



MASTER MANAGEMENT ET COMMERCE INTERNATIONAL

● PRÉSENTATION DE LA FORMATION ●

Créée en 1970 par l'Institut national des langues et civilisations orientales, la filière professionnelle de Commerce International forme des cadres du commerce international : import/export, marketing international, logistique, suivi de projets, gestion de filiales à l'étranger, etc.

L'originalité de la formation consiste à proposer un double cursus en économie et techniques du commerce international d'une part, et en langue et culture orientales d'autre part. C'est le seul cursus de ce type proposé par un établissement d'enseignement supérieur en France.

Sur l'ensemble du Master, diplôme national habilité par le ministère de l'Enseignement supérieur et de la recherche, la formation organise plus de 800 heures d'enseignements professionnels tournés entièrement vers les métiers de la grande exportation et de l'implantation économique internationale.

Au terme de chaque année, les étudiants effectuent un stage obligatoire d'une durée de 2 à 6 mois. Ce stage obligatoire peut être remplacé par un cursus complet en alternance en M1 et M2. En effet, depuis 2010, le Master 2 s'est ouvert à la formule de l'alternance avec le soutien du CFA FORMASUP.

Il est régulièrement classé parmi les meilleurs masters de France de sa spécialité dans le classement annuel du cabinet SMBG. Il est également classé 1^{er} des M2 universitaires dans le Palmarès 2019 du Moniteur du Commerce International (MOCI).

Pourquoi choisir notre formation ? Parce qu'elle est la seule à allier un haut degré de compétences en commerce international avec une connaissance de l'économie de l'aire linguistique, mais plus encore, une compréhension de la culture et de la civilisation de cette aire.



DIPLÔME DÉLIVRÉ :
 Master Management et Commerce International

DURÉE DES ÉTUDES
 2 ans

MODALITÉS D'ENSEIGNEMENT
 Initiale/apprentissage

Compétences Commerce et économies international

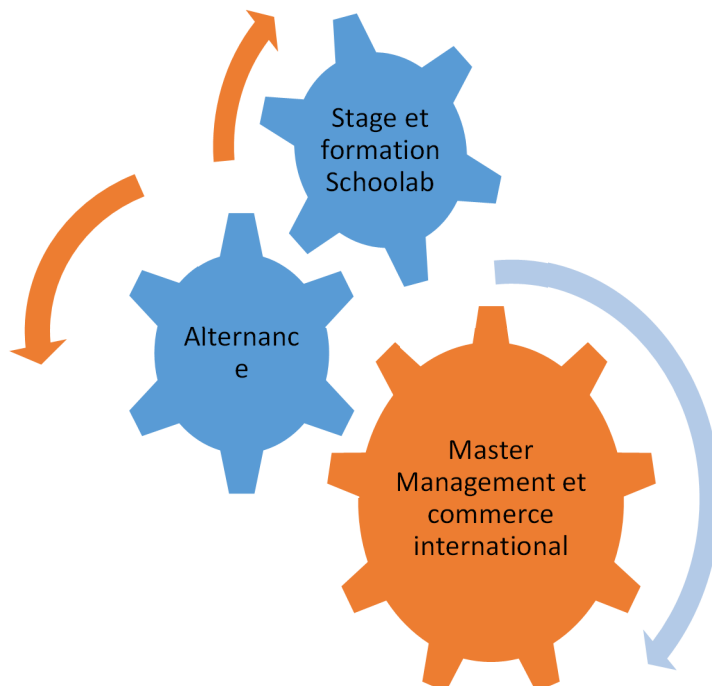
- Statistique
- Analyse financière
- Marketing
- Droit des affaires
- Logistique et fiscalité
- Techniques quantitatives de gestion
- Négociation
- Risque pays
- Management
- Garanties et grands contrats
- Achats internationaux
- Banque et financements à l'international

Compétences linguistiques et aréales
 Economie de zone selon l'aire géographique

Langue orientale d'accès

Compétences professionnelles

- Jeu d'entreprises
- Théâtre
- Outils numériques
- Projet professionnel
- Stage obligatoire 2 à 4 mois en master 1, de 4 à 6 mois en master 2





MASTER DE COMMERCE INTERNATIONAL

• Profil des étudiants

La formation s'adresse à des étudiants titulaires d'une licence 3, compétents dans une ou plusieurs langues enseignées à l'INALCO (le niveau de licence de langue orientale est obligatoire pour les non locuteurs maternels), avec un niveau C1 d'anglais général, et ayant déjà des connaissances solides en gestion, économie et en commerce.

• Langue orientale d'accès

Albanais, Amharique, Arabe, Arabe maghrébin, Arménien, Bambara, Bengali, Berbère, Birman, Bosniaque-croate-serbe, Bulgare, Chinois, Coréen, Dreu, Estonien, Finnois, Géorgien, Grec moderne, Haoussa, Hébreu moderne, Hindi, Hongrois, Indonésien-malais, Japonais, Khmer, Kurde, Lao, Letton, Lituanien, Macédonien, Malgache, Mongol, Népal, Ourdou, Pashto, Persan, Peul, Polonais, Roumain, Russe, Siamois, Slovène, Swahili, Tahitien, Tamoul, Tchèque et slovaque, Télougou, Tibétain, Turc, Ukrainien, Vietnamien, Wolof, Yoruba, etc... Au total, 56 langues sont ouvertes pour le Master.

• Candidature et conditions d'admission

Les étudiants* souhaitant intégrer la 1^{ère} année master Management et Commerce International, vous devez constituer un dossier de candidature en ligne sur le site [MON MASTER](#), veuillez consulter le [Calendrier MonMaster](#)

* hors redoublement dans la même formation.

hors candidats étrangers de nationalité hors EEE résidant dans un pays CEF qui doivent suivre la procédure « Études en France ».

Les documents à fournir sont les suivants :

- Lettre de motivation rédigée en français exposant votre projet professionnel (1 page)
- Relevé de notes du premier semestre de l'année en cours
- Copie du ou des diplômes déjà obtenus (avec leurs suppléments)
- Relevés de notes des diplômes obtenus depuis le baccalauréat
- Pour les étudiants étrangers sans diplôme d'Etat français (exemple : licence), attestation officielle du niveau de français C1 (TCF ou DALF)

- Résultats de TOEIC Listening & Reading niveau 750 ou équivalent (TOEFL, Cambridge, IELTS) - sauf pour les candidats pour lesquels l'étude de la langue anglaise est intégrée au cursus universitaire en cours ou validé très récemment (exemple : LEA anglais - chinois)
- Pour les étudiants étrangers, traduction assermentée de tous les documents fournis non rédigés en français.

Pour toute candidature en M2, un dossier de candidature doit être envoyé entre le 29 janvier et 24 mars via la plateforme eCandidat.

Dès la date d'ouverture de la campagne, déposez votre candidature en ligne sur l'application eCandidat, en cliquant sur ce lien <https://candidatures.inalco.fr>



Les dossiers des étudiants seront évalués selon les critères suivants :

- Double compétence en langue orientale et commerce international reconnue (type LEA, licence LLCER ou niveau équivalent et Bac + 3 en commerce international ou économie/gestion ...)
- Niveau TCF 5 / DALF C1 en français pour les candidats étrangers sans diplôme français
- Niveau d'anglais TOEIC (Listening and Reading) 750 ou équivalent

NB : Les étudiants pour lesquels l'étude de la langue anglaise fait partie intégrante de leur cursus (ex : LEA anglais-russe) n'ont pas besoin de fournir des résultats de tests internationaux. Les notes figurant sur leurs relevés de notes suffiront.

Après étude de leurs dossiers, les candidats admissibles seront convoqués à un entretien qui comportera un test oral de connaissances, de motivation et de langues, organisé généralement courant mai.

* PASSAGE DE M1 A M2

Le passage de M 1 à M2 sera automatique si l'étudiant a obtenu son Master 1 avec une moyenne supérieure ou égale à 10/20 dans chacune des matières et s'il a validé son stage obligatoire.



Nous contacter

L'EQUIPE ADMINISTRATIVE ET PEDAGOGIQUE

Michel BLANCHARD, directeur :

✉ [Envoyer un courriel](#)

Claire THUMELIN, Directrice

adjointe : ✉ [Envoyer un courriel](#)

Khadija BAYOUD, directrice des études

✉ [Envoyer un courriel](#)

Bureau 3.28

☎ 01 81 70 10 40

..aura MAGALHAES, Gestionnaire
la filière

✉ [Envoyer un courriel](#)

Bureau 3.25

☎ 01 81 70 11 41

Courriel commun de la filière : secretariat.ci@inalco.fr

Une équipe pédagogique large aux compétences diversifiées

AGUIER Philippe, Chargée de cours Economie de zone

ALAZRAKI Mathilde, Chargée de cours d'anglais

Assen SLIM, Professeur des Universités en science économique, spécialiste d'économie internationale, de la monnaie et du développement durable

AUGERI John, Formatrice Powerpoint

AVICE Hélène, Intermittente de spectacle, chargée de cours du théâtre

BASSELIER SUSAN, Chargée de cours d'anglais

BEYENE Yohannes, Chargé de cours en amharique appliqué au commerce international

BLANCHARD Michel, Maître de conférences en économie

BOUCHER Linev, Chargée de cours en chinois appliqué au commerce international

BUACUEZ Pascal, Chargé de cours en swahili appliqué au commerce international

CARRE Nathalie, Chargée de cours en swahili appliqué au commerce international

COVILLE Thierry, Chargée de cours Economie de zone

DAO Huy Linh, chargé de cours en vietnamien appliqué au commerce international

DO Thi Thu Trang, chargé de cours en vietnamien appliqué au commerce international

EGLINGER Jean-Philippe, Chargée de cours en négociation commerciale internationale

GERIN Jean, Conseiller honoraire du commerce extérieur de la France

GUILLOUX Véronique, chargée de cours management

HEMERY Christophe, MAST, Marketing, Eco zone et préparation du projet professionnel

HUCHET Jean- François, Professeur des universités, spécialistes de l'économie chinoise et des systèmes économiques comparés en Asie (INALCO)

ISOYAMA Mai, Chargée de cours en japonais appliqué au commerce international



JEANDET Pierre – François, PAST Marketing

KIM Hee Bok, Chargée de cours en coréen appliqué au commerce international

KOLZOUN Lidia, Chargée de cours en russe appliqué au commerce international

LASON Natalia, chargée de cours polonais appliqué au commerce international

LEE Jihun, chargé de cours coréen appliqué au commerce international

MARDALE Alexandru, Chargé de cours en roumain appliqué au commerce international

NAGATA Kimihiko, Chargé de cours en japonais appliqué au commerce international

NGUYEN BAUD Nga, Garanties et Grands contrats

OVADIA Simon, Avocat au barreau de Paris et chargé de cours en Droit

PERSONNIC Xavier, Formateur en achats internationaux et supply chain

TARDY Jean, chargé de cours en arabe appliqué au commerce international

TESTARD Emilie, chargée de cours en siamois appliqué au commerce international

THUMELIN Claire, Directrice adjointe, PRAG, spécialiste du commerce international, Parcours Banque.

TREBUSHKOVA Liubov, ancienne étudiante, chargée de cours de marketing digital

VERCUEIL Julien, Professeur des universités, spécialiste de l'économie de la Russie et des pays d'Europe centrale et orientale (INALCO)

ZBORALSKA Klaudia, chargée de cours en polonais appliqué au commerce international



Master 1 Management et commerce international			
MASTER 1 - Semestre 7 MCISMA7			
Descriptifs	TD ou CM	Heures présentiel	ECTS
Compétences linguistiques et aréales		52	10
Langue orientale	TD	26	4
Economie internationale de zone (NB : un seul séminaire à suivre selon la langue d'accès)	CM	26	6
<i>Zone Russie / PECO</i>	CM		
<i>Zone PMO / Afrique</i>	CM		
<i>Zone Asie</i>	CM		
Compétences techniques et professionnelles		98	13
Gestion des opérations inter : incoterms et paiements	CM	39	5
Statistiques économiques et financières internationales	CM	39	5
Outils numériques en entreprises	TD	20	3
Outils de communication		78	7
Anglais des affaires	TD	39	4
Préparation du projet professionnel	TD	27	2
Cours commun 27h			
Atelier de communication par le théâtre	TD	12	1
TOTAL S7		228	30
MASTER 1 - Semestre 8 MCISMA8			
Descriptifs	TD ou CM	Heures présente I	ECTS
Compétences linguistiques		65	8
Langue orientale	TD	26	4
Anglais des affaires	TD	39	4
Compétences techniques et professionnelles		137	13
Droit des affaires	CM	39	3
Techniques quantitatives de gestion	CM	39	4
Risque pays : risque bancaire et contrepartie	CM	20	2
Marketing	CM	39	4
Applications professionnelles		40	9
Immersion en entreprise : stage – 2 à 4 mois – ou alternance			4
Alternance		13	
Stage		4	



Jeu d'entreprise - Niveau 1	TD	17	1
Ateliers professionnels	TD	6	4
TOTAL S8		242	30
Total master 1		470	60

Master 2 Management et commerce international			
MASTER 2 - Semestre 9 SMMCIA9			
Descriptifs	TD ou CM	Heures présentiel	ECTS
Compétences linguistiques et aérales		72	10
Langue orientale	TD	24	4
Economie internationale de zone	CM	24	3
<i>Zone Russie / PECO</i>	CM		
<i>Zone PMO / Afrique</i>	CM		
<i>Zone Asie</i>	CM		
Anglais des affaires	TD	24	3
Droit des affaires, fiscalité et douane		78	10
Gestion des opérations internationales : logistique et fiscalité	CM	39	5
Droit des affaires et du commerce international	CM	39	5
Financement de contrats et projets internationaux		78	10
Gestion des opérations internationales : garanties et grands contrats	CM	39	5
Analyse financière	CM	39	5
TOTAL S9		228	30



MASTER 2 - Semestre 10 SMMCIA10			
Descriptifs	TD ou CM	Heures présentiel	ECTS
Parcours commun : management des activités internationales		120	10
Marketing	CM	24	2
Négociation commerciale internationale	CM	24	2
Anglais des affaires	CM	24	2
Management	CM	24	2
Jeu d'entreprise - Niveau 2	TD	24	2
Parcours de spécialisation : 1 parcours parmi les 3 au choix + langue orientale d'accès Parcours de spécialisation : 1 parcours parmi les 3 au choix + langue orientale d'accès		64	10
Langue orientale	TD	24	4
PARCOURS 1 : ACHATS INTERNATIONAUX		40	6
Supply chain et approvisionnements	CM	20	3
Aspects juridiques des achats internationaux	CM	10	1
Intelligence économique	CM	10	2
PARCOURS 2 : BANQUE ET FINANCEMENTS A L'INTERNATIONAL		40	6
Contrôle de gestion	CM	20	3
Trade Finance & Compliance	CM	20	3
PARCOURS 3 : MARKETING ET DEVELOPPEMENT INTERNATIONAL		40	6
Approfondissements marketing	CM	30	4
Marketing digital	CM	10	2
Applications professionnelles		58	10
Immersion en entreprise : stage – 4 à 6 mois – ou alternance			
Regroupements alternants : communication professionnelle niveau 2		13	8
Soutenances alternants		4	
Séminaires professionnels internationaux pour alternants: Londres		15	
Echanges avec le milieu professionnel (dont cycle de conférences CCEF)	CM	26	2
TOTAL S10		242	30
Total master 2		470	60



● **L'alternance en Master Management et commerce international**

● **Autres activités pédagogiques et professionnalisantes**

Outre les enseignements proposés, des **conférences** sont régulièrement organisées avec des représentants de divers milieux professionnels afin de permettre aux étudiants de préparer au mieux leur future insertion dans le monde du travail.

Un partenariat a notamment été mis en place avec le Comité Paris des **Conseillers du Commerce Extérieur de France** qui interviennent dans le cadre d'une série de conférences données en Master 2 et sanctionnées par un examen et l'obtention du certificat des CCEF.

La filière Commerce International de l'INALCO a noué plusieurs **partenariats** approfondis avec entreprises françaises et internationales. Les étudiants de Master ont la possibilité d'effectuer des voyages d'études dans plusieurs ports en France et à l'étranger.

PARTENARIATS ET SOUTIENS



- Le **CFA FORMASUP** pour le Master 1 & 2 en alternance.
- La **FONDATION JEUNESSE INTERNATIONALE PIERRE LEDOUX** alloue des bourses spécifiques qui aident les étudiants à effectuer des stages à l'étranger dans de meilleures conditions.
- Depuis 2012, **LES CONSEILLERS AU COMMERCE EXTERIEURS DE FRANCE** interviennent en Master 2 dans le cadre d'une série de conférences professionnelles donnant lieu à un examen et au certificat des CCE.
- La **COMMISSION EUROPEENNE** accueille chaque année les étudiants de Master lors d'une journée d'études donnant lieu à une présentation des métiers de l'Europe et des rencontres



avec des représentants de la Commission autour de thématiques telles que « *les relations commerciales entre la Chine et l'UE* » ou encore « *les pays de la Méditerranée et l'UE* ».

- La **BANQUE CENTRALE EUROPEENNE**, dans le cadre du parcours Banque, les étudiants effectuent un voyage pédagogique à Francfort.
- Visite chez **Amazon** pour le parcours achat en Master 2 Management et Commerce International.
- Grâce au soutien **du CFA FORMASUP PARIS**, les étudiants en alternance peuvent participer à un voyage d'études. L'objectif principal est de donner aux étudiants une vision concrète du commerce international à travers différents secteurs d'activités : banque, assurances, industrie, agroalimentaire, consulting.
- Visite d'un grand port en France ou à l'étranger.

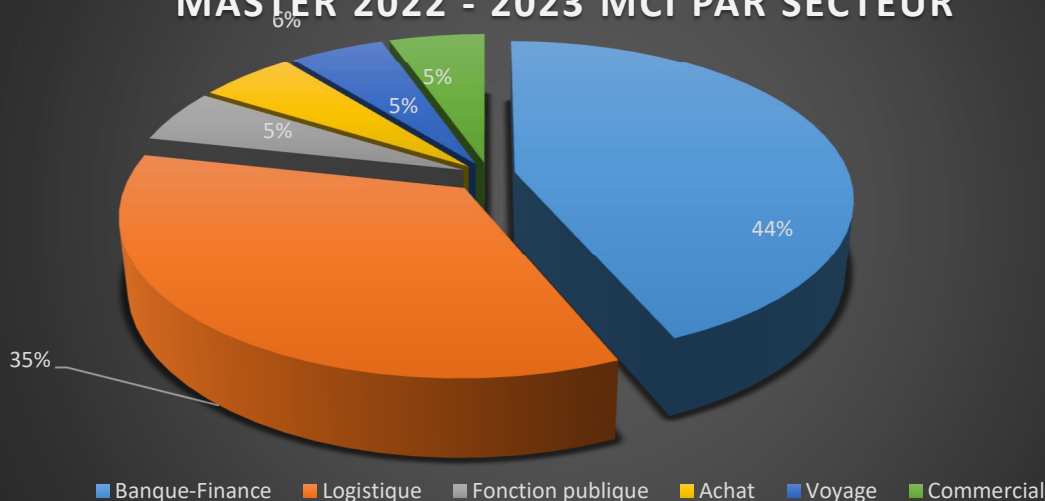


• DEBOUCHES PROFESSIONNELS •

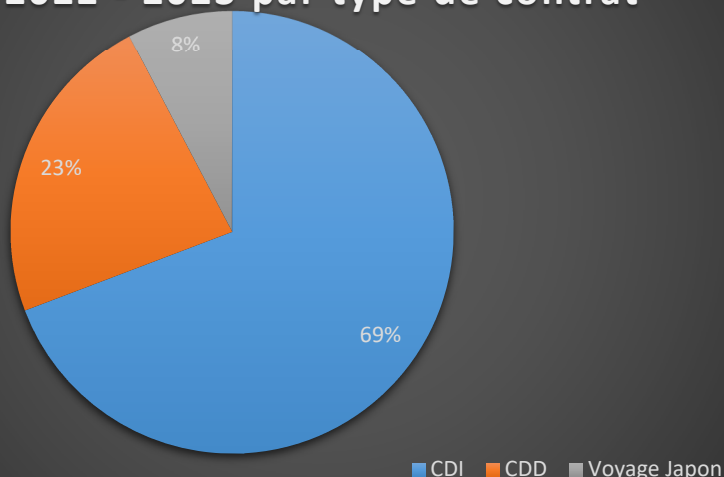
La formation de niveau Master vise à permettre aux étudiants d'accéder à des postes de cadres moyens ou supérieurs pour les fonctions suivantes (liste non-exhaustive) :

- Chargé de clientèle export
- Chef de produit
- Conseiller international
- Responsable achats
- Responsable ADV
- Responsable import
- Acheteur international

DÉBOUCHÉS PROFESSIONNELLES DES DIPLÔMÉS DU MASTER 2022 - 2023 MCI PAR SECTEUR



Répartition des diplômés du Master CI 2022 - 2023 par type de contrat



Ces données ont été collectées lors d'une enquête menée entre janvier et février 2024, soit dans les 6 mois après l'obtention du diplôme des étudiants de Master CI de la promotion 2022-2023.

Une insertion professionnelle de presque 100%, seule une étudiante n'a pas voulu continuer dans son entreprise et préféré partir pendant une année au Japon consolider ses connaissances en langue.

Le salaire moyen des diplômés de cette promotion est de 36666 euros brut/an.



LES ENSEIGNEMENTS EN DETAILS ●

● Les enseignements de Master 1

Langue orientale

Objectif du cours :

L'objectif du cours de langue orientale dispensé en Master 1 est de s'appuyer sur les compétences linguistiques générales des étudiants afin développer des compétences spécifiques en langue orientale appliquée au commerce international. Les étudiants développeront un vocabulaire spécifique au commerce international et le mettront en application à l'écrit comme à l'oral.

Economie de zone Russie-PMO CEI-Pays d'Europe centrale et orientale (Julien VERCUEIL)

Objectif du cours :

Partie Master 1. Doter l'étudiant de solides connaissances de base sur les institutions, les structures et les politiques économiques de la Russie, de l'Eurasie et des PECO. Lui donner les moyens d'analyser de manière comparée les trajectoires économiques des pays de l'Est. Présenter un aperçu des dynamiques d'intégration économique régionale et de leurs évolutions possibles.

Partie Master 2. Doter l'étudiant de compétences professionnelles pour l'analyse du potentiel et des fragilités économiques des pays d'Europe centrale et orientale et de la CEI, notamment la Russie. Intégrer les outils d'évaluation des facteurs de croissance, des déséquilibres éventuels et du risque pays.

Pour les deux années : développer la capacité à porter un regard critique, nuancé et argumenté sur les rapports économiques et des études de marchés produites sur la région, en tenant compte, notamment, de l'influence du contexte international sur ces économies. Simuler des situations de décisions stratégiques et opérationnelles d'entreprise (exportation, implantation, relations industrielles et commerciales, etc.) concernant les marchés visés.

Economie internationale Zone - Proche et Moyen Orient

Objectif du cours :

Comprendre la zone PMO, ses enjeux politiques et économiques

Savoir gérer les affaires dans le contexte PMO

Comprendre l'environnement des Matières Premières (Commodities), les acteurs et la place des banques. Le cours traite du financement transactionnel des matières premières en particulier à destination des sociétés de négoce.

Maîtriser des opérations sur commodities : Oil and Gas et metal

Traiter des opérations sur commodities soft : sucre, blé, huile, cacao, café.

Comment se présente l'écosystème des matières premières ?

Quelle est l'approche transactionnelle des banques, leur démarche spécifique et les réponses aux besoins des négociants ?



Quels sont les financements, les outils bancaires utilisés et les risques associés ?
 Quel rôle jouent les marchandises dans le processus de crédit ?

Economie internationale Zone - Asie (Michel BLANCHARD)

Objectif du cours :

Développer une capacité personnelle autonome de diagnostic et d'analyse économique.
 Une analyse de la croissance et de la stratégie de développement à moyen terme et long terme des économies asiatiques sera développée. La diversité et les similitudes entre les différents pays seront étudiées à partir de lectures d'ouvrages et articles classiques sur le développement économique de l'Asie.

Marketing (Pierre-François JEANDET)

Objectif du cours :

- Maîtriser les outils du marketing stratégique et traduire la stratégie en plan marketing opérationnel

Gestion des opérations internationales- incoterms et paiements

Objectif du cours :

- Resituer les opérations de commerce international dans leur globalité en positionnant les acteurs et les flux.
- Connaître les outils logistiques et juridiques des opérations de commerce international : transport, douane, incoterms, assurance transport, contrat
- Etre sensibilisé aux risques à l'international tant du côté client que du côté banquier ou de l'assureur-crédit

Statistiques économiques et financières internationales (Michel BLANCHARD) – CPEA420C

Objectif du cours :

Lire, interpréter et analyser les statistiques économiques nationales et internationales.
 Pour ce faire, les étudiants produisent une analyse économique personnelle sur un pays à partir de données officielles (comptabilités nationales, FMI, Banque mondiale).

Plan/ résumé du cours :

Notions d'analyse économiques préliminaires, indices de prix, comptabilité nationale, taux de change et macroéconomie internationale, lecture approfondie des balances de paiements et des soldes financiers extérieurs.
 Analyse des données de comptabilités nationales, analyse de la composante demande du produit intérieur brut, analyse conjoncturelle.



Etude précise et analyse des balances des paiements, diagnostique sur la soutenabilité des balances et de la croissance du pays étudié.

Bibliographie :

Documents officiels : Site officiel du FMI, manuel de la balance des paiements du FMI, INSEE, rapport sur le développement humain du PNUD.

Pédagogie et modalités de l'examen :

Contrôle continu,
 Travail sur données de comptabilité nationale et de balances des paiements disponibles en libre accès sur le site du FMI, cours de macroéconomie internationale.
 Les tests consisteront en une analyse économique de pays à partir de sa comptabilité nationale et de sa balance des paiements sur plusieurs années.

Anglais des affaires (Susan BASSELIER)

Objectif du cours :

Amener les apprenants à améliorer leur compréhension des problèmes socio-économiques et interculturels dans le monde à travers des travaux de recherche, des exercices écrits et oraux en langue anglaise.

Méthodologie du projet professionnel (Léa SAVARIEAU)

Objectif du cours :

Déterminer et construire son projet professionnel, savoir rédiger un CV et une lettre de motivation de manière efficace, se présenter à un entretien d'embauche, gagner de l'aisance pour s'exprimer en public, acquérir les bases de la communication et du savoir-être en entreprise.

Outils numériques en entreprise – CPEA430C - Partie 1 : Formation Excel (Mme THUMELIN)

Objectif du cours :

L'utilisation d'un tableur comme Excel peut être un atout pour valoriser le profil de l'étudiant. Il s'agit d'ici de :

- Construire une base solide de compréhension d'un tableur (Excel) qui est un outil indispensable du monde d'aujourd'hui.

Manier un outil permettant de collecter, synthétiser, analyser et visualiser des données d'une manière efficace dans l'ère numérique où nous sommes de plus en plus sollicités par toutes sortes de données.

Au cours de ce stage, à l'aide du logiciel Excel, les étudiants ont appris à :

- Analyser, filtrer, synthétiser des données d'une liste à l'aide d'un tableau croisé dynamique et ses options.



Ajouter des visualisations aux données en utilisant des graphiques croisés dynamiques.

Partie 2 : Formation Powerpoint (M. AUGERI)

Objectif du cours :

Le diaporama constitue aujourd'hui un support de communication incontournable dans le milieu universitaire puis dans les activités professionnelles, au point que le terme "**Powerpoint**" est entré dans le langage commun.

Mais la lisibilité d'un diaporama n'est pas uniquement fonction du niveau de pratique d'un logiciel. Scénarisation, quantité et nature du texte, hiérarchisation des éléments, utilisation des images et des animations sont autant de paramètres qui peuvent faire d'un diaporama un support de présentation parfaitement efficace, ou le meilleur moyen de rendre le propos de l'orateur totalement inintelligible.

Droit des affaires (Simon OVADIA)

Objectif du cours :

Former les étudiants aux fondements du droit des contrats, et leur permettre de répondre de manière adéquate aux situations contractuelles les plus diverses.



Techniques Quantitatives de Gestion (Michel BLANCHARD)

Objectif du cours :

L'objectif de ce module est de donner aux étudiants une « boîte à outils » pour les aider à prendre des décisions relevant de la gestion d'une entreprise.

Partie 1 : Prendre conscience en tant que futur responsable non comptable de la nécessité de connaître la formation des coûts afin de mieux les contrôler et de pouvoir prendre les bonnes décisions en matière de prix de vente et de marge

Partie 2 donner les bases de calculs mathématiques appliqués à la résolution de problématique de gestion et en faire des outils d'aide à la décision

Plan/ résumé du cours :

1 CALCUL DES COÛTS

- 11 Typologie de charges
- 12 La méthode des centres d'analyse : Répartition simple des charges indirectes
- 13 Tableau de répartition avec prestations réciproques
- 14 La méthode simple des coûts complets
- 15 La méthode des coûts complets avec stocks
- 16 Le compte de résultat différentiel
- 17 Le seuil de rentabilité

2 LES OUTILS STATISTIQUES SIMPLES

- 21 les principales valeurs statistiques
- 22 Les prévisions des ventes

3 MATHÉMATIQUES FINANCIÈRES APPLIQUÉES AU FINANCEMENT DES INVESTISSEMENTS

Bibliographie :

Comptabilité de gestion Brigitte Doriah Dunod
 L'essentiel de la comptabilité de gestion Béatrice et Francis Grandguillot éditions gualino
 DE GRUYSE Sarah, CHARRIER Hélène, Les outils fondamentaux de la gestion, Edition Gualino

Pédagogie et modalités de l'examen :

Contrôle continu : deux évaluations sur chaque partie du module



Risques Pays, risques bancaires et contreparties () – CPEB420D

Objectif du cours :

- Risque pays et Risque banque
- Comprendre les enjeux géopolitiques et l'impact du risque pays sur les transactions commerciales
- Distinction entre risque pays et risque de contrepartie

● Les enseignements de Master 2

Langue orientale

Objectif du cours :

L'objectif du cours de langue orientale dispensé en Master 1 d'approfondir et perfectionner les compétences spécifiques en langue orientale appliquée au commerce international. Les étudiants développeront un vocabulaire spécifique au commerce international et le mettront en application à l'écrit comme à l'oral.

Plan/ résumé du cours :

Economie Internationale de Zone - Russie/PECO/PMO (Julien VERCUEIL)

Objectif du cours :

Partie Master 1. Doter l'étudiant de solides connaissances de base sur les institutions, les structures et les politiques économiques de la Russie, de l'Eurasie et des PECO. Lui donner les moyens d'analyser de manière comparée les trajectoires économiques des pays de l'Est. Présenter un aperçu des dynamiques d'intégration économique régionale et de leurs évolutions possibles.

Partie Master 2. Doter l'étudiant de compétences professionnelles pour l'analyse du potentiel et des fragilités économiques des pays d'Europe centrale et orientale et de la CEI, notamment la Russie. Intégrer les outils d'évaluation des facteurs de croissance, des déséquilibres éventuels et du risque pays.

Pour les deux années (certaines séances sont communes) : développer la capacité à porter un regard critique, nuancé et argumenté sur les rapports économiques et des études de marchés produites sur la région, en tenant compte, notamment, de l'influence du contexte international sur ces économies. Simuler des situations de décisions stratégiques et opérationnelles d'entreprise



(exportation, implantation, relations industrielles et commerciales, etc.) concernant les marchés visés.

Economie Internationale de Zone Asie (Michel BLANCHARD)

Objectif du cours :

Développer une capacité personnelle autonome de diagnostic et d'analyse économique, prévoir et anticiper les perspectives économiques des pays.
 Une analyse de la conjoncture, des faiblesses, des réformes et des politiques économiques des pays asiatiques sera développée. Une approche sectorielle (méso-économique) sera privilégiée.

Anglais

Objectif du cours :

Améliorer ses compétences d'expression et de compréhension orales dans le contexte du commerce international ; maîtriser un corpus lexical de 200 mots liés au commerce ; maîtriser les structures des verbes en anglais

Gestion des opérations internationales : logistique et fiscalité

Objectif du cours :

Identifier les risques logistiques et savoir mettre en place les solutions adaptées
 Comprendre le rôle de la douane dans les opérations export et import
 Maîtriser les principes fondamentaux de la douane
 Identifier les risques liés aux opérations de commerce international
 Utiliser les techniques de paiement adaptées

Droit des affaires et du commerce international (Simon OVADIA)

Objectif du cours :

Donner les éléments de base des outils juridiques du commerce international : contrat international, loi applicable, clauses usuelles et contrats spécifiques (vente internationale, transport international, arbitrage international), garanties internationales. Selon les possibilités, éléments contractuels en droit de la common law.

Gestion des opérations internationales : garanties et grands contrats (Hubert MARTINI)

Objectif du cours :

Identifier les risques liés aux opérations de commerce international
 Utiliser les techniques de garanties et de cautionnement
 Maîtriser les problématiques de financement et les solutions

Analyse financière (Michel BLANCHARD)

Objectif du cours :



Découvrir les mécanismes financiers de base qui régissent le fonctionnement financier des entreprises.
 Appréhender les principaux outils de diagnostic financier permettant de porter une appréciation sur la santé financière et le risque d'une entreprise
 Acquérir une méthodologie et un savoir-faire en matière d'analyse financière d'une situation réelle d'entreprise :

- Comprendre, interpréter, expliquer et analyser la situation financière d'une entreprise,
- Interpréter les grandes masses et les principaux soldes du bilan et du compte de résultat,
- Comprendre l'importance des flux financiers,

Repérer les causes possibles d'une dégradation de la situation financière de l'entreprise.

Marketing International (Pierre-François JEANDET)

Objectif du cours :

To reach an operational level in international marketing using the case method

Négociation commerciale internationale

Objectif du cours :

L'objectif de ce cours est d'acquérir des clés et méthodes concernant la négociation commerciale internationale et distinguer les processus suivant la typologie de négociation PME ou Grands Comptes.

Le cours s'appuie essentiellement sur des mises en situation d'appels d'offres PME et Grands Comptes, l'objectif majeur étant de comprendre le processus d'une négociation :

- Les enjeux préalables d'une négociation : internes et clients,
- Les outils et méthodologie de préparation à la réponse à appel d'offres
- Les processus de communication interpersonnelle : introduction au Process Management et Communication (typologies de personnalités et communication optimale par personnalité)

Le cours s'articule en trois étapes :

Étape 1 : La négociation grands comptes et PME : préparation préalable et contexte

Étape 2 : L'entrée en négociation : argumentation, communication, traitement des objections

Étape 3 : La négociation : construire son offre commerciale, services, périmètre et engagement

Des mises en situation aptes à intégrer et appliquer une méthodologie facilement reproductible en entreprises prenant en compte l'émergence de négociations en mode projets où le négociateur encadre des expertises.

Management

Objectif du cours :



L'objectif est d'acquérir les fondamentaux du management en terme de savoir-faire professionnel.

Plus qu'une posture, le management répond à une méthode, et à un contexte d'entreprise, savoir décrypter un mode de management d'entreprise facilite l'intégration et la compréhension globale des attentes et des postures de son management.

4 étapes clés répondent aux réalités des entreprises :

- Etre managé
- Savoir solliciter son manager
- Management de projet
- Management d'équipes interculturelles et multisites
-

Parcours 1 : Achats Internationaux

Objectif du cours :

Achats

Acquisitions des notions de base dans la stratégie, la conduite des opérations et les techniques. Le cours vise à donner la boîte à outils qui permet de comprendre et agir dans le domaine des achats.

Supply chain

- a. Qu'est-ce que la supply chain ? Le B to B et le B to C
- b. L'omniprésence de la supply chain dans la distribution, et la révolution en cours dans le monde de la distribution et des achats. Le cours introduit et explique les changements en cours, et surtout à venir.

Note

- *Achats & Supply chain seront traités avec une forte coloration internationale*
- *La partie Supply chain aura un support de cours en anglais, et partie du cours pourra être dispensée en anglais.*

Intelligence économique

- a. Prendre conscience ; puis savoir gérer et enfin en tirer parti.
- b. Les opportunités & les menaces

Parcours 2 : Banque et Financement à l'International (THUMELIN)

Partie 1 : Contrôle de gestion

Objectif du cours :

Comprendre la construction des couts
 Maitriser l'analyse des écarts
 Construire des prévisions budgétaires

Partie 2 : Trade Finance & Compliance



Objectif du cours :

La compliance et le traitement des produits du trade

- comprendre les enjeux de la conformité
- construire une analyse de conformité
- distinction entre risque pays et risque de contrepartie

Parcours 3 : Marketing et Développement International

Partie 1 : Approfondissement Marketing (Pierre-François JEANDET) – CPEB520F

Objectif du cours :

To reach an operational level in international marketing using the case method.

Partie 2 : Marketing digital (TREBUCHKOVA)

Objectif du cours :

Mettre à disposition de l'étudiant les notions clés du marketing digital et les bonnes pratiques. L'objet du cours est de présenter les leviers et les outils d'analyses pour construire et valoriser une stratégie marketing cohérente et performante (Marketing digital et KPI, Search engine marketing : SEO et SEA, les réseaux sociaux et les influenceurs, la vidéo et nouveaux médias, le Marketings mobile, le Marketing automation et les Newsletters, le CRM et donnée clients.

A l'issue de ce cours, l'étudiants appréhendera le digital comme une composante d'une stratégie marketing globale et multicanal visant à faire émerger sa marque, engager et animer sa communauté, promouvoir ses produits et développer ses ventes.