



DÉPARTEMENT
Langues Étrangères Appliquées
MASTER Responsable du
développement international

Année universitaire 2022 2023

Table des matières

LES COMPÉTENCES DU MASTER RESPONSABLE DU DÉVELOPPEMENT 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
SCOLARITÉ - INFORMATIONS PRATIQUES	8
CERTIFICATIONS EN LANGUE.....	10
PLATEFORME « ORTHODIDACTE »	11
CONNEXION WIFI	12
LE SERVICE D'ORIENTATION ET D'INSERTION PROFESSIONNELLE.....	13
CONSIGNES DE SÉCURITÉ	15
PLAN DES BÂTIMENTS.....	16
ORGANISATION DE LA FORMATION	19
MASTER 1.....	20
<i>Calendrier Master 1.....</i>	<i>21</i>
<i>Modalités de contrôle des connaissances Semestre 7.....</i>	<i>23</i>
<i>Modalités de contrôle des connaissances Semestre 8.....</i>	<i>24</i>
<i>Modalités spécifiques de validation du semestre 8 d'études lorsqu'il se déroule à l'étranger :</i>	<i>25</i>
PRÉSENTATION DES COURS ET BIBLIOGRAPHIE - MASTER 1	26
<i>Infographie.....</i>	<i>26</i>
<i>Bilan de compétences et recherche de stage</i>	<i>26</i>
<i>Stratégie de communication à l'international.....</i>	<i>26</i>
<i>Traduction et rédaction professionnelles.....</i>	<i>27</i>
<i>Communication professionnelle</i>	<i>27</i>
<i>Langue économique et commerciale.....</i>	<i>27</i>
<i>Monde économique.....</i>	<i>27</i>
<i>Techniques de négociation.....</i>	<i>28</i>
<i>Marketing international.....</i>	<i>28</i>
<i>Diagnostic entreprise.....</i>	<i>28</i>
<i>Étude de marché à l'international.....</i>	<i>29</i>
<i>Techniques logistiques et administratives du commerce extérieur.....</i>	<i>29</i>
<i>E.commerce à l'international</i>	<i>30</i>
<i>Stratégie d'entreprise.....</i>	<i>30</i>
<i>Informatique.....</i>	<i>31</i>
<i>Stratégie de ressources documentaires.....</i>	<i>31</i>
MASTER 2.....	32
<i>Calendrier Master 2.....</i>	<i>33</i>
<i>Modalités de contrôle des connaissances semestre 9.....</i>	<i>34</i>
<i>Modalités de contrôle des connaissances semestre 10.....</i>	<i>35</i>
PRÉSENTATION DES COURS ET BIBLIOGRAPHIE - MASTER 2	36
<i>Conception et gestion de sites web</i>	<i>36</i>

<i>Progiciels de gestion intégrés</i>	36
<i>Veille technologique et stratégique</i>	36
<i>Droit commercial international</i>	37
<i>Techniques financières internationales</i>	37
<i>Techniques douanières</i>	38
<i>Gestion et assurance des risques</i>	38
<i>Gestion de projet et des RH</i>	38
<i>Marketing B to B</i>	40
<i>Techniques de vente</i>	40
<i>Négociation commerciale</i>	41
<i>Entrepreneuriat</i>	41
<i>Droit des sociétés</i>	41
<i>Responsabilité sociétale des organisations sur leur territoire</i>	42
<i>Dossier d'étude commerciale</i>	42
<i>Cycle de conférences en langues étrangères</i>	42
<i>Conférences</i>	43
<i>Valorisation stage</i>	43
<i>Zone britannique</i>	43
<i>Zone nord-américaine</i>	43
<i>Zone Asie</i>	44
<i>Zone ibérique</i>	44
<i>Zone ibéro-américaine</i>	45
<i>Zone germanophone</i>	45
<i>Jeu d'entreprise en anglais</i>	45
<i>Achats internationaux</i>	46
<i>Supply Chain</i>	46
<i>Alternance en entreprise</i>	46

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 8 septembre à 10h salle Magellan

M2 RDI : mercredi 31 août à 10h30 salle Duguay Trouin

Début des cours

M1 RDI : lundi 12 septembre

M2 RDI : jeudi 1^{er} septembre

Vacances (dates incluses)

Du samedi 22 au dimanche 30 octobre

Du samedi 17 décembre au lundi 2 janvier

Dates à retenir

Jeudi 22 septembre, à 8h : rencontre avec les tuteurs des étudiants en contrat de professionnalisation et en contrat d'apprentissage. Les étudiants de Lpro et de master 2 concernés pourront être présents pour le café et le début de la rencontre.

14 novembre 14h30 : présentation des différents contrats d'alternance (*sous réserve de confirmation*)

Jeudi 17 après-midi et vendredi 18 novembre : simulations d'entretiens avec l'association AGIR

Réunion organisée par le SAI à la faculté de Lettres (mobilité études, financement, démarches administratives, calendrier...) : **jeudi 24 novembre**, 13h30-15h séjours d'études ; 15h15-15h45 financer son projet de mobilité internationale ; 16h-17h stages à l'étranger

Lundi 28 après-midi et mardi 29 novembre : *Une idée pour mon territoire*

Mercredi 30 novembre : *Alternance dating* pour les masters 1 RDI

Vendredi 13 janvier à 18h : remise des diplômes licence pro ACIET, licence LEA, Master 2 RDI. Tables rondes l'après-midi. Repas le soir

7 et 8 février 2023 : challenge interne aux M1 RDI (CCEF)

Semaine du 1er mai : conférences en langues étrangères, pour les M2 RDI

1^{er} et 2 juin : 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

Contacts

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

Équipe pédagogique

alexandre.colomb@univ-ubs.fr

alexia.jingand@univ-ubs.fr

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

kay.watson@univ-ubs.fr

mariannick.guenneec@univ-ubs.fr

marion.olharan-lagan@univ-ubs.fr

matthieu.collet@univ-ubs.fr

nadege.comhaire@univ-ubs.fr

nathalie.allain-nourry@univ-ubs.fr

nelly.andre@univ-ubs.fr

paul-henri.perrot@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

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

Contrat de professionnalisation

Marie.lebrun@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 le site e.candidature. Les dossiers sont examinés selon plusieurs vagues, en fonction du nombre de places restant disponibles.

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. Les semestres, 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 de 22 à 26 semaines en convention de stage (si stage à l'étranger), 12 mois en contrat d'apprentissage ou de professionnalisation, la priorité étant donnée à ces deux derniers. L'enseignement et l'expérience professionnelle sont conçus pour que l'étudiant 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 le tableau d'affichage au Paquebot et sur l'Environnement Numérique de Travail de chaque étudiant.

L'inscription pédagogique est obligatoire pour chaque année et elle est faite en septembre pour les deux semestres. La signature du contrat pédagogique est également obligatoire :

- Elle entraîne l'inscription aux examens des 2 sessions pour chaque semestre
- Elle s'effectue lors de la semaine de rentrée à l'issue de la réunion d'information (présence obligatoire et indispensable).

Dans la mesure du possible, les informations nécessaires pour le bon déroulement de l'année universitaire sont disponibles sur le tableau d'affichage du master RDI, au rez-de-chaussée du Paquebot. Il est indispensable pour les étudiants de consulter le plus souvent possible ces tableaux ainsi que leur Environnement Numérique de Travail. Les plannings des examens sont affichés sur le même panneau.

Scolarité - Informations pratiques

1. Contrat pédagogique

Tous les étudiant·e·s doivent s'inscrire « pédagogiquement », c'est-à-dire remplir le « contrat pédagogique » remis lors de la réunion de rentrée. Si vous n'avez pas pu assister à la rentrée ou y rendre votre contrat, il est impératif de se rapprocher au plus tôt de votre directrice ou directeur d'études ou bien de votre secrétariat pédagogique.

2. Assiduité (et étudiants boursiers)

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

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

3. Statut d'étudiant·e non-assidu·e

Les étudiant·e·s exerçant une activité professionnelle supérieure à 10 heures par semaine peuvent bénéficier du statut d'étudiant·e non-assidu·e 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 de votre département de formation. En cas d'acceptation par la directrice ou le directeur de votre année d'études, vous êtes autorisé·e à ne pas assister à partie ou totalité des enseignements. Vous devrez vous présenter aux mêmes examens partiels et terminaux que les étudiant·e·s assidu·e·s. 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 étudiant·e·s boursières.siers ne peuvent en aucun cas prétendre au statut non-assidu, non plus que les alternants en master 2.

4. Évaluations

Les examens de contrôle continu se déroulent tout au long de chaque semestre.

Une session d'examens est organisée à l'issue de chacun des deux semestres : les examens dits « partiels » à l'issue du premier semestre et les examens dits « terminaux » à l'issue du second. Les périodes auxquelles ils se déroulent sont indiquées sur le calendrier universitaire et les dates sont communiquées au moins 15 jours avant la première épreuve par voie d'affichage et par courriel sur votre adresse étudiante. Veillez à consulter régulièrement le panneau d'affichage, 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. Les étudiants devront impérativement présenter leur carte d'étudiant·e.

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·e étudiant·e est réputé·e 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.

5. 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 des deux sessions d'examens, les étudiant e s pourront consulter leurs copies auprès des enseignants concernés, à la date fixée par les directeurs d'études.

6. Seconde session dite « de rattrapage »

À l'issue des délibérations du jury de la première session, si l'année n'est pas validée, vous devrez vous présenter aux examens de seconde session dits « de rattrapage » (en juin) pour le ou les semestres non validé-s et le ou les unités d'enseignement (UE) non validé-e-s. Dans le semestre et l'UE concernés, seules les matières en dessous de la moyenne (10/20) doivent être repassées. En cas de doute sur les matières concernées, consultez la directrice d'études.

7. Consultation des copies

À l'issue de chacune des deux sessions d'examens, les étudiant e s pourront consulter leurs copies auprès des enseignant e s concerné e s, à la date fixée par les directeurs d'études et consultable sur le panneau d'affichage ou communiquée par courriel. Il n'y aura aucune consultation individuelle au secrétariat.

8. Ajourné e Autorisé e à Continuer (AJAC)

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

9. 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.e 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.

10. 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 : <https://moodle.univ-ubs.fr/course/view.php?id=2475> R

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.

Plateforme « Orthodidacte »

L'UFR Lettres, Langues, Sciences Humaines et Sociales propose à ses étudiants un outil de remédiation en langue française, la plateforme Orthodidacte, qui leur permet de travailler à leur rythme l'orthographe et la syntaxe.

En complément de certaines de leurs UE consacrées au développement de leurs compétences d'écriture et visant à l'acquisition de méthodes pour l'écrit et l'oral, cette plateforme cible la correction orthographique, indispensable pour un cursus réussi et pour une bonne insertion professionnelle.

Au programme : exercices à trous, écoute audio et retranscription, QCM sur un ensemble de problèmes orthographiques. De certains accents spécifiques en français en passant par la concordance des temps jusqu'aux anglicismes et leurs équivalents français, les exercices regroupent des notions essentielles.

Après un test de positionnement évaluant les compétences initiales en orthographe, lexicale et syntaxe des étudiants, un parcours et un programme d'apprentissage adaptés au niveau de chacun seront proposés. Les étudiants peuvent alors se former à leur rythme, à l'université ou chez eux et dans les domaines de l'écrit qui correspondent à leurs besoins tout au long de l'année universitaire.

Les étudiants peuvent s'y connecter quand ils le souhaitent. Une utilisation régulière, entre 30 mn et 1 heure par semaine, est recommandée. Quatre niveaux sont proposés : du niveau 1 débutant au niveau 4, le plus élevé. La progression est prise en compte dans le cadre du cursus de l'étudiant même s'il part d'un niveau moyen.

Renseignements et inscriptions : florence.lhote@univ-ubs.fr

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

Université Bretagne Sud - SUIOP Entrepreneuriat



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 ACTIONS POUR VOUS ACCOMPAGNER

✓ Prenez rendez-vous avec une conseillère

Vous souhaitez vous réorienter ? Vous avez déjà des pistes ? Le SUIOP Entrepreneuriat peut dès septembre vous renseigner sur les formations qui peuvent vous accueillir sur le territoire. Vous souhaitez retravailler votre projet ? Prenez rendez-vous avec une conseillère pour vous accompagner votre démarche !

Les conseillères d'orientation et d'insertion professionnelle vous reçoivent sur rendez-vous au 02 97 87 66 60 à Lorient et au 02 97 01 27 00 à Vannes.

✓ Participez aux midi-stands, temps d'échanges ouverts à tous !

Venez nous rencontrer au SUIOP, sans rendez-vous, à Lorient et à Vannes le mardi de 12h30 à 13h30.

✓ Des conseils en 5' pour votre CV

Les conseillères d'orientation vous donnent rendez-vous en distanciel **le mercredi de 12h30 à 13h30** et apporteront tous les conseils nécessaires pour améliorer vos supports. Rendez-vous sur notre page pour prendre connaissance du calendrier **Une photo professionnelle ?**

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



Université Bretagne Sud
SUIOP Entrepreneuriat
4 rue Jean Zay - BP 92116
56321 LORIENT Cedex
02 97 87 66 60
www.univ-ubs.fr

Université Bretagne Sud : Faculté droit, sciences économiques & gestion • Faculté lettres, langues, sciences humaines & sociales • Faculté sciences & sciences de l'ingénieur • Ecole d'ingénieurs ENSIBS • IUT Lorient - Pontivy • IUT Vannes • 13 laboratoires de recherche.





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

✓ 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, à la Maison des Étudiants du campus de Vannes et au SUIOIP à Lorient.

✓ 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.

2. NOS RESSOURCES À VOTRE DISPOSITION

✓ Préparez votre projet, consultez nos ressources documentaires

Info'avenir 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://suiqip.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 ? Venez retirer votre livret « Ma recherche de stage »

Le livret est disponible au SUIOIP pour tous les étudiants afin de vous accompagner dans la recherche de votre stage

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



Consignes de sécurité

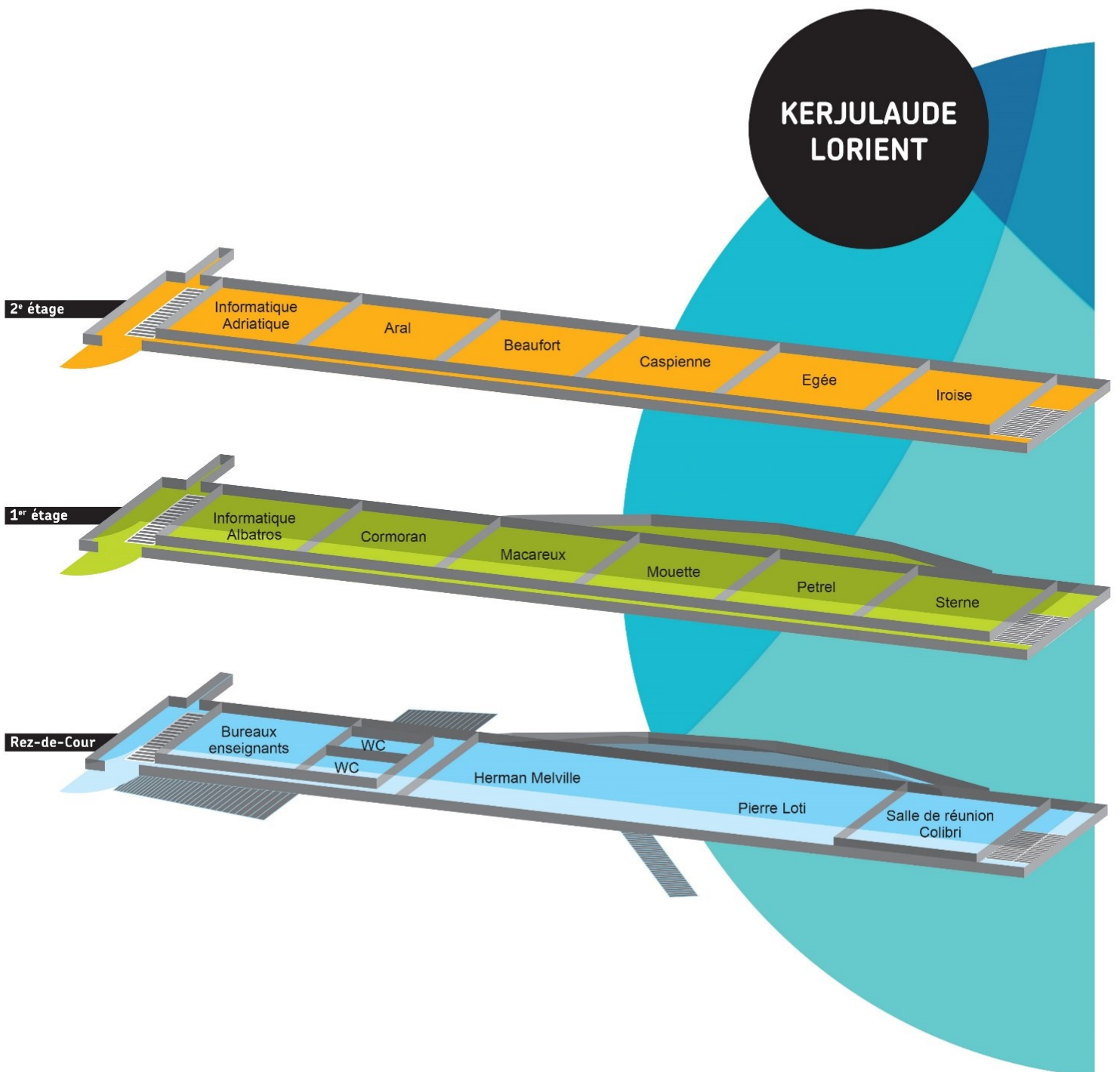


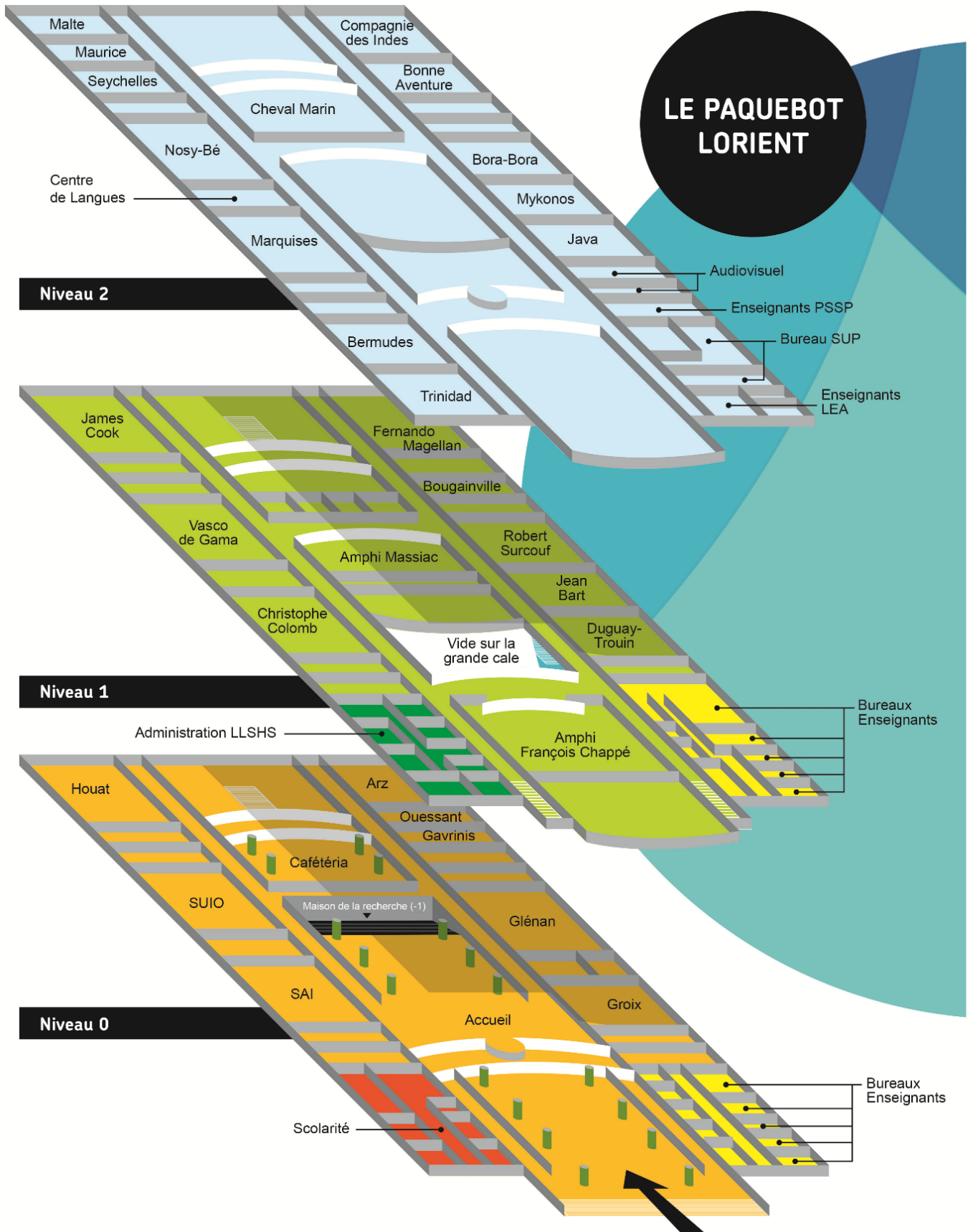
En cas d'alarme incendie, l'enseignant responsable de sa salle de cours doit **obligatoirement** sortir et conduire ses étudiants jusqu'au point de rassemblement, situé à l'arrière du bâtiment dans le parc Youri Gagarine.

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) Stage
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 8 septembre à 10h en salle Magellan

Début des cours

M1 RDI : lundi 12 septembre

Vacances en M1 RDI (dates incluses)

Du samedi 22 au dimanche 30 octobre

Du samedi 17 décembre au lundi 2 janvier

Dates à retenir

14 novembre 14h30 : présentation des différents contrats d'alternance (*sous réserve de confirmation*)

Réunion organisée par le SAI à l'UFR LLSHS (mobilité études, financement, démarches administratives, calendrier...) : **jeudi 24 novembre**, 15h15-15h45 financer son projet de mobilité internationale ; 16h-17h stages à l'étranger

Jeudi 17 après-midi et vendredi 18 novembre : simulations d'entretiens avec l'association AGIR

Lundi 28 après-midi et mardi 29 novembre : *Une idée pour mon territoire*

Mercredi 30 novembre : *Alternance dating*

Vendredi 13 janvier à 18h : remise des diplômes licence pro ACIET, licence LEA, Master 2 RDI.

Tables rondes l'après-midi

7 et 8 février 2023 : challenge interne aux M1 RDI (CCEF)

Semestre 1

Cours du 12 septembre au 9 décembre (11 semaines)

Semaine dite « de rattrapage » : du 5 au 9 décembre

Pause pédagogique du 10 décembre au 2 janvier inclus

Délibérations : jeudi 26 janvier

Publication des résultats : vendredi 27 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 3 janvier au 17 février (7 semaines)

Date limite de remise des dossiers d'étude de marché à l'international : le lundi 6 février

Soutenances de l'étude de marché à l'international : mardi 14 février

Stage à partir du lundi 20 février (12 semaines minimum)

Délibérations partie théorique : jeudi 16 mars 13h (*sous réserve de confirmation*)

Consultation des copies, de 15h à 16h

Publication des résultats : vendredi 17 mars

Remise des mémoires de stage : jeudi 15 juin avant 12h, en 3 exemplaires papier + dépôt sur l'ENT avec l'enquête signée

Soutenance de stage : 29 et 30 juin (*a priori* le 30 juin uniquement)

Délibérations : vendredi 7 juillet (*sous réserve de confirmation*)

Publication des résultats : 10 juillet

Session 2

Session 2 pour la partie théorique : du 27 au 31 mars

Délibérations : jeudi 25 mai à 9h (*sous réserve de confirmation*)

Modalités de contrôle des connaissances Semestre 7

ECTS	Coef	Intitulé UE	Code matière	Intitulé Matières	heures		MCC	Coef	MCC	Coef		
					CM	TD					SESSION 1	SESSION 2
5	3	Communication		Infographie		12		1	Écrit 2h	1		
				Bilan de compétences et recherche de stage		10		1	Écrit 1h	1		
				Stratégie de communication à l'international		10		1	Écrit 2h	1		
5	5	Anglais ANG2106U		Traduction et rédaction professionnelles		20		2	Écrit 3h	2		
				Communication professionnelle		15		1,5	Écrit 1h30	1,5		
				Langue économique et commerciale		15		1,5	Écrit 2h	1,5		
5	5	Espagnol ESP2104U		Traduction et rédaction professionnelles		20		2	Écrit 3h	2		
				Communication professionnelle		15		1,5	Écrit 1h30	1,5		
				Langue économique et commerciale		15		1,5	Écrit 2h	1,5		
		OU		Allemand ALL2102U		Traduction et rédaction professionnelles		20		2	Écrit 3h	2
			Communication professionnelle			15		1,5	Écrit 1h30	1,5		
			Langue économique et commerciale			15		1,5	Écrit 2h	1,5		
5	5	Langue de spécialité anglais/espagnol LSE2102U		Monde économique - anglais		15		1,5	Écrit 2h	1,5		
				Techniques de négociation - anglais		10		1	Oral	1		
				Monde économique - espagnol		15		1,5	Écrit 2h	1,5		
				Techniques de négociation - espagnol		10		1	Oral	1		
		OU		Langue de spécialité anglais/allemand LSA2102U		Monde économique - anglais		15		1,5	Écrit 2h	1,5
			Techniques de négociation - anglais			10		1	Oral	1		
			Monde économique - allemand			15		1,5	Écrit 2h	1,5		
			Techniques de négociation - allemand			10		1	Oral	1		
5	4	Développement de l'entreprise à l'international DEI2101U		Marketing international		15		1,5	Écrit 2h	1,5		
				Diagnostic entreprise		10		1	Écrit 2h	1		
				Étude de marché à l'international		15		1,5	Oral	1,5		
5	4	Commerce international COI2101U		Techniques logistiques et administratives du commerce extérieur	30			3	Écrit 3h	3		
				e.commerce à l'international		10		1	Écrit 2h	1		

Modalités de contrôle des connaissances Semestre 8

ECTS	Coef	Intitulé UE	Code matière	Intitulé Matières	heures		MCC	Coef	MCC	Coef		
					CM	TD	SESSION 1		SESSION 2			
4	4	Anglais		Monde économique - anglais		10	CC	1	Écrit 2h	1		
				Communication professionnelle		15	CC	1,5	Écrit 1h30	1,5		
				Langue économique et commerciale		15	CC	1,5	Écrit 2h	1,5		
4	4	Espagnol		Monde économique - espagnol		10	CC	1	Écrit 3h	1		
				Communication professionnelle		15	CC	1,5	Écrit 1h30	1,5		
				Langue économique et commerciale		15	CC	1,5	Écrit 2h	1,5		
		OU		Allemand		Monde économique - allemand		10	CC	1	Écrit 3h	1
			Communication professionnelle			15	CC	1,5	Écrit 1h30	1,5		
			Langue économique et commerciale			15	CC	1,5	Écrit 2h	1,5		
4	4,5	Développement de l'entreprise à l'international		Techniques logistiques et administratives du commerce extérieur	20		CC	2	Écrit 3h	2		
				Stratégie d'entreprise		10	CC	1	Écrit 2h	1		
				Informatique	5	10	CC	1,5	Écrit 2h	1,5		
3	3	Étude de marché - UE pratique		Étude de marché à l'international			Écrit et soutenance	1	Écrit et soutenance	1		
15	15	Stage - UE pratique		Stage de 12 semaines minimum et mémoire			Mémoire et soutenance	1				
				Stratégie de ressources documentaires		5	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.

Hormis l'UE de stage, pour laquelle il n'y a pas de session 2, tous les éléments peuvent être présentés en session 1 et, le cas échéant, lors d'une session 2, si tant est que l'université partenaire en organise une. La session 2 se déroule obligatoirement dans l'université où les éléments de session 1 n'ont pas été validés, hormis la soutenance d'étude de marché et celle de stage qui peuvent se dérouler à distance, en visio-conférence.

Infographie

C. MILLON

Utilisation de l'informatique pour la communication dans l'entreprise et à l'extérieur (client, fournisseurs, distributeurs...). Réalisation de documents, partage, mise en ligne...

Traitement des données, extraction de données, segmentation, présentation et analyse des résultats.

Les étudiants doivent être capables de proposer et de réaliser des traitements informatiques adaptés aux besoins de l'entreprise.

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.

Bilan de compétences et recherche de stage

M. GUENNEC

Objectifs : Les étudiants trouveront et effectueront leur stage d'une durée minimum de 13 semaines minimum 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.

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.

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 %). Il n'y a pas de session 2

Stratégie de communication à l'international

M. OLHARAN-LAGAN

Objectifs : mise en place d'une stratégie de communication.

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, les outils SEO, l'activité promotionnelle, la mesure et l'analyse du contenu.

Sous la forme d'un exercice en équipe, les étudiants endosseront le rôle de community managers pour apprendre, comprendre et tester les « best practices » du community management.

Le cours se déroulera en anglais.

Traduction et rédaction professionnelles

M. OLHARAN-LAGAN / G. JONÈS - N. ANDRÉ - J. ULBERT / A. JINGAND

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

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. 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, English-language 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 B to B 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-MANCQ

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

N. COMHAIRE

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** en mars 2020 (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

I. E-COMMERCE

- A. Définition du business et du besoin
- B. Catalogue produit
- C. L'expérience client
- D. Tableau de bord et analyse
- E. Promotion et distribution sur le web

II. WEBMARKETING

- A. Définir sa stratégie digitale
- B. Les outils Google
- C. Le SEM (Search Engine Marketing)
- D. Les campagnes emailing
- E. Autres leviers
- F. Mesure et analyse des KPIs

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 étudiant.e.s 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).

Master 2

Calendrier Master 2

Rentrée

M2 RDI : mercredi 31 août à 10h30 salle Duguay Trouin

Début des cours

M2 RDI : jeudi 1^{er} septembre

Dates à retenir

Jeudi 22 septembre, à 8h : rencontre avec les tuteurs des étudiants en contrat de professionnalisation et en contrat d'apprentissage. Les alternants concernés pourront être présents.

Vendredi 13 janvier à 18h : remise des diplômes licence pro ACIET, licence LEA, Master 2 RDI. Tables rondes l'après-midi. Repas le soir

Semaine du 1^{er} mai : conférences en langues étrangères

1^{er} et 2 juin : challenge inter-écoles BSF Interschool Challenge dans le cadre de la convention avec le comité breton des Conseillers au commerce extérieur de la France

Semestre 1

Date limite signature contrat de professionnalisation ou d'apprentissage : 1^{er} septembre

Cours du 1^{er} au 30 septembre

Cours du 31 octobre au 4 novembre

Cours du 28 novembre au 2 décembre

Examens du 3 au 6 janvier

Date limite de remise du dossier d'études de marché : mardi 3 janvier

Délibérations : jeudi 26 janvier

Publication des résultats : vendredi 27 janvier

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

Semestre 2

Cours du 9 au 14 janvier

Cours du 6 au 10 février

Cours du 6 au 10 mars

Cours du 3 au 7 avril

Cours du 2 au 5 mai (semaine de conférences internationales)

Examens du 30 au 31 mai

Soutenance de projet : mardi 30 mai

Délibérations partie théorique : jeudi 15 juin

Publication des résultats : jeudi 15 juin

Remise des mémoires d'alternance : mardi 13 juin avant 12h, en 3 exemplaires papier + dépôt sur l'ENT avec le livret de l'alternant signé

Soutenance d'alternance : 3 et 4 juillet (*a priori* le 4 juillet uniquement)

Session 2

Session 2 pour les épreuves théoriques : du 26 au 30 juin

Délibérations : vendredi 7 juillet *Délibérations : vendredi 8 juillet (sous réserve de confirmation)*

Modalités de contrôle des connaissances semestre 9

ECTS	COEFF UE	Type UE	Intitulé UE	Code matière	Intitulé Matières	Nombre d'heures		MCC	Coef	MCC	Coef	
						CM	TD	SESSION 1		SESSION 2		
5	3,5	Théorique	Informatique INF2330U	WEB2301T	Conception et gestion de sites web		15,00	CC	1,5	Écrit 2h	1,5	
				BDD2301T	Progiciels de gestion intégrés		20,00	CC	2	Écrit 2h	2	
5	3	Théorique	Veille, stratégie et droit commercial international VCI2301U	VTS2302T	Veille technologique et stratégique	12,00		CT 2h	1	Écrit 2h	1	
				DCI2303T	Droit commercial international	24,00		CT 2h	2	Écrit 2h	2	
5	3	Théorique	Finances et fiscalité internationale FFI2301U	TFI2301T	Techniques financières internationales	12,00		CT 4h	3	Écrit 4h	3	
				TED2301T	Techniques douanières	12,00						
				GAR2301T	Gestion et assurance des risques	9,00						
5	3	Théorique	Management international MAN2301U	GPR2101T	Gestion de projet et des RH	16,00		CT 3h	3	Écrit 3h	3	
				MBB2301T	Marketing B to B	8,00	4,00					
				DEC2302T	Prospection digitale		10,00					
5	3,5	Théorique	Négociation commerciale trilingue anglais/espagnol NCE2301U	TEV2301T	Technique de vente		16,00	CC	1,50	Oral	1,50	
				NCA2302T	Négociation commerciale anglais		12,00	CC	1	Oral	1	
				NCE2301T	Négociation commerciale espagnol		12,00	CC	1	Oral	1	
			ou	Négociation commerciale trilingue anglais/allemand NCA2301U	TEV2301T	Technique de vente		16,00	CC	1,50	Oral	1,50
					NCA2302T	Négociation commerciale anglais		12,00	CC	1	Oral	1
					NAN2301T	Négociation commerciale allemand		12,00	CC	1	Oral	1
5	3	Théorique	Entrepreneuriat	???	Entrepreneuriat		10,00	CC	1	Écrit 2h	1	
				???	Droit des sociétés	7,00	5,00	CC	1	Écrit 2h	1	
				???	Responsabilité sociétale des organisations sur leur territoire	10,00		CC	1	Écrit 2h	1	
				???	Dossier d'étude commerciale	8,00		dossier	2	Dossier	2	
		Pratique	Stage		Stage en entreprise en 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

ECTS	COEFF UE	Type UE	Intitulé UE	Code matière	Intitulé Matières	Nombre d'heures		MCC	Coef	MCC	Coef	
						CM	TD	SESSION 1		SESSION 2		
			Conférences CON2401U	CON2401T	Cycle de conférences en langues étrangères	24,00		évalué avec le mémoire				
				CON2402T	Conférences	20,00						
				VAS2401T	Valorisation stage		6,00					
5	6	Théorique	Approche interculturelle des marchés anglais/espagnol AMG2401U	ZBR2401T	Zone britannique	8,00		CC	1	Écrit 2h	1	
				ZNA2402T	Zone nord-américaine	16,00		ET 2h	2	Écrit 2h	2	
					Zone Asie	8,00		ET 1h	1	Écrit 1h	1	
				ZIB2401T	Zone ibérique	8,00		CC	1	Écrit 2h	1	
				ZLA2402T	Zone latino-américaine	8,00		ET 2h	1	Écrit 2h	1	
				OU								
			Approche interculturelle des marchés anglais/allemand AMA2401U	ZBR2401T	Zone britannique	8,00		CC	1	Écrit 2h	1	
				ZNA2402T	Zone nord-américaine	16,00		ET 2h	2	Écrit 2h	2	
				???	Zone Asie	8,00		ET 1h	1	Écrit 1h	1	
				ZGE2401T	Zone germanophone	16,00		ET 2h	2	Écrit 2h	2	
5	8	Théorique	Gestion d'entreprise internationale GEI2401U	JEA2401T	Jeu d'entreprise en anglais	8,00	28,00	CC	3	dossier	3	
				DEC2401T	Dossier d'étude commerciale		8,00	Oral	3	soutenance	3	
				???	Achats internationaux	8,00		ET 2h	2	Écrit 2h	2	
				???	Supply Chain	8,00						
20	20	Pratique	STAGE STA2401U	SEA2401T	Alternance donnant lieu à la rédaction d'un mémoire et à une soutenance			Mémoire + 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>A. COLOMB</i>
I La veille dans les PME	<ol style="list-style-type: none">1. Quelques notions sur l'entreprise et les défis à relever2. Qu'est-ce que l'intelligence économique ?3. L'IE dans les PME : chiffres clés
II Les finalités de la veille	<ol style="list-style-type: none">1. Entreprendre2. Innover3. S'internationaliser
III La méthodologie de veille	<ol style="list-style-type: none">1. Types d'informations2. Types de veilles3. Les rôles dans l'entreprise4. Les outils
IV Les pratiques à l'international	<ol style="list-style-type: none">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 cadrer 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

K. WATSON – 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 : 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.

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

K. WATSON

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

P-H. PERROT

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
- Evaluation 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

???. GAUDIN

Objectif :

Moyens d'évaluation :

Alternance en entreprise

M. GUENNEC

À l'issue de son alternance, l'étudiant e doit rédiger un mémoire de cinquante pages hors annexes, dans lequel il elle 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. **Il n'y a pas de session 2.**