



Ce master a pour vocation de former des spécialistes du commerce international opérationnels sur les marchés européens, ibériques, japonais et sinophones.

Présentation

/**/ .actions-fiche__item:first-of-type { margin-top: 0; display: none; } /**/

Fiche RNCP37691 - Le master repose sur deux grandes catégories de compétences : une formation technique solide en matière de commerce international et une formation linguistique et culturelle approfondie sur deux grandes zones géographiques. Elles constituent une excellente préparation pour former des cadres commerciaux capables de s'affirmer efficacement dans la compétition internationale.

Atouts de la formation

•

Une offre de formation possible en alternance

Le master offre également une voie de formation par l'alternance en M1 et M2. Le rythme est alors de 3 jours en entreprise et 2,5 jours à l'université. Cette formule permet une professionnalisation immédiate, avec une expérience en entreprise précieuse et rémunérée.

•

La perspective de découvrir l'étranger grâce aux stages (6 mois)

Outre une formation intellectuelle solide, le master assure une expérience internationale de terrain sous la forme d'un stage obligatoire de 6 mois dans une entreprise à l'étranger (pour les étudiants en formation initiale).

•

Durée de la formation

- 2 années

Lieu(x) de la formation

- Site des Chênes 1

Public

Niveau(x) de recrutement

- Licence

Stage(s)

Oui, obligatoires (, à l'étranger), optionnels (multiples,)

Langues d'enseignement

- Français
- Anglais
- Autre***
- Espagnol
- Allemand
- Chinois
- Japonais

Rythme

- En alternance
 - Contrat d'apprentissage

Modalités

- Présentiel

Un large réseau d' alumni

Eu égard à l'ancienneté de la formation (1996), le réseau des anciens élèves, bien qu'informel, constitue une aide très significative à la recherche de stage et d'emploi

•

Un contact avec les milieux professionnels

La formation est par ailleurs organisée en alternance par un CFA qui encadre et accompagne les étudiants candidats à l'apprentissage dans leurs recherches d'entreprise. D'anciens étudiants aujourd'hui en position de middle management en commerce international interviennent dans le master et de nombreux enseignants sont issus du monde professionnel.

•

Une équipe de recherche d'appui

Le laboratoire de recherche AGORA, regroupant les enseignants chercheurs de langues et études internationales et de lettres et sciences humaines, accompagne l'ensemble de la formation.

Admission

Pré-requis

Formation(s) requise(s)

- Une connaissance opérationnelle de l'anglais, ainsi qu'un niveau B2 de l'allemand, de l'espagnol, de chinois ou de japonais selon le parcours choisi, est indispensable à l'admission.
- L'admission en master requiert une formation de base dans les disciplines fondamentales sur lesquelles s'appuient les métiers du commerce international.

Cette bivalence peut être satisfaite par des étudiants d'origines diverses : titulaires d'une licence LEA (Langues Étrangères Appliquées), titulaires d'une licence des domaines économie/gestion/droit attestant par ailleurs d'un bon niveau de langues, diplômés d'IUP, MST, d'écoles de commerce et d'IEP, remplissant les mêmes conditions, étudiants bilingues ou étrangers de ces mêmes formations ou de cursus similaires.

Candidature

Modalités de candidature

- En M1 : sur examen de ces pré-requis et du projet professionnel
- En M2 : sur entretien à l'entrée en M2

La formation est accessible en formation continue et en VAE.

Renseignements

patricia.commun@cyu.fr

(+33)1 34 25 72 67

Et après ?

Niveau de sortie

Niveau de sortie

- BAC +5

Activités visées / compétences attestées

- Mettre en œuvre dans un contexte professionnel sa maîtrise des langues étrangères étudiées
- Maîtrise des techniques de négociation commerciale pour les marchés étrangers
- Maîtrise des outils de base du commerce international (INCOTERMS, techniques de paiement, marketing international)
- Savoir rechercher, identifier et analyser l'information pertinente sur un marché étranger (entreprise, secteur d'activités, produit, environnement concurrentiel, etc.)
- Capacité d'adaptation à des contextes économiques, sociaux et culturels différents du contexte national (style de communication, rapports hiérarchiques, gestion du temps, culture d'entreprise)
- Capacité à participer à un projet en rapport avec l'activité internationale de l'entreprise
- Être en mesure d'actualiser en permanence sa connaissance des langues étudiées
- Être en mesure d'actualiser en permanence sa connaissance des marchés étrangers et de comprendre les mutations en cours
- Construire une analyse critique des documents figurés. - Savoir monter un projet au sein d'une entreprise, dans toutes ses étapes
- Maîtriser les systèmes d'information propres au secteur d'activité donné pour permettre l'élaboration d'un diagnostic de la situation
- Gestion des interactions entre des activités spécifiques et leur environnement à la fois territorial, social, économique et culturel
- Rechercher et interpréter des sources historiques
- Capacité à travailler en autonomie comme en groupe et en réseau dans différents contextes professionnels, capacités d'initiative et d'auto-évaluation
- Mener à bien une recherche fondamentale ou appliquée dans les secteurs patrimoine-tourisme-territoires (concevoir l'objet d'étude, collecter des données qualitatives et quantitatives, mener conclusions, un diagnostic ou une évaluation)
- Capacité à rédiger des projets, des rapports ou des supports de communication, de promotion ou de médiation en fonction de la commande et du destinataire
- Aptitude à utiliser les outils de bureautique, les nouvelles technologies et les réseaux sociaux pour la recherche et la veille documentaire, l'expertise, les plans de communication, les appels d'offre
- Maîtrise de l'anglais dans une situation professionnelle.

Poursuites d'études

- Doctorat en sciences humaines et sociales

En savoir plus :

- La majeure partie des étudiants est employée à l'issue du master

Programme

L'intégralité du programme est disponible dans la brochure de présentation du master.