

Master | Contrat d'apprentissage |
RNCP 39263

Master Langues Etrangères Appliquées - Parcours Gestion et Commerce International (M_GCI)

PRÉSENTATION

► Présentation de la formation

La formation a pour objectif de former des professionnels associant des connaissances linguistiques et culturelles de haut niveau et les compétences nécessaires au commerce international ou aux échanges internationaux de façon générale. Les étudiants y acquerront un certain nombre de concepts fondamentaux et d'outils intellectuels et techniques correspondant à autant de compétences, en termes de savoir, de savoir-faire et de savoir-être.

Ils acquerront une maîtrise achevée des outils linguistiques, en français et en deux autres langues. Ils seront également capables d'appréhender parfaitement toutes les dimensions de l'environnement culturel, humain, juridique, institutionnel et technologique par l'acquisition d'une solide culture générale ainsi que par la maîtrise approfondie des techniques disponibles et des "cultures d'entreprises".

► Objectifs de la formation

- Comprendre le cadre et les mécanismes de fonctionnement du commerce par l'étude approfondie de ses dimensions stratégique, financière, commerciale et marketing, juridique, humaine, sans négliger les aspects interculturels
- Étudier le marché et le produits (dimensions qualitatives et quantitatives)
- Apprendre les stratégies marketing et commerciales
- Savoir faire des négociations commerciales

► Métiers visés

- Coordinateur international
- Consultant en développement et en coopération internationale
- Négociateur en affaires internationales
- Ingénieur d'affaires à l'international
- Chargée de mission import-export
- Manager de la distribution internationale
- Concepteur de produits touristiques
- Responsable de programmation touristique

- Responsable qualité et service relations clientèles
- Responsable management interculturel

► Rythme d'alternance

Cours à l'université le lundi et le mardi pendant 26 semaines/an. Le reste du temps en entreprise.

► Dates de la formation et volume horaire

1 ère année : 02/09/2024 > 01/09/2026 (404 heures)
2 ème année : 02/09/2024 > 01/09/2025 (406 heures)
Durée : 2 ans
Nombre d'heures : 810h

UNIVERSITE/ECOLE

► Adresse administrative Composante

Sorbonne Université

1, rue Victor Cousin

75005 - PARIS



Journées Portes ouvertes

Le 11/03/2024



ADMISSION

► Conditions d'admission

Pré-requis :

La formation exige de la part des étudiantes et des étudiants un niveau élevé en termes de culture générale et de compétences rédactionnelles, un investissement total dans le travail lié au cursus et une grande capacité d'adaptation. Il est indispensable pour postuler à ce Master d'avoir mûri un projet professionnel orienté vers les métiers liés au commerce international.

Année 1 :

Etre titulaire d'une licence ou d'un diplôme étranger équivalent (dans ce dernier cas, il est indispensable de s'occuper de la procédure de validation des diplômes étrangers).

Elements attestant d'un niveau C1 ou C2 dans 3 langues dont le français. Si l'anglais ne figure pas parmi les 3 langues choisies par l'étudiante ou l'étudiant pour son cursus de Master, une attestation témoignant d'une connaissance approfondie de l'anglais est requise.

Expériences en entreprise ou en association recommandées.

Année 2 :

Avoir validé un M1 dans le domaine de la Gestion et du Commerce international. L'excellence dans les résultats académiques, ainsi que des stages en entreprises sont indispensables pour accéder en MGCI 2.

► Modalités de candidature

Procédure d'admission en 2 étapes : 1) présélection sur dossier ; 2) sélection finale à la suite d'un entretien individuel avec le corps enseignant (se déroulant dans les 2 langues choisies) portant sur les motivations, le parcours et le projet professionnel de la candidate ou du candidat.

Les étudiantes et les étudiants ayant choisi deux langues autres que l'anglais devront prouver leur connaissance approfondie de cette langue (soit à travers un diplôme, soit lors des entretiens de sélection).

Les procédures sont indiquées sur le site de l'université, dans la rubrique « Nos Formations ... Comment s'inscrire ? » (généralement début mars). Les dates de clôture des inscriptions (généralement mi-avril) sont fermes.

CONTACTS

► Vos référents FORMASUP PARIS IDF

Vanessa MASSENGO-KEKOLO

contact@formasup-paris.com

Corinne MAIN

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



► Vos contacts « École/Université »

Secrétariat du Master

lettres-lea-master@sorbonne-universite.fr

PROGRAMME

► Code RNCP 34101

► Direction et équipe pédagogique

L'enseignement proposé vise les connaissances et méthodes dans les champs de l'Economie, de la Gestion, du Droit, et des Compétences linguistiques. Il articule très étroitement les savoirs théoriques et leur mise en situation dans un contexte professionnel.

- Responsables pédagogiques et administratifs:

Ana FERNANDEZ, Franz JOHANSSON, Isabelle LEGRENZI

- Enseignantes et enseignants titulaires :

Marianne Rubinstein, Claudia Senik (Economie); Joël Broustail, Céline Gainet (Gestion); Emmanuel Breen, Arnaud Latil (Droit); Olivier Duchatelle, Ronald Perlwitz, Anne Salles, Hans Stark (Allemand); Nathalie Colin-Vapaille, Claire Dutriaux, Sonia Gueldry-Chenot, Béatrice Robic, Jean-Baptiste Fleury, Louise Dalingwater (Anglais); Ariane Lin-Dejean (Chinois); Sylvie Monjean Decaudin, Dario Rodriguez (Espagnol); Lise Bossi, Frédérique Dubard, Alessandra Stazzone (Italien); Katarzyna Bessièrè (Polonais); Maria Faraujo, Maria Benedeta Basto, Alberto Da Silva, Jorge Ruivo, Isabelle Vieira (Portugais); Daria Malyuta, Cedric Pernette (Russe) ; Isabelle Ville, Ana Fernandez (techniques de communication)

- Professionnelles et professionnels :

Damien Forterre, Michaël Motte, Hélène Ribault, Pierre Videment, Arthur Clech

	Volume horaire session -1 année 1	Volume horaire session -1 année 2
Programme détaillé de la formation		
LANGUE 1	64h	50h
LANGUE 2	64h	50h
Gestion internationale	39h	
Gestion des hommes et des organisations	49h	
Environnement juridique et économique de l'entreprise	46h	
Communication	33h	
Outils digitaux	13h	13h
Stage / Alternance M1		
Mémoire d'analyses appliquées		
Stratégie et organisations		59h
Modalités opérationnelles du commerce international		52h
Environnement juridique et économique de l'entreprise		47h

Communication		20h
Entrepreneurship		39h
Simulation de gestion d'entreprise		26h
Stage / Alternance M2		
Enseignement optionnel	52h	26h
Projets tutorés	44h	24h

► Modalités pédagogiques

L'enseignement académique est dispensé sur toute l'année universitaire (deux semestres de 13 semaines chacun) et concentré sur 2 jours de la semaine uniquement (lundis et mardis). Les cours sont dispensés sous la forme de cours magistraux, travaux dirigés, études de cas, et conférences dispensées par des professionnels.

L'alternance est évaluée à travers un rapport écrit et une soutenance (aussi bien en M1 qu'en M2). Dans le cadre d'un partenariat entre Sorbonne-Université et HEC, possibilité de suivre un ou deux enseignements à HEC.

► Contrôle des connaissances

Le parcours confère au total 120 crédits. L'enseignement est organisé en semestres.

Tous les enseignements, au sein de toutes les UE, sont évalués au régime du contrôle continu.

Les critères d'évaluation sont adaptés aux spécificités de chaque unité d'enseignement et choisis par chaque enseignant. L'assiduité et la participation active comptent.

Chaque enseignant détermine les modalités d'évaluation de son cours.

L'alternance est évaluée à travers un rapport écrit et une soutenance

Année 1 :

La première année est divisée en deux semestres et confère au total 60 crédits.

L'alternance est évaluée à travers un rapport écrit et une soutenance. La rédaction du rapport et sa soutenance sont effectuées dans une langue étrangère, différente chaque année et sans être celle de sa langue maternelle.

Année 2 :

La deuxième année est divisée en deux semestres et confère au total 60 crédits.

L'alternance est évaluée à travers un rapport écrit et une soutenance. La rédaction du rapport et sa soutenance sont effectuées dans une langue étrangère, avec l'obligation de changer de langue entre les deux années de Master.

► Diplôme délivré

Diplôme national de niveau 7 du Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche

COMPÉTENCES

- Management de projets interculturels ou internationaux
- Négociation interculturelle ou internationale
- Contribution à l'élaboration d'une stratégie de développement d'une organisation (développement commercial, ou marketing, ou RH ou international)
- Contribution à l'élaboration de nouveaux produits, processus ou services, impliquant la pratique des langues étrangères ou la connaissance d'une aire géographique ou culturelle (tourisme, patrimoine, industrie, commerce, services, audiovisuel, etc.).
- Conception et gestion de contenus de communication dans plusieurs langues (communication d'entreprise, ou digitale, ou technique, ou internationale, ou événementielle, ou publicitaire, ou touristique)
- Traductions, rédactions, synthèses et valorisation d'informations, à l'oral et à l'écrit dans plusieurs langues
- Interprétation, médiation (services sociaux, tourisme, etc.)

► S'exprimer et argumenter en trois langues

- Acquisition d'un haut niveau en trois langues (dont le français) correspondant à C1 et C2 du référentiel européen.
- Connaissances théoriques et pratiques des deux langues, à l'écrit et à l'oral.
- Adapter l'expression au contexte: maîtrise des codes sociaux et culturels, s'adapter aux contextes économiques et organisationnels.

► Maîtriser les savoirs et savoir-faire à l'exportation et à l'importation

- Analyser les politiques nationales et internationales et leur articulation avec les politiques économiques et l'environnement juridique du commerce.
- Gérer les relations commerciales internationales et la chaîne documentaire de la demande d'offre au paiement final.
- Gérer les relations avec les auxiliaires des opérateurs de commerce international.

► Gérer un projet marketing

- Définir, gérer, piloter et évaluer un projet marketing.
- Identifier les objectifs à atteindre et les besoins, gérer les contraintes : temps, finance organisation, ressources humaines.
- Proposer des plans d'action à l'aide d'études prospectives.

► Conduire des opérations dans les principaux domaines du commerce international

- Conduire des opérations dans les domaines du Marketing international et les stratégies export de distribution.
- Maîtriser le droit et la réglementation du commerce international, les principes du transport et de la logistique.
- Maîtriser les paiements internationaux et le financement des opérations de commerce international, la couverture des risques, et la veille stratégique.

► **Compétences transversales en commerce et gestion à l'international**

- Conduire un projet d'études, traiter et communiquer l'information.
- Faire preuve d'esprit critique et de capacité de réflexion.
- Contextualiser l'information et la mettre en perspective, développer les capacités d'autoinformation.