comprendre les apports de la conduite de projet
- Connaître le vocabulaire de la conduite de projet
- Connaître l'organisation nécessaire pour mettre en œuvre un projet

Plan de la première partie :

- Définition d'un projet
- Articulation entre conduite de projet et expertise métier
- Définition des objectifs
- Facteurs de complexité dans les projets
- Causes d'échecs des projets
- Organisations pour conduire un projet
- Idée, faisabilité et projet

2^{ème} partie : Méthode et outils de conduite de projet

Objectifs de la deuxième partie :

- Connaître les étapes méthodologiques du déroulement d'un projet
- Savoir mettre en œuvre les outils de conduite de projet
- Comprendre l'importance de la communication à chaque étape de la méthode
- Savoir quels outils de communication utiliser en fonction de l'étape méthodologique du projet

Plan de la deuxième partie :

Phase 1 : Comment préparer le projet ?

- Formuler la demande
- Mettre la commande en mode projet
- Définir les objectifs de communication
- Construire le planning détaillé
- Chiffrer les coûts
- Analyser les risques
- Valider le cadrage du projet

Phase 2 : Comment piloter le projet ?

- Mettre à jour la planification
- Assurer le *reporting*

Phase 3 : Comment progresser ?

- Faire le bilan du projet

Bibliographie

<i>Le kit du chef de projet</i>	Hugues MARCHAT	Éditions Eyrolles
<i>La conduite de projet</i>	Hugues MARCHAT	Éditions Eyrolles
<i>L'analyse des besoins</i>	Hugues MARCHAT	Éditions Eyrolles
<i>La stratégie du projet latéral</i>	CESAR et HERBEMONT	Éditions DUNOD
<i>L'auto qui n'existait pas</i>	MIDLER	Éditions DUNOD

Objectifs généraux de la formation

Donner aux participants tous les éléments leur permettant de se mettre en situation de réussite lorsque leur confie un projet petit ou grand

Connaître toutes les étapes et les techniques associées pour mener un projet et limiter les risques

Plus particulièrement pour mes étudiants, leur donner les bases du management de projet afin qu'ils puissent utiliser la méthode et les outils à la fois pour leur projet professionnel et pour piloter les missions qui vont leur être confiées dans les stages en entreprise.

Marketing B to B

H. PRIVAT

Pré-requis : bases du marketing stratégique et opérationnel

Objectifs du cours :

- Découvrir les concepts clés liés au marketing B to B dans un contexte international
- Une fois en poste en entreprise, les étudiants devront être en mesure de prendre des décisions marketing stratégiques et opérationnelles, de les mettre en œuvre et de les contrôler. Notamment dans un contexte B to B et international.

Contenu du cours :

- Étude des spécificités du marketing B to B dans un contexte international

Modalités pédagogiques :

- Apports théoriques sur le marketing B to B international
- Études de cas, exercices, quiz et analyses d'articles

Bibliographie :

Baynast, Lendrevie et Lévy (2021), *Mercator*, Dunod.

Malaval et Bénarova (2017), *Marketing Business to Business*, Pearson.

Malaval et Bénarova (2013), *Marketing Business to Business – From Industrial to Business Marketing*, De Boeck.

Techniques de vente

P. LE MANCQ

I- Préparation de l'entretien

- Définir l'objectif de l'entretien
- Définir sa "bottom-line"
- Définir les contreparties dans le cas d'éventuelles concessions lors de la négociation

II- Les compétences fondamentales de la vente

- Prise de contact
- Encourager
- Questionner
- Confirmer
- Informer

III- La phase de questionnement

Utilisation de la méthode "SPIN"

- Question de "Situation"
- Question de "Problem"
- Question de "Implication"
- Question "Needs or Pay off"

IV- Conclusion de la vente

- Résumer
- Valider
- Plan d'action

Lectures recommandées:
Spin Selling (Neil Rackham)
Pitch Anything (Oren Klaff)

Négociation commerciale

M. OLHARAN LAGAN - S. MICAULT - C. QUOTSCHALLA

Objectif : savoir maîtriser une situation de négociation en langue anglaise, allemande ou espagnole face à un interlocuteur ou à un groupe d'anglophones, de germanophones ou d'hispanophones (compétences à l'oral et à l'écrit).

Moyens pédagogiques :

- Apport du vocabulaire et des expressions spécifiques à la négociation
- Simulations, jeux de rôles, exercices pratiques

Contenu :

- Définition du contexte, introduction, aspect interculturel.
- Les enjeux psychologiques en négociation.
- Préparation d'une négociation.
- Le comportement du bon négociateur - les erreurs à éviter.
- La phase post-négociation.

Entrepreneuriat

C. VAUCHEZ

Objectif : Sensibiliser à l'entrepreneuriat par la réalisation d'un business plan dans le cadre d'un projet individuel. Appréhender le parcours du créateur d'entreprise de l'idée à la mise en marché en passant par la construction de son modèle économique, l'écriture du business plan ou encore le choix du statut.

Moyens d'évaluation : examen écrit et présentation du résultat à la classe.

Des précisions quant aux attentes seront données au premier cours.

Droit des sociétés

H. RENAUDIE

Objectif : Dans le contexte de votre entreprise d'accueil (alternance, stage), mettre en application des savoirs acquis liés au marketing opérationnel, aux aspects commerciaux etc. dans un contexte international.

Les résultats fournis devraient représenter une véritable valeur ajoutée offrant à l'entreprise qui vous accueille l'occasion de s'approcher davantage de ses objectifs à l'international.

Chaque participant profitera des avis, savoirs et compétences de ses pairs afin de pouvoir fournir le résultat le plus satisfaisant pour l'entreprise.

Moyens d'évaluation : examen écrit (en fin de semestre 9) et présentation du résultat à l'entreprise en anglais + résumé écrit (en fin de semestre 10).

Des précisions quant aux attentes précises seront données au premier cours.

Responsabilité sociétale des organisations sur leur territoire

S. MELEDO

Programme :

1 - Les fondations du développement Durable et de la RSE

- La genèse de la RSE
- Les constats qui ont conduit au concept du Développement Durable
- Les dates clés et évènements majeurs

2 - La notion de RSE en entreprise

- Définition de la RSE
- Le cadre réglementaire
- L'approche risques et opportunités de la RSE
- Les Normes et référentiels utilisés en entreprise : ISO 26 000 - ODD de l'ONU
- La construction d'une démarche RSE en entreprise : du diagnostic à la mesure d'efficacité
- Communication pour rendre visible les progrès
- Exemples de mise en application

3 - Analyse d'exemples en entreprise. (Sous forme de travail de recherche noté)

Dossier d'étude commerciale

M. COLLET

Objectif : Dans le contexte de votre entreprise d'accueil (alternance, stage), mettre en application des savoirs acquis liés au marketing opérationnel, aux aspects commerciaux etc. dans un contexte international.

Les résultats fournis devraient représenter une véritable valeur ajoutée offrant à l'entreprise qui vous accueille l'occasion de s'approcher davantage de ses objectifs à l'international.

Chaque participant profitera des avis, savoirs et compétences de ses pairs afin de pouvoir fournir le résultat le plus satisfaisant pour l'entreprise.

Moyens d'évaluation : examen écrit (en fin de semestre 9) et présentation du résultat à l'entreprise en anglais +résumé écrit (en fin de semestre 10).

Des précisions quant aux attentes précises seront données au premier cours.

Cycle de conférences en langues étrangères

M. GUENNEC

Venue d'enseignants anglophones, germanophones, hispanophones, pour des cours spécifiques au master 2 RDI

Conférences

M. GUENNEC

Objectifs :

- Apporter au futur « responsable du développement international » des outils susceptibles de lui faire appréhender au mieux des situations liées à sa fonction en entreprise.

- Sensibiliser l'étudiant à des contextes, aux thèmes et aux compétences recherchées du commerce international.
- Améliorer la pertinence de son savoir-être (*Soft Skills*).

Le programme et les horaires des conférences seront communiqués au fur et à mesure. Merci de consulter régulièrement l'ENT.

Par ailleurs, le challenge inter-écoles est intégré dans le cycle de conférences.

Valorisation stage

M. GUENNEC

Alors que les étudiants sont en train de réaliser leur alternance, il s'agit de passer du stade d'étudiant recherchant un stage ou une alternance à celui de professionnel cherchant un emploi pérenne. L'objectif est de préparer le mémoire et la soutenance, travail de fin d'études universitaires, et de mettre en avant ses compétences, ses savoir-faire, de se préparer aux entretiens d'embauche, en vue d'une insertion professionnelle durable.

Zone britannique

M. OLHARAN LAGAN

This course will be taught in English.

Drawing on institutional and cultural approaches to business and management, the purpose of this course is to provide students with an introduction to working, doing business and negotiating in a British, Irish or Commonwealth country context. The course will broadly cover the following topics:

- Negotiating with a British, Irish or Commonwealth client, customer, supplier or partner
- The British corporate environment and work culture
- Comparative advantages of the UK, Irish and other Anglo-Saxon economies
- Doing business in the UK, Ireland and other Commonwealth countries

The potential impact of 'Brexit' on doing business in and with the UK

Zone nord-américaine

F. HUBER

This course will be taught in English.

A - The global transitions structuring business, applied to France (EU), the US and the relationship between them

B - The construction of American and French business, markets, societies, institutions and mindset, with the relevant consequences on intercultural relations, business approaches & practices, and work frameworks

C - Strategic and marketing processes leading a French company to select American market segments, step by step implementation from exploration to mature operations

D - Key success factors for people in charge of business development in the American market
These topics will be discussed in a dynamic way (from historical trends to potential evolutions) and continuously applied with business cases, quizzes, and other activities.

Zone Asie

M. OLHARAN LAGAN

This course will be taught in English.

1- Asian Trading Groups:

The growing weight of the Asian Pacific in the global economy

- APEC
- ASEAN,
- RCEP

Facts and figures. Geopolitics

2- Countries overview:

- China,
- India,
- Japan,
- South Korea,
- ASEAN (focus Singapore, Malaysia, Thailand, Indonesia)

Facts and figures. Geopolitics

3- Doing business and cultures:

- China: Guangxi vs communist party
- India: Hinduism and Castes.
- Japan and South Korea : Shintoism vs Confucianism

Zone ibérique

S. MICAULT

1. L'Espagne, partenaire majeur de l'Union européenne

- La renaissance d'après Franco
- L'entrée bien négociée dans l'UE
- La levée des carcans administratifs
- L'essor économique et culturel des 20 dernières années
- La crise économique espagnole, pourquoi ?
- La décentralisation et les problèmes de Madrid avec les provinces
- Qui sont les habitants de l'Espagne ?
- ♣ Les grandes différences régionales
- ♣ La convivialité comme art de vivre

- Comment aborder le marché espagnol ?
- Approche commerciale : Cas pratiques, réussites et échecs
- Secteur porteurs : Opportunités d'affaires en Espagne
- Faire des affaires avec les Espagnols : qui achète et vend quoi ?
- L'agressivité espagnole sur les marchés extérieurs
- L'Espagne, porte d'entrée pour l'Amérique Latine : une fausse bonne idée !

2. Le Portugal : de l'émigration sans fin au statut européen

- La Révolution des œillets et la fin des guerres coloniales
- Les difficultés pour sortir du carcan de la dictature
- Un pays vidé de sa substance par les guerres et l'émigration
- L'entrée dans l'UE : un coup de fouet
- Qui sont les Portugais ? Affables, sérieux et plutôt formalistes
- Faire des affaires avec les Portugais
- Les relations Portugal-Brésil : la colonisation de la mère patrie ?

3. Conclusion Espagne- Portugal = un seul marché ? NON

Zone ibéro-américaine

F. MARTINEZ

1. Quelques rappels sur l'interculturel et l'appréhension des différences interculturelles latino-américaines (Hall, Hofstede, Trompenaars)
2. Présentation des principales caractéristiques de l'Amérique latine (géographie, histoire, culture, économie)
3. Place de la France dans les échanges économiques et culturels
- 4- Présentation des principaux pays d'Amérique latine (Mexique, Brésil, Argentine, Chili, Colombie...) en soulignant les spécificités de chacun, leur situation économique, les secteurs les plus porteurs. Seront également présentées l'accessibilité du marché, ses caractéristiques légales, la distribution, les habitudes de consommation, les accords commerciaux...

Zone germanophone

J. ULBERT

Le cours traitera d'abord des caractéristiques de la langue allemande et de ses origines culturelles. Par la suite, seront abordés les concepts de Hall, Hofstede et autres spécialistes de ce qu'on appelle "cultural clashes". Les autres thèmes abordés : la communication dans le management, l'économie et l'interculturalité, gestuelle et mimique, la gestion du temps, les rapports professionnels entre hommes et femmes etc. On se posera la question de savoir si la compétence interculturelle peut-être enseignée ou apprise. L'ensemble sera illustré par des épisodes des émissions "Karambolage" et "Le blogueur", diffusées depuis des années par Arte. Le cours s'appuiera sur des documents en langue française, allemande et anglaise et peut trouver une application pratique grâce à la coopération avec une entreprise allemande.

Jeu d'entreprise en anglais

C. QUOTSCHALLA

Les étudiants participeront à un jeu d'entreprise qui les mettra en compétition avec des équipes de différents pays.

Chaque équipe, qui sera composée d'environ 4 ou 5 étudiants, devra prendre un grand nombre de décisions dans tous les domaines de la gestion d'entreprise : le financement, la production, le marketing. Bien évidemment, ces décisions détermineront la croissance et le développement de leur entreprise fictive, et entraîneront ainsi, leur succès (ou non !) par rapport à la concurrence internationale.

Afin de permettre aux étudiants de bien comprendre le jeu et d'éliminer un maximum de problèmes purement techniques, il y aura au préalable une séance de présentation et d'entraînement.

Le jeu s'effectuera sur une période de plusieurs semaines, y compris celles où les étudiants se trouveront dans leurs entreprises « réelles », ce qui nécessitera des communications efficaces à l'intérieur du groupe.

Chaque semaine les étudiants présenteront les résultats de leurs décisions et ils expliqueront comment ils pensent réagir par rapport à ces résultats.

Le but de ce cours est de donner aux étudiants une vision globale du fonctionnement d'une entreprise et d'exploiter toutes les connaissances acquises dans les autres cours du Master.

Achats internationaux

S. MELEDO

Objectif :

- Comprendre la fonction Achats dans l'entreprise, connaître ses objectifs, enjeux et son champ d'action
- Découvrir le processus opérationnel des achats de l'expression de besoin à la contractualisation, la démarche achats responsables
- Réaliser un sourcing à l'international en tenant compte des risques et opportunités.

Programme :

1 - La fonction Achats

- Définition, mission, objectifs et enjeux, positionnement au sein de l'entreprise.

2 - Le processus opérationnel achats

- Définition du besoin
- Consultation
- Analyse d'offre
- Négociation
- Contractualisation
- Évaluation fournisseurs

3 - Acheter à l'international

- Risques et opportunités de l'achat à l'international
- Sourcing, qualification et intégration au panel
- Approche Achats responsables.

Supply Chain

E. GAUDIN

Objectif :

Comprendre les enjeux et la place de la Supply Chain dans l'environnement international (VUCA, Multi-Canal)

Identifier les inter-actions à engager entre Sales et Supply Chain pour optimiser le développement commercial

Contenu du cours :

1. Introduction à la Supply Chain Internationale
2. Découverte des métiers et processus de la Supply Chain
3. Challenges et Gestion des Risques de la Supply Chain

Modalités pédagogiques : cours théoriques enrichis de partage d'expériences en entreprises internationales et étude de cas

Les éléments seront présentés lors du premier cours

Alternance en entreprise

M. GUENNEC

À l'issue de son alternance, l'étudiant doit rédiger un mémoire de cinquante pages hors annexes, dans lequel il développe un thème en relation avec la mission qui lui a été confiée, avec une problématique, utilisant sa mission au sein de l'entreprise pour illustrer son propos. Le mémoire est rédigé en français, et doit comporter un résumé de deux pages en français également.

En cours d'année, une préparation à la rédaction et à la soutenance du mémoire sera dispensée. Cette action pourra être individualisée selon les thèmes d'alternance.
Ce mémoire devra être considéré comme l'apport de solutions et/ou résultats destinés au supérieur hiérarchique générateur de la tâche confiée.
Le maître d'alternance et le tuteur assisteront à la soutenance, ainsi qu'un professionnel extérieur à la formation et un deuxième enseignant.
Les soutenances auront lieu en juillet.