



# Programme

## Master 2

Commerce International en alternance

Faculté des Langues et cultures étrangères

## Semestre 1

UNITES D'ENSEIGNEMENT / Matières	EC TS coe f	NOMBRE D'HEURES	
		CM	TD
<b>Semestre 1</b>			
<b>Anglais</b>	<b>3</b>		
Anglais – langue de spécialité	2	14	8
<b>LV2</b>	<b>7</b>		
LV2 – civilisation contemporaine	1,5	10	8
LV2 – langue de spécialité	2	20	8
<b>Environnement économique et juridique</b>	<b>9</b>		
Techniques du commerce international	1,5	16	
Serious game en marketing opérationnel à l'international	1,5	18	
Droit du commerce international	1,5	18	
Environnement économique international	1	10	
Entrepreneuriat	1	15	
Communication et Marketing digital	2	24	
<b>Séminaires et projets</b>	<b>1</b>		
Accompagnement projet	2		10
Séminaires professionnels CI	0	10	
<b>Alternance en M2 LEA - Parcours CI</b>	<b>10</b>		
Suivi de l'alternance	2		
<b>Total CM et TD</b>		<b>155</b>	<b>34</b>
<b>Total semestre 1</b>	<b>30</b>	<b>189</b>	

30 crédits ECTS

## Semestre 2

UNITES D'ENSEIGNEMENT / Matières	ECTS coef	NOMBRE D'HEURES	
		CM	TD
<b>Semestre 2</b>			
<b>Anglais</b>	<b>5</b>		
Anglais - langue en situation professionnelle	1		12
Anglais - civilisation contemporaine	1,5	10	8
Anglais - langue de spécialité	0,5	6	
<b>LV2</b>	<b>1</b>		
LV2 - langue en situation professionnelle	1		12
<b>Environnement économique et juridique</b>	<b>9</b>		
Gestion d'appels d'offres internationaux	1	12	
Outils de pilotage de la performance	2	21	
Politique et stratégie des achats	1	15	
Logistique SCM	2	20	
Pratiques managériales et législation sociale	1,5	18	
Techniques de paiement et de finance internationale	1,5	18	
<b>Séminaires et projets</b>	<b>1</b>		
Accompagnement projet	2		90
Séminaires professionnels CI	0	20	
<b>Alternance en M2 LEA - Parcours CI</b>	<b>14</b>		
Suivi de l'alternance	2		
<b>Total CM et TD</b>		<b>140</b>	<b>128</b>
<b>Total semestre 2</b>	<b>30</b>	<b>268</b>	

30 crédits ECTS

# Semestre 1

## Anglais - HAA9A1

HAA9A11 Anglais – langue de spécialité

**Evaluation** : Contrôle continu

## LV2 - HAX9C5

HA...9C44 LV2 - civilisation contemporaine

HA...9C45 LV2 - langue de spécialité

**Evaluation** : Contrôle continu

# Techniques du commerce international

## HAX9A21

### Course overview

This course presents the dynamics of economic globalization, the main analytical tools for studying foreign markets and strategy options to develop international trade operations. It uses a triangular analytical framework, *environment – strategy – organization*, for understanding the many interactions business people have to manage. In conclusion, a specific method - mobilizing most of the concepts and tools presented in class - is proposed to allow the assessment of a company's market potential in the global economy.

### Course material

Booklet and case studies

### Course prerequisites

Basic notions in strategy and marketing

### Grading system

Continuous assessment

Teamwork: file or case to prepare

### Outline

Introduction: A triangular framework

Chap. 1: Market globalization

Chap. 2: Strategy preparation

Chap. 3: Strategic options

Chap. 4: Strategic implementation

Conclusion: Evaluating a company's market potential

Case studies: « Trophy Radiology », « Montblanc », « Ikea », « Parker Pen », « Audi », « Easybike »

# Serious game en marketing opérationnel à l'international

## HAX9A22

### Pré-requis

Notions de comptabilité, de gestion, de marketing. Maîtrise de l'anglais

### Objectifs pédagogiques

Aborder transversalement dans le cadre d'un projet collectif (marketing, vente, gestion) la démarche export.

### Plan

- Acquisition d'une entreprise (offre de rachat à partir d'une évaluation comptable)
- Elaboration d'un marketing mix à l'export à partir d'une analyse comparative des marchés US, Japonais et Anglais
- Réalisation d'une offre de prix à l'export à partir d'une analyse des charges et des incoterms
- Simulation d'un entretien de vente auprès d'un client américain
- Réalisation d'une campagne de communication (support affiche et vidéo) sur un marché étranger

**Evaluation** : Contrôle continu

# Droit du commerce international HAX9A23

## Objectif

Acquisition des connaissances en droit des contrats

## Contenu

- Rappel de la notion de contrat en droit français et des clauses habituelles dans les contrats d'affaires
- Développement de la notion de contrat international puis celle du droit applicable
- Le contrat de vente international et sur la CVIM dite Convention de Vienne
- Exemples de négociation et de stratégie juridique pour essayer de proposer le plus souvent la solution optimale: application de la CVIM et du droit français, à titre subsidiaire
- Professions du négoce international sous l'angle de leur réglementation: le courtier, le commissionnaire et l'agent commercial

**Evaluation** : Contrôle continu

# Environnement économique international

## HAX9A24

### Objectif

Comprendre comment les échanges commerciaux internationaux sont régulés par le droit, par des traités négociés entre Etats et/ou organisations internationales.

### Contenu

Radiographie du méga-accord de libre échange, Accord économique et commercial global (Comprehensive Economic and Trade Agreement : CETA), signé entre l'Union européenne et le Canada, le 30 octobre 2016. De la phase de négociation à son application.

### Structure du cours

- Quelques notions de droit international et de droit du commerce international
- Des négociations à l'entrée en vigueur de l'Accord : aspects politiques, économiques et juridiques
- Les principales dispositions de l'Accord et leur mise en œuvre

**Evaluation** : Contrôle continu

# Entrepreneuriat

## HAX9A25

### Objectifs

Analyser en détail les objectifs, les étapes, les enjeux et les difficultés du développement d'une entreprise à l'international.

### Contenu

Etat de l'art du commerce extérieur de la France

- Ordres de grandeur - secteurs, pays

Etat de l'art de la pratique du commerce international pour les entreprises françaises

- Typologie d'entreprise, motivation initiale, préparation/information,
- Pays de démarrage, stratégie et opportunisme,
- Aspect budgétaire,
- Assistance et organisme d'aide à l'export, rappel des principes de l'assurance prospection

Cycle de vie de l'entreprise à l'international

- Etapes et maturation dans l'internationalisation de l'entreprise
- De l'export... au développement international
- Prise de conscience et intégration des impacts sur l'organisation interne et sur l'activité existante

Les types de stratégies appliquées par les entreprises

- Vente - distribution
- Partenariats
- Implantation
- Partenariat stratégique et co-développement
- Croissance externe
- Problématique du sourcing

## Problématiques spécifiques rencontrées selon la taille d'entreprise et l'activité

- Startup technologiques
- PMI selon les secteurs : IAA, produits et dispositifs médicaux, équipements industriels, consommables techniques, prestations informatiques, éducation
- ETI – stratégie de spécialité et de couverture géographique, impact des fonds d'investissement/build-up,
- Groupes industriels – cycle de vie des filiales à l'étranger

## Focus sur les points clé associés aux stratégies

- Aspect destination – choix des marchés géographiques
- Aspect RH – en France et sur les pays cible implantés, profils et pilotage
- Aspect offre et marketing vers les marchés – ajustement aux marchés et dimensionnement
- Aspect prix et maîtrise de la chaîne des marges, maîtrise du positionnement
- Aspect distribution - retail et BtoB – pull/push
- Aspects industriels – flexibilité et capacité
- Aspects financiers – cout d'accès aux marchés, impact trésorerie et financement du projet

## Conséquences pour appréhender l'analyse de marché pour l'international

- L'étude de marché : est-ce que ça existe vraiment et comment ?
- Quid d'un mythe : évaluer un potentiel de marché
- Type d'investigations technique réalisées : qualifier clients, prescripteurs, partenariats, concurrence
- Décider en état de sous information et construire le business plan

## Etude de cas :

Contenu : présentation du cas d'une entreprise à choisir parmi 4 ou 5 profils proposés, avec une note succincte de direction faisant état des objectifs globaux, de paramètres d'activité (catalogue produit, site internet), et de situation déjà acquise à l'export

Enjeu : réalisation d'un power point (15 pages max) + pitch présentant à la direction de l'entreprise une définition des axes de développement et un plan des actions clé pour démarrer / renforcer le développement export/international

**Evaluation** : Contrôle continu

# Communication et marketing digital

## HAX9A26

### **Objectif**

Ce projet sera la suite du projet M1 consistant à mettre en place un site web

### **Forme**

Mix Cours + coaching projet

### **Contenu**

Les étudiants s'exerceraient dans la mise en place du marketing sur internet (créer un site, apprendre à gérer les ventes, mettre en place la communication...).

Après l'introduction des concepts: SEO / SEA / Social Media / Analytics / Inbound Marketing / Growth Hacking / Emailing / Brand Content / E-réputation, les étudiants les pratiqueraient.

**Evaluation** : Contrôle continu

# Projet

## HAX9A31

### **Objectif**

Travailler en groupe d'étudiants sur un projet lié à l'entreprise ou d'utilité publique, favorisant la cohésion, le collectif, l'ouverture, le partage et la mise en place des compétences de chacun pour atteindre un objectif à long terme.

Le travail sur un projet nécessitera :

- Etablir un cahier des charges
- Etablir un planning
- Repartir les missions
- Mettre en place une démarche professionnelle
- Régularité
- Partage de l'information
- Méthodologie
- Anticipation

Ce module prévoit également les entretiens individuels, la préparation au jurys finaux et les interventions d'experts et de professionnels, le travail sur le mémoire de fin d'année.

**Evaluation** : Contrôle continu

# Séminaires professionnels CI

## HAX9A32

### **Objectif**

Conférences, rencontres, ateliers, retours d'expérience avec des professionnels, représentants des institutions, entrepreneurs sur les thèmes liés au commerce et à ses métiers, sur l'actualité ainsi que sur des problématiques par lesquelles les entreprises et leurs collaborateurs sont concernés aujourd'hui. Ces échanges ont pour l'objectif de favoriser l'ouverture d'esprit et la réflexion ainsi que l'acquisition des connaissances.

**Evaluation** : Pas d'évaluation

# Semestre 2

## Anglais

### HAX0A1

HAX0A11 Anglais - langue en situation professionnelle

HAX0A12 Anglais - civilisation contemporaine

HAX0A13 Anglais – langue de spécialité

**Evaluation** : Contrôle continu

## LV2

### HAX0C5

HA...0C51 LV2 - langue en situation professionnelle

**Evaluation** : Contrôle continu

# Gestion d'appels d'offres internationaux

## HAX0A21

### Objectif

Analyser la théorie et les techniques des appels d'offres ainsi que les cas pratiques

### Contenu

- Partie bancaire (conditions, garanties de marché, pays concernés, particularités directes et indirectes)
- Partie commerciale (définitions, techniques, approches, difficultés, étapes, comment maximiser les chances de réussite)

**Evaluation** : Contrôle continu

# Outils de pilotage de la performance

## HAX0A22

### **Forme**

Simulation de gestion

### **Objectif**

La simulation de gestion est un support de formation en ligne pour apprendre à se poser les bonnes questions, hiérarchiser les problèmes et bien les formuler avant de les résoudre. Elle permet aux étudiants d'avoir des missions pour objectifs leur permettant de gérer une entreprise pendant deux ans. Ce serious game est un environnement réaliste permettant aux étudiants de prendre la place de décideurs de l'entreprise (pour chaque grande fonction de l'entreprise). Ils détermineront leur stratégie et proposeront des actions pour la réaliser.

Les étudiants réfléchiront pour élaborer leur stratégie dans un univers concurrentiel et de choix des moyens à mettre en œuvre. Cette phase constitue la phase de prise de décisions. Ils analyseront les résultats obtenus auprès de différents partenaires économiques : la banque, l'expert-comptable, les services internes, les études de marché, les études concurrentielles ou les fournisseurs.

C'est une occasion d'acquérir des compétences autrement car le business game est conçu pour être un catalyseur d'acquisition des savoirs, un accélérateur d'apprentissage d'expériences et la construction de processus décisionnels. Les problèmes sont contextualisés et transversaux selon une approche ludique.

**Evaluation** : Contrôle continu

# Politique et stratégie des achats

## HAX0A23

### Objectif

Découvrir et appréhender les outils de mise en place de stratégies au sein des grands groupes industriels et de la fonction achats. Comprendre l'importance des méthodes à mettre en oeuvre. Savoir organiser, piloter et suivre une Politique et une stratégie achats.

### Résumé du cours

A partir de la norme AFNOR FDX-50-128, de la Politique et de la Stratégie Achats, comprendre et mettre en place une politique et une stratégie de développement Total Cost Ownership (TCO)

### Plan

- La Politique et la Stratégie
- Les besoins – les prescripteurs
- La norme AFNOR FDX-50-128
- La place des achats dans l'entreprise
- Le Marketing Achats
- La Stratégie verte

**Evaluation** : Contrôle continu

# Logistique SCM

## HAX0A24

### Objectif

- Apprendre les règles de base de la gestion d'un transport de marchandises (routier, maritime et aérien).
- Se perfectionner dans la gestion globale d'une Supply Chain.
- Apprendre les techniques d'optimisation des flux, des coûts opérationnels et des stocks sur l'ensemble d'une Supply Chain (des fournisseurs jusqu'aux clients).
- Développer sa capacité à travailler en équipe et à collaborer efficacement.

### Contenu

- Gestion des transports – organisation, documentation, tarification, enjeux (maritime, aérien)
- La douane – présentation, régimes douaniers, liquidation, documentation
- TFC\* : Round 4 / rappels concepts SCM
- TFC\* : Round 5 / gestion d'entrepôt
- TFC\* : Round 6 / externalisation logistique
- TFC\* : Round 6 / Synthèse

\*TFC = The Fresh Connection est un serious game reconnu mondialement comme l'un des meilleurs en optimisation de la Supply Chain. Les étudiants prennent les rôles de Directeur des Achats, Directeur Supply Chain, Directeur des Ventes et Directeur Industriel et doivent rétablir la santé financière d'une entreprise productrice de jus de fruits frais en prenant collégalement les bonnes décisions.

### Méthode(s) pédagogique(s)

Cours et jeu/simulation. Exercices pratiques (transport)

**Evaluation** : Contrôle continu

# Pratiques managériales et législation sociale

## HAX0A25

### Objectifs

Ce cours doit permettre aux alternants d'appréhender la complexité et l'importance du management dans le cadre de leur future carrière. Comment analyser et gérer la dimension humaine d'une organisation ? Pour commencer à répondre à cette question et débiter une réflexion autour de la dimension managériale qui incombe à tout poste à responsabilité, ce cours ira puiser dans la théorie managériale, le contexte législatif actuel et les expériences professionnelles de chaque alternant.

### Compétences disciplinaires

- Réaliser un diagnostic managérial
- Mobiliser des théories managériales pour analyser une situation organisationnelle
- Être force de proposition pour résoudre des problèmes ou améliorer le management en place
- Comprendre et mobiliser des outils du mix RH
- Anticiper et gérer le changement et ses conséquences
- Manager une équipe

### Compétences générales

- Prendre du recul dans le contexte professionnel
- Analyser des situations professionnelles
- Développer son sens de l'analyse
- Être force de proposition
- Développer une argumentation avec esprit critique

### Contenu

- En quoi les théories des organisations aident-elle à comprendre son organisation ?
- Le changement et ses conséquences dans les organisations : comment les comprendre et les gérer ?
- Quels sont les outils du management des RH ?
- Comment gérer une équipe ?

**Evaluation** : Contrôle continu

# Techniques de paiement et de finance internationale

## HAX0A26

### Objectifs

Analyser et apprendre les différentes techniques de paiement à l'international. Appréhender le fonctionnement et les enjeux des marchés financiers, leur impact sur les entreprises.

### Contenu

Techniques de paiement :

- Définitions, types, spécificités, usages, difficultés, cas pratiques pour chaque technique.
- Le choix de la devise
- L'incoterm le plus adapté
- La réception d'un acompte
- Les délais de paiement
- La conformité de l'opération
- La sécurisation du règlement
- Les moyens de paiement à l'International
- Garantir le bon déroulement de l'opération

Finance internationale :

- Présentation des marchés financiers. La réalité de la finance qui impacte les entreprises (p ex : les taux, les différentes fluctuations) et les enjeux.
- Le marché des changes
- Le marché des taux d'intérêts
- Le marché des capitaux de long terme
- Le marché des produits dérivés
- Les interactions entre les marchés
- Cas pratiques - Quiz - dossiers d'actualité

**Evaluation** : Contrôle continu

# Projet

## HAX0A31

### **Objectif**

Travailler en groupe d'étudiants sur un projet lié à l'entreprise ou d'utilité publique, favorisant la cohésion, le collectif, l'ouverture, le partage et la mise en place des compétences de chacun pour atteindre un objectif à long terme.

Le travail sur un projet nécessitera :

- Etablir un cahier des charges
- Etablir un planning
- Repartir les missions
- Mettre en place une démarche professionnelle
- Régularité
- Partage de l'information
- Méthodologie
- Anticipation

Ce module prévoit également les entretiens individuels, la préparation au jurys finaux et les interventions d'experts et de professionnels, le travail sur le mémoire de fin d'année.

**Evaluation** : Contrôle continu

# Séminaires professionnels CI

## HAX0A32

### **Objectif**

Conférences, rencontres, ateliers, retours d'expérience avec des professionnels, représentants des institutions, entrepreneurs sur les thèmes liés au commerce et à ses métiers, sur l'actualité ainsi que sur des problématiques par lesquelles les entreprises et leurs collaborateurs sont concernés aujourd'hui. Ces échanges ont pour l'objectif de favoriser l'ouverture d'esprit et la réflexion ainsi que l'acquisition des connaissances.

**Evaluation** : Pas d'évaluation

### **Coordination pédagogique**

Agnieszka Suska

agnieszka.suska@univ-nantes.fr

Faculté des Langues et Cultures Etrangères (FLCE)

Chemin de la Censive du Tertre

44 312 Nantes

Bureau 736

### **Coordination administrative**

Emmanuelle Marinier

emmanuelle.marinier@univ-nantes.fr

Tél. : 02.53.52.28.93

Service Formation Continue LLSHS – Campus Tertre

Chemin de la Censive du Tertre

Bâtiment A1, bureau 73

BP 81227

44 312 Nantes cedex 3

### **Secrétariat du Master**

Véronique Guitton

secretariat.masterlea@univ-nantes.fr

Tél. : 02.40.14.11.48

Faculté des Langues et Cultures Etrangères (FLCE)

Chemin de la Censive du Tertre

44 312 Nantes

Bureau 628

**IN**

**U**