

Master | Contrat d'apprentissage |  
RNCP 35915

# Master Management et Commerce International (M\_MCI)

## PRÉSENTATION

### ► Présentation de la formation

Cette formation est fondée sur une conviction : pour exercer leur activité professionnelle de façon efficace et atteindre les postes de responsabilité managériale auxquels ils aspirent au niveau international, les étudiants doivent impérativement maîtriser un certain nombre de concepts fondamentaux et d'outils intellectuels et techniques qui correspondent à autant de compétences, en termes de savoir-faire évidemment mais aussi de savoir être. Ils doivent également être en mesure d'appréhender parfaitement toutes les dimensions de l'environnement - culturel, humain, juridique, institutionnel et technologique - par l'acquisition d'une solide culture générale et la capacité à maîtriser toutes les techniques disponibles. Tout cela est possible grâce au temps de travail utilement partagé entre l'Université et l'entreprise.

### ► Objectifs de la formation

- Doter les étudiants-apprentis d'une compréhension fine du cadre et des mécanismes de fonctionnement du commerce mondial par l'étude approfondie de ses dimensions stratégique, financière et monétaire, commerciale et marketing, juridique, humaine, sans négliger les aspects interculturels ;
- Assurer une connaissance pointue des techniques de financement, de trésorerie-change, de négociation commerciale ainsi que de mise en marché des produits conjuguant les aspects marketing, douanier et logistique ;
- Apporter une parfaite maîtrise des outils liés aux systèmes d'information en y incorporant des apports aujourd'hui essentiels, tels que les aspects juridiques de l'informatique et ceux relatifs aux nouveaux enjeux du commerce virtuel ;
- Faire prendre conscience que, dans le cadre de la mondialisation, les thèmes de la sûreté et de la sécurisation du commerce mondial comme celui de la fraude économique ou de la "conformité" restent des préoccupations de première importance.

### ► Métiers visés

Sont principalement visés les secteurs industriels et commerciaux, les institutions financières :

- Responsables des affaires internationales ;

- Marketing manager, marketing bancaire ;
- Responsable import/export, responsable SCM (Supply Chain Management) ;
- Ingénieur d'affaires, responsable chaîne commerciale internationale ;
- Acheteur/Chef de projet à l'international ;
- Chargé de CRM ;
- Analyste pays ;
- Consultant, auditeur interne et externe.

### ► Rythme d'alternance

#### Première Année

- Cours : 2 jours (jeudi et vendredi) d'octobre à janvier et de février à mai avec 2 fois 1 semaine intensive de cours (en septembre et janvier) ;
- Entreprise : 3 jours (lundi, mardi et mercredi) en période d'alternance (27 semaines) et à temps plein les autres semaines (hors les semaines d'examens).

#### Seconde Année

- Cours 2 jours (lundi et mardi) de septembre à juin avec 2 fois 1 semaine intensive de cours (en septembre et janvier) ;
- Entreprise : 3 jours (mercredi, jeudi et vendredi) en période d'alternance (34 semaines) et à temps plein les autres semaines (hors les semaines de voyage d'études, révision et examens).

### ► Dates de la formation et volume horaire

1 ère année : 09/09/2024 > 16/09/2026 (460 heures)

2 ème année : 09/09/2024 > 30/09/2025 (490 heures)

Durée : 2 ans

Nombre d'heures : 950h

## ADMISSION

### ► Conditions d'admission

#### Pré-requis :

Diplôme de Licence (ou équivalence) de préférence en sciences économiques. Les doubles diplômes (double licence, CMI, DU,... ) sont appréciés.

Les dossiers sont évalués non seulement à partir des résultats académiques mais également en tenant compte de la cohérence entre les formations préalablement suivies et le projet professionnel présenté.

#### Année 1 :

Ce master est ouvert :

- aux candidats titulaires d'une Licence, obtenue notamment dans l'une des disciplines suivantes : Sciences Économiques, Sciences de Gestion, AES-AGE, LEA ;
- aux candidats titulaires d'un diplôme de niveau au moins équivalent : Ecoles de commerce, Ecoles d'ingénieur ou Instituts d'Études Politiques notamment.

### Année 2 :

Un accès direct en master 2 est également possible :

- pour les candidats titulaires d'un Master 1 obtenu notamment dans l'une des disciplines suivantes : Sciences Économiques, Sciences de Gestion, LEA ;
- pour les candidats titulaires d'un diplôme de niveau au moins équivalent : Écoles de commerce, Écoles d'ingénieur ou Instituts d'Études Politiques notamment.

## ► Modalités de candidature

---

Admissibilité sur dossier, admission après entretien-concours.

La sélection s'effectue en deux étapes successives :

- étude des dossiers de candidature, dont en particulier une lettre de motivation personnelle permettant d'apprécier la cohérence du projet professionnel avec les formations suivies et celle envisagée ;
- entretien de motivation et d'évaluation de l'anglais devant un jury constitué d'universitaires et de professionnels.

L'appréciation est, à chaque stade de la sélection, globale et multicritères.

Parmi les éléments pris en considération peuvent être cités :

- les résultats et mentions obtenus dans le (ou les) cursus précédent(s) ;
- la connaissance d'une langue étrangère autre que le français et l'anglais, dont la maîtrise est quant à elle, indispensable ;
- une première expérience professionnelle ou une promesse de contrat d'apprentissage ;
- un projet professionnel mentionnant la cohérence du parcours suivi, quelle que soit la nature de celui-ci.

## CONTACTS

---

### ► Vos référents FORMASUP PARIS IDF

---

**Soumia EL MALLOULI**

contact@formasup-paris.com

**Héloïse AVERLAN**

Pour les publics en situation de handicap : consultez nos pages dédiées Apprenants et Entreprises.



## PROGRAMME

---

### ► Code RNCP 35915

---

### ► Direction et équipe pédagogique

---

Direction de la formation

- Pr. Claudine Desrieux (Université Paris Panthéon-Assas),
- Pr. Bertrand Crettez (Université Paris Panthéon-Assas)

Equipe pédagogique composée de professionnels, enseignants et chercheurs dans les domaines de l'Économie, du Droit et de la Gestion)

### ► Contenus des enseignements

---

Les étudiants-apprentis doivent, à l'issue de la formation, avoir acquis les concepts fondamentaux et les outils intellectuels et techniques leur permettant d'exercer leur activité professionnelle.

D'une part, ils doivent être capables de développer une pensée analytique riche et efficace, fondée sur les enseignements théoriques proposés dans le master ; cette capacité étant évaluée tout au long de l'année au travers de présentations et écrits nombreux qui leurs sont demandés dans toutes les matières théoriques et également grâce à l'exigeant travail final de mémoire (en seconde année), qui permet de vérifier que ces qualités essentielles sont effectives pour eux. Les délais imposés permettent de mesurer leur rapidité de travail et leur vivacité intellectuelle.

D'autre part, leur expérience en entreprise doit leur permettre, en regard des cours de nature plus technique qui leur sont dispensés, de mettre en oeuvre concrètement leurs acquis. A cette fin, les informations régulières des maîtres d'apprentissage et leurs évaluations peuvent être prises en compte.

Enfin, le grand oral terminal permet de juger de l'aptitude des étudiants-apprentis à s'insérer rapidement et avec efficacité dans leur vie professionnelle.

	Volume horaire session -1 année 1 ▼	Volume horaire session -1 année 2 ▼
<b>Programme détaillé de la formation</b>		
Unité d'enseignement fondamental 1	108h	
Unité d'enseignement complémentaire 1	128h	
Unité d'enseignement fondamental 2	72h	
Unité d'enseignement complémentaire 2	132h	
Unité d'enseignement de base	10h	100h
Unité d'enseignement d'approfondissement		96h
Unité d'enseignement de langue de spécialité		30h
Unité d'enseignement de la vie professionnelle		126h
Séminaires obligatoires de professionnalisation et mémoire de recherche		118h
Tutorat de l'enseignement par alternance	10h	
séjour d'études (conduite de projets)		20h

## ► Modalités pédagogiques

Modalités en M1 :

- cours magistraux ;
- cours-TD ;

- travaux dirigés ;
- ateliers de professionnalisation ;
- tutorat.

Modalités en M2 :

- séminaires ;
- séminaire MEDO ;
- conduite de projets ;
- séminaire d'expérience professionnelle ;
- conférences ;
- voyage d'étude ;
- études de cas ;
- visites de sites ;
- tutorat.

## ► Contrôle des connaissances

---

- Contrôle continu ;
- Examens terminaux (écrit ou oral) ;
- Rédaction/présentation du rapport de mission en entreprise (M1/M2) ;
- Soutenance du mémoire de recherche (M2).

### Année 1 :

- la première session comporte deux périodes d'examens (janvier et juin) ;
- toutes les matières sont notées individuellement ;
- les UEF donnent lieu à un écrit, un oral ou examen continu selon le choix de l'enseignant
- les UEC font l'objet d'un écrit, un oral ou examen continu selon le choix de l'enseignant
- un rapport de missions en entreprise est à rendre en juin ;
- une session de rattrapage est organisée en juillet ou septembre selon le calendrier de l'Université Paris Panthéon Assas;
- le redoublement est autorisé une seule fois (sauf en apprentissage) ;
- selon les conditions sanitaires, les examens peuvent être organisés à distance.

### Année 2 :

- la première et unique session est organisée en juin ;
- toutes les matières sont notées individuellement ;
- la modalité d'examen des autres matières est déterminée par les enseignants (écrit, oral, contrôle continu) ;
- le rapport de mission en entreprise est à présenter en septembre ;
- le mémoire de recherche est à soutenir en septembre ;
- il n'y a pas de session de rattrapage ;
- le redoublement n'est pas possible sauf délibération spéciale du jury de fin d'année ;
- selon les conditions sanitaires, les examens peuvent être organisés à distance.

## ► Diplôme délivré

---

Diplôme de grade Master. Domaine Droit, économie, gestion ; Mention Management et commerce international ; Parcours Management et commerce international.

Diplôme national de niveau 7 du Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, délivré par l'Université Paris 2 Panthéon-Assas.

## COMPÉTENCES

---

L'acquisition des compétences suivantes ouvre à de nombreuses activités professionnelles à responsabilité :

- Capacité de développer une pensée analytique riche et efficace grâce à une bonne maîtrise des fondements théoriques ;
- Curiosité intellectuelle, esprit critique et capacité de synthèse ;
- Sens de l'organisation, rigueur et respect des échéances dans un contexte contraint ;
- Maîtrise technique, pragmatisme et réalisme, acquis en particulier en étant confrontés au monde de l'entreprise.

## ► Activités

---

- Compréhension fine du cadre et des mécanismes de fonctionnement du commerce mondial ;
- Etudes de marché et de produits (dimensions qualitatives et quantitatives) ;
- Gestion financière ;
- Analyse des risques.

### Année 1 :

- Compréhension fine du cadre et des mécanismes de fonctionnement du commerce mondial ;
- Etudes de marché et de produits (dimensions qualitatives et quantitatives) ;
- Gestion financière ;
- Analyse des risques.

### Année 2 :

- Stratégies marketing et commerciales ;
- Management International;
- Prise de décision en univers incertain ;
- Politiques et droit de la concurrence ;
- Douane et logistique ;
- Etude de cas
- Système d'information.

► Développement et intégration de savoirs hautement spécialisés

---

- Résoudre des problèmes pour développer de nouveaux savoirs et de nouvelles procédures. Intégrer les savoirs de différents domaines.
- Apporter des contributions novatrices dans des contextes internationaux.
- Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques et la complexité d'une demande ou d'une situation.

► Conception et pilotage de solutions de gestion de l'internationalisation

---

- Elaborer et mettre en place les procédures de gestion des activités internationales.
- Planifier un projet en logistique et transport.

► Réflexion et élaboration de la stratégie d'internationalisation

---

- Participer à la réflexion stratégique en matière d'arbitrage sur les modalités d'implantation en terme de structure, de ressources et de process.
- Participer à la réflexion stratégique en matière de marketing international.

► Mesure et contrôle des outils et méthodes de gestion de l'internationalisation

---

- Réaliser des diagnostics internes.
- Analyser l'organisation et les actions en place. Proposer des solutions destinées à améliorer la croissance et la performance.
- Elaborer et suivre les indicateurs de l'organisation en tenant compte des spécificités de différents pays.



## ► Règles, Normes et Qualité de l'internationalisation

---

- Appréhender le cadre institutionnel, économique, légal et social dans différents contextes organisationnels. Accompagner le développement dans ces contextes.
- Respecter les principes de déontologie. Mettre en place et suivre des démarches "conformes".
- Proposer des solutions adaptées et innovantes en respect de la réglementation. Gérer les relations avec les fournisseurs, les clients ou les entreprises partenaires tenant compte de la double nécessité d'harmoniser et d'optimiser les pratiques dans des contextes nationaux différents.

## ► Culture managériale et organisationnelle

---

- Conseiller et négocier avec ses équipes et ses partenaires d'affaires.
- Intégrer des dimensions interculturelles dans le pilotage et la gestion humaine des projets.
- Manager des équipes multiculturelles.