

LIVRET PÉDAGOGIQUE
DE L'ÉTUDIANT

MA2 STER

2025-2026

LEA

SOMMAIRE

1. PRÉSENTATION DE LA FACULTÉ.....	p.4
Équipe de direction	
Scolarité et examens	
Relations internationales	
Bureau d'aide à l'insertion professionnelle	
2. PRÉSENTATION DU DÉPARTEMENT DE LEA.....	p.5
Direction	
Secrétariat pédagogique	
Enseignants	
3 PRÉSENTATION DU MASTER LEA MANAGEMENT INTERNATIONAL TRILINGUE	p.8
Présentation générale	
Organisation du Master 2	
Les trois parcours du Master 2	
4.DEScriptifs DES ENSEIGNEMENTS.....	p.7
Rappel des règles de vie.....	p.8
Marchés Est-Européens et germanophones.....	p.9
	Tabl
eaux récapitulatifs par semestre	
Descriptifs des enseignements	
Marchés Anglophones et Europe du Nord.....	p.20
Tableaux récapitulatifs par semestre	
	Desc
riptifs des enseignements	
Marchés Hispanophones et Europe du Sud.....	p.32
Tableaux récapitulatifs par semestre	
	Desc
riptifs des enseignements	
5. PRINCIPES GÉNÉRAUX CONCERNANT LES RÉSULTATS.....	p.45
Capitalisation des résultats	
	Com
pensation des résultats	
6. VOCABULAIRE EN USAGE.....	p.46
7. SERVICES DE L'UPEC A CONNAÎTRE.....	p.47
Les bibliothèques	
SCUIO-BAIP (information et orientation)	
Culture et vie de l'étudiant (SCVE)	
Médecine préventive	
Salles informatiques en libre-service	
8. SEJOUR A L'ETRANGER.....	p.48

PRÉSENTATION DE LA FACULTÉ DE LLSH

L'équipe de direction

Directrice de l'UFR LLSH : Lucie Gournay - lucie.gournay@u-pec.fr

Damien Zanone (moyens) - damien.zanone@u-pec.fr

Clément Duyck et Elisabeth Vialle (formations et vie étudiante) - dir.formations-llsh@u-pec.fr

Emmanuel Fureix (recherche) - fureix@u-pec.fr

Laure Gallouët (relations internationales) - laure.gallouet@u-pec.fr

Responsable administrative : Karine Bellance ra-llsh@u-pec.fr - 01 45 17 11 92

Secrétariat de direction sec.direction-llsh@u-pec.fr - 01 45 17 11 32

Scolarité et examens

Accueil

Site Campus centre - bât. i, 1er étage, bureau i2 107

scola-llsh@u-pec.fr - 01 45 17 11 79

Horaires d'ouverture

Lundi, mardi, jeudi, de 9h30 à 12h et de 14h à 16h.

Mercredi et vendredi de 9h30 à 12h.

Les étudiants pourront y trouver les :

- pochettes d'inscription administrative,
- attestations de réussite,
- certificats de scolarité,
- certificats d'assiduité,
- formulaires de demande d'équivalences internes à la Faculté,
- relevés de notes,
- informations concernant les résultats d'examens et les sessions de rattrapage.

Relations internationales

Dans le cadre d'accords de partenariat avec des universités étrangères, vous pouvez réaliser une partie de votre cursus à l'étranger en validant des crédits ECTS suivant le contrat d'études arrêté avant votre départ.

Contact : Vincent RONACH

Site Campus centre - bât. i, 1er étage, bureau i3 102

international-llsh@u-pec.fr - 01 45 17 66 86

Bureau d'aide à l'insertion professionnelle (BAIP)

Sa mission est d'informer et d'orienter les étudiants dans leur recherche de stage ou d'un premier emploi. Il est chargé de diffuser des offres de stages et d'emplois et accompagne les étudiants dans la signature des conventions. Il entretient des relations

avec les acteurs socio-économiques et institutionnels de la région et développe des partenariats.

Contact : à définir

Site Campus centre - bât. i, 1er étage, bureau i3 108

baip-llsh@u-pec.fr - 01 45 17 70 53

2. PRÉSENTATION DU DÉPARTEMENT LEA

La filière L.E.A. (Langues Etrangères Appliquées) de l'Université Paris-Est Créteil (UPEC) est orientée vers l'entreprise ; la licence et le master préparent aux métiers du commerce international et du management international.

Axée sur l'enseignement simultané de deux langues étrangères, la formation propose deux combinaisons linguistiques : anglais-espagnol ou anglais-allemand. La priorité est donnée à la langue des Affaires (économique, juridique, commerciale, technique et la communication interculturelle...) ainsi qu'à la maîtrise de la langue et de la culture françaises, non moins essentielles dans la réussite universitaire et professionnelle.

Une attention particulière est accordée aux disciplines professionnalisantes dont les contenus permettent d'acquérir de solides connaissances tant théoriques que pratiques dans des champs aussi variés que les sciences de gestion, les sciences économiques, les sciences de la communication le droit. L'ensemble de ces acquis est validé par des expériences en entreprise (stage en fin de Licence, en Master 1 et 2) qui confèrent au diplôme une orientation à caractère professionnalisant.

La formation L.E.A. amène l'étudiant à développer une grande capacité à la mobilité et à l'adaptation à multiples situations et méthodes de travail, compétences indispensables aujourd'hui.

Au cours de sa formation, l'étudiant apprendra à :

- Développer une pensée critique face à un marché global complexe et mouvant ;
- Savoir communiquer, à l'écrit comme à l'oral, dans un environnement multilingue (linguiste polyvalent) ;
- Développer son savoir-faire à l'international ;
- Analyser, proposer, négocier et convaincre ;
- Maîtriser les codes professionnels du monde de l'entreprise.

Ces connaissances et compétences visent à former l'esprit critique d'un futur décisionnaire à même de répondre aux exigences et aux enjeux du monde professionnel et de ses mutations. Les diplômes L.E.A. de l'enseignement public participent au développement intellectuel de citoyens éclairés.

1. Le Département LEA

● Direction

direction.lea-creteil@u-pec.fr

Roxana Bauduin, Karine Lapeyre, Roger Njiki

● Secrétariat pédagogique

Maison des Langues et des Relations Internationales, bureau 011 – RDC

Secrétariat Master : 01.82.69.48.66
Secrétariat Licence : 01.82.69.48.67

E-mail : sec.lea.creteil-llsh@u-pec.fr

- Horaires d'ouverture :

- Matin : Du lundi au vendredi de 9h15 à 12h15
- Après-midi : Lundi, Mardi, jeudi, de 13h30 à 16h00
Fermé le mercredi et vendredi après-midi

- Rôle du secrétariat :

- Accueil des étudiants,
 - Inscription dans les groupes de travaux dirigés,
 - Diffusion et actualisation de l'information,
 - Mise à jour des emplois du temps,
 - Prise des rendez-vous avec les enseignants.
- **Coordination pédagogique par parcours :**
 - ❖ **Parcours Marchés est-européens et germanophones :**
Mme GALLOUËT, Bureau 106 (laure.gallouet@u-pec.fr)
 - ❖ **Parcours Marchés anglophones et Europe du Nord :**
MME JIGUET-JIGLAIRE, Bureau 107 (catherine.jiguet-jiglaire@u-pec.fr)
 - ❖ **Parcours Marchés hispanophones et d'Europe du Sud :**
Mme DUCHENE, Bureau 108 (nadia.duchene@u-pec.fr)
M. Iván Jiménez, Bureau 109 (ivan.jimenez@u-pec.fr)

3. PRÉSENTATION DU MASTER LEA : MANAGEMENT INTERNATIONAL TRILINGUE

Présentation générale

Ce Master propose une formation graduée et équilibrée répondant aux besoins des entreprises, administrations et organisations à la recherche de cadres et collaborateurs capables d'assumer des missions liées aux **échanges internationaux**.

L'originalité de cette formation est de relier des connaissances de haut niveau, dispensées en trois langues vivantes, à des **zones géographiques**, avec programmes d'échange et stages à l'étranger.

Master trilingue : français et deux langues étrangères : maîtrise de l'anglais et d'une deuxième langue majeure (espagnol ou allemand).

Les étudiants du Master 1 Anglais/Allemand ayant un bon niveau de langues peuvent suivre un cursus d'études intégré entre le Master LEA « Management International Trilingue » de l'UPEC et le Master of Art « Internationale Wirtschaftsbeziehungen » (Relations Economiques Internationales) de l'Université de Freiburg in Breisgau (Frankreich-Zentrum), qui se conclut par la délivrance d'un **Double-Diplôme franco-allemand de Master**. Les étudiants sont inscrits à la fois dans leur Université d'origine

(UPEC) et dans l'Université d'accueil (dispense de droits d'inscription) et reçoivent une **bourse de l'UFA** (Université Franco-Allemande). Les étudiants suivent les cours à l'Université de Freiburg au semestre 1 du Master 2 et effectuent ensuite un stage de 6 mois en Allemagne.

Organisation du Master 2

La formation LEA en Master 2 propose trois parcours distincts correspondant aux compétences linguistiques des étudiants et à leurs applications au management. Les cours se déroulent sur 2 semestres (3 & 4).

Le semestre 4 comprend un stage de commerce international (marketing, import-export, finances) de six mois en entreprise, en France ou à l'étranger.

Le mémoire de stage se base sur la mission de l'étudiant et la méthodologie de la recherche en gestion.

Les trois parcours du Master 2

- **Marchés anglophones** : parcours tourné vers les Etats-Unis, le Royaume-Uni et l'Europe du Nord.

Ce parcours fait porter l'accent sur l'anglais comme langue internationale des négociations (cours de négociation et de négociation directe en anglais). Tous les cours, à l'exception des matières techniques, sont dispensés en anglais par des enseignants et des professionnels anglophones.

- **Marchés hispanophones** : parcours tourné vers l'Espagne et l'Amérique latine.

Ce parcours s'adresse à des étudiants désireux d'acquérir des compétences dans la pratique des échanges à l'international et des relations de marché transfrontalières dans les aires géo-économiques hispanophones. La formation est axée sur l'environnement économique, institutionnel, culturel, managérial et juridique des organisations et entreprises en Espagne et dans les pays d'Amérique latine.

- **Marchés germanophones et est-européens** : parcours tourné vers tous les pays d'Europe centrale et orientale (PECO).

Ce parcours s'adresse aux étudiants voulant travailler sur la zone Allemagne ou est-européenne. Les étudiants originaires des pays de l'Est peuvent compléter leurs connaissances des marchés, des structures économiques et du fonctionnement des entreprises dans cette zone, dont la Russie constitue le pôle majeur.

4. DESCRIPTIFS DES ENSEIGNEMENTS

Les UE signalées par un astérisque comportent une note plancher fixée à 7/20. Pour valider le semestre il est nécessaire que cette note soit atteinte. En outre une UE dont la note plancher n'est pas atteinte ne peut entrer dans la compensation.

Marchés PECO

UE*	MANAGEMENT INTERNATIONAL
ECUE	Management interculturel
ECUE	Modes de présence et stratégies des firmes
ECUE	Techniques financières
ECUE	Méthodologie de la recherche en gestion
ECUE	Techniques export
ECUE	Contrôle de gestion
ECUE	Politiques marketing
ECUE	Spécificités juridiques et fiscales
UE*	CONNAISSANCES DES TERRITOIRES ET LANGUES ETRANGERES
ECUE	Enjeux de la mondialisation dans les pays d'Europe centrale et orientale
ECUE	Langue A Allemand / Russe : Négociation internationale interculturelle
ECUE	Langue A Allemand / Russe : Traduction économique et commerciale
ECUE	Langue B Anglais : Négociation internationale interculturelle
ECUE	Langue B Anglais : Traduction économique et commerciale
UE*	OPTION LANGUE
ECUE	Langue C
UE	STAGE
ECUE	Stage

Marchés Anglophones

UE*	MANAGEMENT INTERNATIONAL
ECUE	Management interculturel
ECUE	Modes de présence et stratégies des firmes
ECUE	Techniques financières
ECUE	Méthodologie de la recherche en gestion
ECUE	Techniques export
ECUE	Contrôle de gestion
ECUE	Politiques marketing
ECUE	Spécificités juridiques et fiscales
UE*	CONNAISSANCES DES TERRITOIRES ET LANGUES ETRANGERES
ECUE	Enjeux de la mondialisation dans les aires anglophones (GB et US)
ECUE	Langue A Anglais : Négociation internationale interculturelle
ECUE	Langue A Anglais : Traduction économique et commerciale
ECUE	Langue B Espagnol / Allemand : Négociation internationale interculturelle
ECUE	Langue B Espagnol / Allemand : Traduction économique et commerciale
UE*	OPTION LANGUE
ECUE	Langue C
UE	STAGE
ECUE	Stage

Marchés hispanophones :

UE*	MANAGEMENT INTERNATIONAL
ECUE	Management interculturel
ECUE	Modes de présence et stratégies des firmes
ECUE	Techniques financières
ECUE	Méthodologie de la recherche en gestion
ECUE	Techniques export
ECUE	Contrôle de gestion
ECUE	Politiques marketing
ECUE	Spécificités juridiques et fiscales
UE*	CONNAISSANCES DES TERRITOIRES ET LANGUES ETRANGERES
ECUE	Enjeux de la mondialisation dans les aires hispanophones
ECUE	Langue A Espagnol : Négociation internationale interculturelle
ECUE	Langue A Espagnol : Traduction économique et commerciale
ECUE	Langue B Anglais : Négociation internationale interculturelle
ECUE	Langue B Anglais : Traduction économique et commerciale
UE*	OPTION LANGUE
ECUE	Langue C
UE	STAGE
ECUE	Stage

Défaillance :

L'UE Stage est un ensemble : **Stage + Mémoire + Soutenance.**

Il va de soi qu'un stage non effectué ne peut être rattrapé pour la 2^{ème} session (compte tenu de la durée obligatoire de 24 semaines).

Toutefois, un étudiant qui aura effectué complètement son stage et aura remis son rapport en temps et en heure mais qui aura été défaillant lors de la soutenance pourra, si cette défaillance est justifiée, faire la demande d'une soutenance pendant la session de rattrapage.

ATTENTION AU PLAGIAT !

Les enseignants sont très vigilants vis-à-vis du plagiat : sous forme orale, lors d'un exposé, sous forme écrite, pour un devoir à la maison, voire en devoir sur table de contrôle continu et/ou en partiel lors des examens finaux. Le plagiat compromet vos chances de réussite.

Le plagiat est inadmissible, quel que soit le niveau du cursus.

Les études universitaires obéissent à des règles déontologiques : respect de la propriété intellectuelle (voir l'article L335-2 ; lien ci-dessous*) et honnêteté. Il est essentiel de consulter des ouvrages critiques mais leur utilisation doit s'exercer selon des règles précises.

Voici en résumé **quelques rappels utiles** :

- Pour les travaux rendus dans le cadre du contrôle continu, **tout emprunt d'idées doit être clairement signalé par l'étudiant, qu'il s'agisse d'un ouvrage critique** (sous forme de livre) **ou d'un site internet**, quel qu'il soit (y compris Wikipédia). Pour un ouvrage, les références (auteur, titre de l'ouvrage, lieu d'édition, éditeur, date et page/s de la citation ou des citations) devront être indiquées explicitement. Il en va de même pour tout emprunt sur internet qui devra mentionner le nom et l'adresse du site consulté (son auteur le cas échéant) et la date de consultation.

- Toute citation (**même une seule phrase, voire seulement quelques mots**) doit être **clairement indiquée par des guillemets**, et accompagnée d'une référence précise (entre parenthèses, ou mieux encore dans une note de bas de page) à l'auteur, à l'ouvrage, au site, selon les cas (Voir ci-dessus).

- Même reformulée, une citation doit être clairement signalée par l'étudiant qui montrera qu'il s'agit d'un emprunt dans les conditions évoquées ci-dessus.

Depuis 2009, la Faculté des Lettres, Langues et Sciences Humaines dispose d'un logiciel anti-plagiat. Tout travail plagié entraînera une procédure disciplinaire.

*www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?idArticle=LEGIARTI000006279172&cidTexte=LEGITEXT000006069414

Marchés PECO

Responsable : Mme Gallouët

Modalités de contrôle des connaissances

Semestre 3

❖ E C T S	❖ UE 1 : Management international	Examen Régime Général				Examen Régime Dérogatoire		2 ^e session	
		Contrôle continu		Examen terminal		Ecrit %	Oral %	Ecrit %	Oral %
		Ecrit %	Oral %	Ecrit %	Oral %				
2	ECUE 1 Management interculturel CM			100		100		100	
2	ECUE 2 Modes de présence et stratégies des firmes CM			100		100		100	
2	ECUE 3 Techniques financières CM			100		100		100	
2	ECUE 4 Méthodologie de la recherche en gestion CM			100		100		100	
2	ECUE 5 Techniques export CM			100		100		100	
2	ECUE 6 Contrôle de gestion CM			100		100		100	
3	ECUE 7 Politiques marketing			100		100		100	
3	ECUE 8 Spécificités juridiques et fiscales			100		100		100	
❖ E C T S	❖ UE 2 : Connaissances des territoires et langues étrangères								
3	ECUE 1 Enjeux de la mondialisation dans les PECO CM			100		100		100	
2	ECUE 2 Langue A Russe ou Allemand Négociation internationale interculturelle TD	50	50				100		100
2	ECUE 3 Langue A Russe ou Allemand Traduction économique et commerciale TD	100				100		50	50

1	ECUE 4 Langue B Anglais Négociation internationale interculturelle	50	50	100		100		100	
1	ECUE 5 Langue B Anglais Traduction économique et commerciale	100		100		100		100	
ECTS	UE 3 : Option langue								
3	Langue C	50	50			100		100	

Semestre 4

❖	E C T S	UE 4 : Stage	Examen Régime Général				Examen Régime Dérogatoire		2 ^e session	
			Contrôle continu		Examen terminal					
			Ecrit %	Oral %	Ecrit %	Oral %	Ecrit %	Oral %	Ecrit %	Oral %
30		Stage	Mémoire (50) + soutenance (50)				Mémoire + soutenance		Mémoire + soutenance	

UE 1 : MANAGEMENT INTERNATIONAL

❖ UE 1 ECUE 1 Management Interculturel

Mme Chevallier

- 1. Objectifs et Méthode

Dans un contexte devenu global et ultra compétitif, ce cours dispensé en anglais et en français vise à apporter une compréhension des défis actuels en matière de management interculturel. Il permet de découvrir les méthodes, notions et outils clés développés jusqu'à ce jour pour mieux manager, négocier et communiquer avec des personnes issues d'autres cultures. Au cœur de l'approche EDI (équité, diversité et inclusion) en entreprise, il vise ainsi à apporter aux étudiants une compétence très recherchée aujourd'hui : la facilité d'intégration au sein d'équipes internationales et la compréhension des risques et enjeux de l'interculturel.

- 2. Programme

- Définition de la notion de culture, identification et prise de conscience de sa propre culture.
- Découverte & mise en application des concepts de l'iceberg de E.T. Hall, du DMIS de M. J. Bennett, du NIH syndrome de Dan Ariely et des dimensions culturelles selon E.T. Hall, G. Hofstede, F. Trompenaars et E. Meyer.
- Réflexion sur les contextes interculturels : risques et opportunités en entreprise.
- Définition & champ d'application du Management Interculturel : comment manager, négocier et communiquer dans un contexte international.

- Bibliographie

E. T. HALL, *The Silent Language*, Doubleday and Company, Garden City, New York 1959,
E. T. HALL, *Hidden Dimension*, Doubleday & Company, Inc., Garden City, N.Y., 1966.
1966, [Beyond Culture](#) Anchor Press, Garden City, N.Y., 1976.
G. HOFSTEDE, ["Cultures and Organizations: Software of the Mind"](#), 1993.
E. MEYER- *The Culture Map: Breaking Through the Invisible Boundaries of Global Business*, PublicAffairs, New York, 2014
MILTON J BENNETT, *Basic Concepts of Intercultural Communication: Paradigms, Principles, and Practices*, Intercultural Press, A Nicholas Brealey Pub. Company, Boston, 2013

❖ UE 1 ECUE 2 Modes de présence et stratégie des firmes

Mme Guillin

Objectifs du cours :

- Comprendre les différents modes d'entrée sur les marchés étrangers.
- Analyser les déterminants du choix entre exportation, partenariats et investissements directs.
- Évaluer les avantages, coûts et risques associés à chaque stratégie.
- Appliquer ces concepts à des cas concrets d'entreprises.

Compétences visées :

- Identifier les stratégies d'internationalisation des firmes.
- Comparer et critiquer différents modes de présence.
- Construire une analyse stratégique d'entrée sur un marché.
- Développer une approche réflexive sur la mondialisation des activités.

Descriptif du cours :

Ce cours propose une introduction aux différents modes de présence à l'international et à leurs implications stratégiques. Après une mise en perspective des déterminants du choix d'implantation, nous analyserons successivement les principales options : l'exportation (directe et indirecte), les partenariats internationaux (licences, franchises, joint-ventures, alliances stratégiques) et l'investissement direct à l'étranger (filiales, acquisitions, créations). Chaque approche sera illustrée par des études de cas réels afin de mettre en évidence leurs avantages, limites et risques.

Bibliographie indicative :

- Markusen, J. R. (2002). *Multinational Firms and the Theory of International Trade*. MIT Press.
- Dunning, J. H. et S.M Lundan (2008). *Multinational Enterprises and the Global Economy*. Edward Elgar Publishing.

❖ UE 1 ECUE 3 Techniques financières

M. Gravet

1. Objectifs et Méthodes

Ce cours a pour objectif de familiariser les étudiants avec une approche spécifique à chaque zone, voire à chaque pays, en fonction de l'environnement industriel, agricole ou des services recherchés par une entreprise étrangère. Il s'agira d'apprécier les risques financiers liés à chaque économie.

2. Compétences acquises

- Savoir analyser les risques de chaque pays (politique, de change, économique).
- En déduire les moyens spécifiques de paiement à utiliser et les garanties à exiger.

3. Bibliographie

LEGRAND Gh et MARTINI H., *Management des Opérations de commerce international*, Paris, Dunod Ed., 2005

MARTINI H., DEPREE D., KLEIN-CORNEDE J., *Crédits documentaires, lettres de crédit stand-by, cautions et garanties Guide pratique*, Editeur Revue Banque, 2007

❖ UE 1 ECUE 4 Méthodologie de la recherche en gestion

Mme Guilloux

1. Objectifs et Méthodes

Réussir un projet de recherche exige beaucoup de rigueur. Ce cours apporte une aide à l'étudiant en master qui doit rédiger un mémoire de recherche en management. Il éclaire la notion de paradigme épistémologique, la construction d'un objet de recherche et les implications méthodologiques. Des exemples d'articles de recherche viendront illustrer les propos de l'intervenant.

2. Thèmes abordés

- Philosophie des sciences
- Inscrire son projet dans un cadre épistémologique
- Spécifier l'objet de recherche : champ d'étude, choix d'un cadre théorique, problématique, hypothèses
- Collecter et traiter des données
- Structurer et communiquer les résultats de recherche (Méthodes qualitatives, Méthodes quantitatives)

3. Bibliographie

- Beaulieu P., Kalika M. (2015), La création de connaissance par les managers, EMS.
- Cooper Donald (2019), Business Research: A Guide to Planning, Conducting, and Reporting Your Study, Sage.
- Gavard Perret et al. (2018), Méthodologie de la recherche : réussir son mémoire ou sa thèse en sciences de gestion, Pearson.
- Van Aken J. et al. (2018), Problem solving in organizations: a methodological handbook for business and management students, Cambridge.

❖ UE 1 ECUE 5 Techniques export

M. Perez

1. Objectifs

Ce cours a pour but d'approfondir les bases du commerce international et d'étudier, plus particulièrement, l'organisation d'une opération d'importation ou d'exportation, le rôle des douanes, l'impact des coûts de transport et d'assurance. Seront aussi évoqués les modes de paiement international et les incoterms au sein des entreprises de la zone ibérique et d'Amérique latine et à l'international

Un zoom particulier sera fait sur les pays anglophones.

Les études de cas des différentes pratiques seront donc liées aux pays de la zone étudiée.

2. Programme

I. Gestion opérationnelle des exportations et des importations

Les acteurs de la chaîne de transport (exportateurs, commissionnaires, transporteurs, autorités, ...)

Aspects logistiques et douaniers

II. Gestion documentaire

Quelles procédures et quels documents sur les pays hors Union Européenne ?

Les envois à particularités (marchandises dangereuses, animaux vivants, périssables, objets d'art, ...)

III. Sécuriser les paiements à l'international

UE 1 ECUE 6 Contrôle de gestion

M. Njiki

1. Objectifs et Méthodes

Cet enseignement a pour objectif la compréhension et l'approfondissement des notions de contrôle de gestion. Il permet de comprendre les mutations du contrôle de gestion, de découvrir et de maîtriser les méthodes et outils du contrôle de gestion pour piloter la performance d'une organisation. Plus largement, il vise à rendre les étudiants aptes à s'inscrire dans une logique budgétaire au sein d'une entreprise, à comprendre les mécanismes d'élaboration des plans, budgets et tableau de bord, à analyser les résultats et les écarts.

2. Programme

- Introduction : Les mutations du contrôle de gestion et ses nouvelles formes.
- Le processus d'élaboration des budgets et le contrôle budgétaire
- Contrôle des résultats et mesure de performance
- Tableau de bord et reporting

3. Bibliographie

- *Comptabilité analytique et contrôle de gestion*, Alain Mikol, Hervé Stolowy, Dunod, 1993.
- *Contrôle de gestion*, Claude Alazard, Sabine Separi, Dunod, 2007.
- *Contrôle de gestion, contrôle d'entreprise et gouvernance*, 7^{ème} édition PUF 2007
- *Contrôle de gestion*, G. Langlois, C. Bonnier manuel (DECF) épreuve 7 Foucher 1998
- *Management et contrôle de gestion, DSCG3*, par JOUGLEUX M., LIVIAN Y-F, édition Foucher, 2007

UE 1 ECUE 7 Politiques marketing

M. Gravet

Les étudiants vont acquérir des compétences : construire un plan marketing, mettre en pratique la méthodologie marketing, présenter un plan marketing en 3 minutes. Ils vont acquérir des outils théoriques sur les différentes étapes d'un plan marketing et le rôle et la place des principaux outils dans le plan marketing. Le cours suivra : le plan marketing : la carte vitale de l'entreprise, les acteurs, la méthode, les outils, les analyses de plans marketing d'entreprises et comment vendre un plan marketing. La méthode pédagogique consiste à appréhender, apprendre et appliquer et l'utilisation d'outils interactifs et des mises en pratique avec des études de cas et la création de projets.

“LE MARKETING DE A À Y, ROMAN INACHEVÉ” DE FRANÇOIS GRAVET OFFERT EN DÉBUT DE COURS.

« MARKETING MANAGEMENT » DE PHILIPPE KOTLER

UE 1 ECUE 8 Spécificités juridiques et fiscales

Mme Pankova

Objectif et méthodes

L'objectif du cours est de familiariser les étudiants avec les nouvelles règles du jeu dans les pays émergents d'Europe de l'Est et de la CEI, notamment le droit des sociétés, des contrats internationaux ainsi que le système fiscal et judiciaire. L'étudiant sera ainsi à même de bien aborder le marché russe ainsi que celui des autres pays de la CEI ou de l'Europe centrale et orientale.

L'accent sera mis sur l'intégration des grandes institutions nationales (Union Européenne, OCDE, OMC) et leur impact sur le cadre juridique et réglementaire, à partir d'exemples d'organisation des systèmes juridiques.

En plus du positionnement des PECO vis-à-vis de ces institutions, le cours se tournera aussi vers les pays de l'Union Européenne, et en particulier les pays germanophones comme zone d'attraction juridique. On traitera des principaux enjeux de la reprise de l'acquis communautaire pour les états membres et de la convergence dans de nombreux domaines pour les non-membres.

UE 2: CONNAISSANCES DES TERRITOIRES ET LANGUES ÉTRANGÈRES

❖ UE 2 ECUE 1 Enjeux de la mondialisation dans les PECO

Mme Gallouët

Enjeux de la mondialisation dans l'aire germanophone

Présentation du cours

L'objectif de ce cours est de présenter les enjeux de la mondialisation dans l'aire germanophone, et plus précisément en Allemagne.

Ce cours se focalisera sur les dynamiques à l'œuvre dans les pays de langue allemande à partir de la seconde moitié du XXe siècle et tout particulièrement depuis la chute du mur de Berlin et la fin de la Guerre froide. Les faits marquants de l'histoire des pays de langue allemande au XXe siècle seront abordés dans une perspective internationale. L'accent sera notamment mis sur l'intégration européenne et l'évolution des principes fondateurs de la politique étrangère de l'Allemagne, devenue première puissance économique européenne.

Ce cours dressera un portrait de l'Allemagne d'aujourd'hui et de sa participation aux phénomènes internationaux. Une réflexion sera menée sur le modèle économique allemand, les caractéristiques de la société mais aussi les disparités géographiques qui existent. Une attention toute particulière sera donnée au rôle de l'Allemagne dans le monde, mais aussi plus spécifiquement en Europe, ce qui permettra de revenir sur les grandes étapes de la construction européenne et de s'interroger par exemple sur le rôle du « moteur franco-allemand ». Les défis actuels, qu'ils soient économiques, diplomatiques, énergétiques ou environnementaux, seront également abordés.

Si ce cours est avant tout consacré à l'Allemagne, une attention toute particulière sera apportée à l'aire germanophone dans son ensemble. Des parallèles seront ainsi établis avec la situation en Autriche et en Suisse.

Des indications bibliographiques seront fournies au début du semestre.

ÉVALUATION : Examen écrit (2h) en contrôle terminal

M. Fediunin

Enjeux de la mondialisation dans les pays d'Europe centrale et orientale

Présentation du cours

Ce cours est consacré à l'analyse des transformations majeures qui travaillent les pays d'Europe centrale et orientale (PECO). Le terme de PECO est employé dans une acception large qui inclut non seulement les États de l'ancien bloc de l'Est ayant adhéré à l'Union européenne (UE) lors des élargissements des années 2000-2010, mais également les pays balkaniques issus de l'ex-Yougoslavie au sud et les États de l'ex-Union soviétique qui constituent le « voisinage oriental » de l'UE, soit l'Ukraine, la Moldavie, le Bélarus et la Russie. En premier lieu, le cours propose une réflexion épistémologique sur la « fluidité » des frontières de l'aire centre-est-européenne et la « période charnière » des années 1989-1991, marquée par une série des révolutions pacifiques suivie de l'effondrement de l'URSS. Il se propose ensuite d'analyser, dans une perspective transversale et comparative, les dynamiques communes aux sociétés de la région. Parmi elles sont la transition économique néolibérale, l'érosion démocratique et « l'illibéralisme » politique, les conflits mémoriels et le statut des minorités, les grandes tendances démographiques et le retour de la guerre interétatique.

Ce cours ne nécessite pas de connaissances approfondies sur les PECO, mais il part du principe que les étudiantes et étudiants ont un intérêt général pour la vie internationale. La discussion y tient une place importante.

Bibliographie indicative :

Bafoil, François (2006), *Europe centrale et orientale. Mondialisation, européanisation et changement social*, Presses de Sciences Po.

Goujon, Alexandra (2023), *L'Ukraine : de l'indépendance à la guerre*, Le Cavalier bleu.

Laruelle, Marlene & Radvanyi, Jean (2023), *Russia. Great Power, Weakened State*, Rowman & Littlefield.

Marciacq, Florent (dir.) (2022), « Balkans : un nouveau grand jeu ? », *Politique étrangère*, n° 4.

Ther, Philipp (2016), *Europe since 1989 : A History*, Princeton University Press.

Ther, Philipp (2023), *How the West Lost the Peace : The Great Transformation Since the Cold War*, Polity.

Tinguy, Anne de (dir.), *Les Études du CERI. Regards sur l'Eurasie* (éditions annuelles disponibles en ligne sur <https://www.sciencespo.fr/ceri/fr/papier/etude.html>).

ÉVALUATION : Examen écrit (2h) en contrôle terminal

❖ UE 2 ECUE 2 Langue A Russe ou Allemand Négociation internationale interculturelle

ALLEMAND

M. Menant

Objectif et Méthode

L'histoire des concepts de négociation internationale et de négociation interculturelle est retracée sous l'angle des débats auxquels ils ont donné lieu en Allemagne depuis le début des années 1980. La réception en Allemagne des différents modèles d'analyse de la négociation internationale et de la négociation interculturelle amène à se poser la question des spécificités éventuelles d'une culture allemande de la négociation. Dans le même temps la diffusion des modèles de négociation raisonnée en Allemagne amène à souligner l'importance qu'y a l'analyse des process de négociation. Ce cours consiste à familiariser les étudiants à la maîtrise de formules et expressions spécifiques aux dialogues et négociations dans le monde professionnel en allemand. Lecture, commentaire et analyse de textes actuels traitant de la culture d'entreprise, de la négociation internationale et de la négociation interculturelle en Allemagne.

Bibliographie

BÜHRING-UHLE C. / EIDENMÜLLER H. / NELLE A., Verhandlungsmanagement, Analyse, Werkzeuge, Strategien, Beck, 2009.

SMYSER W., How Germans negotiate, Logical Goals, Practical Solutions, United States Institute of Peace Press, 2003.

VOETH M. / HERBST U., Verhandlungsmanagement - Planung, Steuerung und Analyse, 2. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart 2015.

RUSSE

Description : Les étudiants seront invités à apporter des exemples de leurs travaux rédactionnels commerciaux ou juridiques dans les situations pratiques pour négocier les contrats, prendre des décisions commerciales et stratégiques, savoir construire une argumentation en russe et en français. Les étudiants seront mis dans les situations pratiques pour négocier les contrats, prendre des décisions commerciales et stratégiques.

Objectifs : Ce cours a pour objectif d'assurer la maîtrise des termes et des techniques d'une communication professionnelle de qualité, de produire en temps limite, des écrits clairs, fluides et pertinents : argumentaire, note interne, compte-rendu, e-mail, écrit commercial ou juridique ainsi que de créer des dossiers et des communiqués de presse avec une parfaite maîtrise de la langue russe.

Prérequis : Maîtrise des fondamentaux de la communication écrite et orale

Compétences visées : Ce cours se propose de permettre aux étudiants d'améliorer leur communication orale et écrite en russe, à enrichir leur vocabulaire économique et juridique, développer la pratique de la traduction orale et écrite français-russe et russo-français dans le domaine des affaires internationales, des connaissances des marchés et des entreprises en Russie

Bibliographie : « Tout russe professionnel » Anatoly Tokmakov et Pascal Bertrand, ed. Groupe Studyrama-Vocatis, 2011 ; « Manuel du russe commercial » Alla Bouvier- Vaschenko, ed. Ellipses, 2015. Articles d'actualités tirés de la presse et des médias russes et français

Ressources pédagogiques : L'enseignant fournit aux étudiants un dossier d'enseignement contenant des textes actuels et pertinents en rapports avec les domaines étudiés

❖ UE 2 ECUE 3 Langue A Russe ou Allemand Traduction économique et commerciale

ALLEMAND

Mme Crélot

Objectif et méthodes

Le cours de traduction économique et commerciale attire l'attention sur les spécificités de l'espace germanophone en matière de traduction économique et commerciale. L'objectif du cours est la familiarisation avec les outils du management de projet international, et plus précisément du management de projet franco-allemand en matière de traduction économique et commerciale. La traduction, conçue comme projet international, suppose une démarche transversale et une parfaite connaissance de champs lexicaux multiples auxquels introduit le cours.

Compétences acquises

Le pilotage de projets franco-allemands en matière de traduction économique et commerciale est maîtrisé dans ses différentes dimensions théoriques et pratiques. La révision systématique des champs lexicaux spécialisés permet une approche synthétique et transversale de la gestion de projet.

RUSSE

Ce cours se propose d'approfondir les connaissances lexicales des étudiants en russe dans les domaines suivants : marketing, achats et transports internationaux, logistique, finances et paiements, ainsi que d'apprendre aux étudiants les techniques des lettres et des réclamations commerciales

Objectifs : Ce cours a pour objectif d'apprendre à l'étudiant la terminologie des affaires en langue russe et de l'appliquer dans le monde de travail

Evaluation :

Contrôle continu : 60% - contrôle continu et 40% un partiel final

Contrôle dérogatoire : épreuve écrite sur table d'1h.

Contrôle de seconde chance : Une épreuve écrite ou orale

Prérequis : Maîtrise des fondamentaux de la communication écrite et orale, niveau B2

Compétences visées : Ce cours vise à développer l'étude du lexique économique et juridique, la pratique de la traduction français-russe et russe-français, ainsi que les connaissances du marché et des entreprises en Russie

Bibliographie : « Tout russe professionnel » Anatoly Tokmakov et Pascal Bertrand, ed. Groupe Studyrama-Vocatis, 2011 ; « Manuel du russe commercial » Alla Bouvier-Vaschenko, ed. Ellipses, 2015

Ressources pédagogiques : L'enseignant fournit aux étudiants un dossier d'enseignement contenant des textes actuels et pertinents en rapports avec les domaines étudiés

UE 2 ECUE 4 Langue B Anglais Négociation internationale interculturelle

M. Porc

1. Objectifs et Méthodes

La partie Cours Magistral (CM) présentera la négociation internationale, ses tactiques et ses stratégies.

La partie Travaux Dirigés (TD) du cours d'anglais des affaires a pour objectif de développer les capacités de négociation des élèves-négociateurs sur le plan linguistique, tout en maîtrisant des apports théoriques et techniques. Il se base sur la méthode originale d'enseignement de la négociation de projet développée par l'enseignante, celle qui consiste à partir de la constitution d'un Plan de négociation, approche à la fois systématique et globale.

2. Bibliographie

Des brochures sont distribuées aux étudiants. La maîtrise de leur contenu ainsi que celui des manuels qui suivent est obligatoire pour les deux régimes (Régime continu et Régime dérogatoire)

VUILLOD, M., KESSELMAN, D. (2005), *La Négociation de projet : des objectifs à la réalisation*, Paris, Editions TECHNIP.

MACKENZIE, I. (2010), *A Course for Business Studies and Economics*, Cambridge, Professional English.

UE 2 ECUE 5 Langue B Anglais Traduction économique et commerciale

Mme Jacon

Objectifs et Méthodes :

L'objectif de ce cours sera d'affiner les techniques de traduction des étudiants en anglais et en français économiques et commerciaux. Il s'agira de renforcer la syntaxe, la grammaire, l'orthographe et le vocabulaire des étudiants par la traduction de documents variés et pertinents vis à vis de leur futur environnement professionnel, tel que des contrats ou des articles de presse spécialisée.

UE 3 : OPTION LANGUE

❖ ECUE 1 Langue C

*Les étudiants doivent choisir une **option** parmi les choix proposés ci-dessous.*

Allemand Débutant

Mme Herms

Description : Ce cours de niveau débutant permet aux étudiants n'ayant aucune base linguistique en allemand d'appréhender les fondamentaux de grammaire et du vocabulaire de la langue allemande.

Objectifs : Acquisition des compétences grammaticales, lexicales et communication de base pour une approche professionnelle.

Évaluation :

Contrôle continu : 50% écrit – 50% oral

Contrôle dérogatoire : 100% écrit

Contrôle de seconde chance : 100% écrit

Prérequis : aucun

Compétences visées : Ce cours vise à initier les étudiants à la langue allemande dans le but d'acquérir des compétences de base en communication écrite et orale

Russe débutant

Description : Ce cours de niveau débutant permet aux étudiants n'ayant aucune base linguistique en russe, d'appréhender les fondamentaux de grammaire et du vocabulaire, apprendre l'alphabet cyrillique (lire et écrire), la prononciation correcte avec des accents toniques.

Objectifs : Acquisition des compétences grammaticales, lexicales et communication de base pour une approche professionnelle.

Evaluation :

Contrôle continu : 60% - contrôle continu, 40% partiel final

Contrôle dérogatoire : Une épreuve écrite 1 h

Contrôle de seconde chance : Une épreuve écrite ou orale

Prérequis : aucun

Compétences visées : Ce cours vise à initier les étudiants à la langue russe, à l'alphabet cyrillique, à apprendre la prononciation avec l'accent tonique correct, les bases de lecture et de conversation

Bibliographie : Manuel «5 Etoiles» I.V.Kaznychkina, Moscou, Russkiy Yazyk, 2016.

Ressources pédagogiques : L'enseignant fournit aux étudiants un dossier d'enseignement contenant des textes adaptés à leur niveau

Espace cours en ligne : NON

Espagnol

Mme Grillo et M. Ramírez Elizalde

Mme Grillo

Programme et objectifs

Le cours proposera de travailler sur les relations entre art et publicité, leur complémentarité, et s'appuiera pour ce faire sur des connaissances solides du marketing et de la communication afin d'exploiter des références culturelles espagnoles.

Méthode

Il s'agira de travailler divers supports théoriques portant sur l'esthétique, l'art hispanique en lien avec le marketing (articles et documents actuels ; rédaction de synthèse ; analyse de supports vidéo utiles à la préparation de l'oral d'examen) afin de saisir les relations et

Acteurs de l'univers culturel et publicitaires à

Evaluation

RG/RD : présentation d'une étude de cas à l'oral

Bibliographie

Une bibliographie sera fournie en cours.

M. Ramírez Elizalde

Espagnol renforcé : dimension professionnelle d'une langue vivante

Fondé sur une série d'exercices pratiques accompagnés d'une réflexion critique, ce cours est centré sur les usages professionnels de l'espagnol. Au niveau de l'expression orale, il s'agit de consolider la pratique confiante de la langue, notamment l'intonation et la fluidité, par l'intermédiaire d'une démarche pédagogique inspirée du théâtre (mises en situation professionnelle). En ce qui concerne la production écrite, des repères méthodologiques sont proposés pour l'élaboration de textes selon les besoins du monde de l'emploi (prise de contact, promotion d'un produit ou d'un service, organisation et compte-rendu d'une réunion, citation d'une source, synthèse de contenus, diapositives, rapports texte-image, entre autres). Étant donné l'importance de la recherche d'un stage dans la formation en M2, un accent est mis sur les différentes étapes d'une candidature, depuis le choix des employeurs à contacter jusqu'aux entretiens d'embauche, en passant par l'élaboration des CV et la mise en valeur des profils professionnels (compétences).

Contrôle de connaissances

1ere session Régime général et régime dérogatoire : contrôle continu, 1 production écrite intermédiaire et 1 dossier final (document écrit avec soutenance à l'oral).

2eme session : 100% épreuve écrite.

Quelques références

GIAMMATTEO Mable, GUBITOSI Patricia, PARINI Alejandro (eds.), *El español en la red*, Madrid-Frankfurt, Iberoamericana-Vervuert, 2017.

VANGHEUCHTEN Lieve, *El léxico del discurso económico empresarial: identificación, selección y enseñanza en Español como Lengua Extranjera con Fines Específicos*, Madrid-Frankfurt, Iberoamericana-Vervuert, 2005.

Anglais

Mme Jiguet-Jiglaire

Mme Jiguet-Jiglaire

Renforcer le niveau d'anglais et mieux connaître les codes de la communication orale et écrite par l'initiation aux techniques journalistiques

Présentation :

La découverte des différents outils de communication, notamment développés par la presse papier, audio et télévisuelle, permet de s'adapter aux contraintes des médias du digital.

Au programme :

- Apprentissage sous forme d'ateliers ;
- Pratique de l'interview (journalistique, institutionnelle, entretien de recrutement) ;
- Montage d'un projet événementiel en complément de l'apprentissage des compétences ;
- Exercices de rédaction (Discours, Newsletter, Press Release, Yearbook ou Magazine du MIT LEA) ;
- Gestion de crise ;

-Planification événementielle (Journée thématique, Collecte solidaire, Concours, etc.).

Objectifs : Acquisition d'une posture professionnelle, amélioration en langue anglaise et en communication de base.

Évaluation :

Contrôle continu **avec participation active et obligatoire** : 50% écrit – 50% oral

Contrôle dérogatoire : 100% écrit

Contrôle de seconde chance : 100% écrit

Bibliographie :

« Journal-ease », Judith ANDREYEV, Bréal éditions ;

« La Grammaire pratique de l'Anglais », Serge BERLAND-DELEPINE, Ophrys ;

« Job Interview », Christel DIEHL, PUF ;

«News Writing », George HOUGH, Houghton Mifflin éditions ;

« Le journalisme en pratique » (Reporters solidaires), Christine COGNAT et Francis VIAILLY, PUG ;

« Manuel de journalisme » (L'écrit et le numérique), Yves AGNES, La découverte ;

« Manuel de la rédaction » (Les techniques journalistiques de base), Jean-François BEGE ;

« Répondre à l'interview d'un journaliste », (guide de média training), Eric COUTARD ;

« Droit des médias », Emmanuel DERIEUX, DALLOZ.

Italien

Vous pouvez aussi opter pour l'**Italien avancé exclusivement**

1ème étape : m'inscrire dans mon cours LANSAD

Se munir de son numéro d'étudiant.

Ensuite, rendez-vous sur > e-campus > <https://e-campus.u-pec.fr/>

Inscription aux cours, dans la limite des places disponibles.

2ème étape : intégrer mon premier cours

Attention ! Vous devez suivre les cours dans le TD choisi lors de votre inscription en ligne.

Emplois du temps (horaires + salles) à consulter sur le site Internet (> <https://ade.u-pec.fr/jsp>) et sur les panneaux d'affichage LANSAD (Campus centre, bâtiment i).

L'inscription définitive se fait après présentation des justificatifs demandés (photocopie du livret scolaire du lycée et du relevé de notes de tous les semestres précédents). Sans ces justificatifs, exigés lors du premier cours, l'inscription en ligne ne sera pas validée, les étudiants ne seront pas inscrits. Cette règle sera strictement respectée.

Pour en savoir plus, consulter le livret LANSAD sur le site Internet de la Faculté :

<http://lettres-sh.u-pec.fr> > Formation initiale > LANSAD

Contact pour les enseignements LANSAD

Campus centre, bâtiment i, bureau i2 112

Tél. 01 45 17 66 85/01 45 17 11 87

sec.lansad-llsh@u-pec.fr

❖ UE 4: Stage

Le stage est l'occasion, pour l'étudiant, d'approfondir et d'élargir les connaissances acquises au Département. Après une brève période d'observation, l'étudiant doit participer à la vie de l'entreprise et être placé en situation de responsabilité.

- Le stage donne lieu à la rédaction d'un mémoire soutenu devant un jury constitué de deux enseignants et d'un professionnel. Les stages à l'étranger sont fortement recommandés.
- Un *Guide des stages* est distribué aux étudiants en janvier ; les indications de calendrier, de forme et de contenu doivent être toutes respectées sous peine de non-validation du stage. Chaque étudiant bénéficie par ailleurs, pendant son stage, de l'encadrement d'un enseignant.
- Stage en entreprise d'une durée de 24 semaines (6 mois maximum).
- Les conventions doivent être établies en **4 exemplaires** (**5 exemplaires** pour les stages à l'étranger) dûment signés par l'entreprise, l'étudiant, la direction du Département et le Doyen de l'UFR de Lettres.

Défaillance

L'UE Stage est un ensemble : **Stage + Mémoire + Soutenance**.

Il va de soi qu'un stage non effectué ne peut être rattrapé pour la 2^e session (compte tenu de la durée obligatoire de 24 semaines).

Toutefois, un étudiant qui aura effectué complètement son stage et aura remis son rapport en temps et en heure mais qui aura été défaillant lors de la soutenance pourra, si cette défaillance est justifiée, faire la demande d'une soutenance pendant la session de rattrapage.

Marchés anglophones

Responsables : Mme Jiguet-Jiglaire

Modalités de contrôle des connaissances

Semestre 3

❖ E C T S	❖ UE 1 : Management international	Examen Régime Général				Examen Régime Déroatoire		2 ^e session	
		Contrôle continu		Examen terminal		Ecrit %	Oral %	Ecrit %	Oral %
		Ecrit %	Oral %	Ecrit %	Oral %				
2	ECUE 1 Management interculturel CM			100		100		100	
2	ECUE 2 Modes de présence et stratégies des firmes CM			100		100		100	
2	ECUE 3 Techniques financières CM			100		100		100	
2	ECUE 4 Méthodologie de la recherche en gestion CM			100		100		100	
2	ECUE 5 Techniques export CM			100		100		100	
2	ECUE 6 Contrôle de gestion CM			100		100		100	
3	ECUE 7 Politiques marketing			100		100		100	
3	ECUE 8 Spécificités juridiques et fiscales			100		100		100	
❖ E C T S	❖ UE 2 : Connaissances des territoires et langues étrangères								
3	ECUE 1 Enjeux de la mondialisation dans les aires anglophones (GB et US) CM			100		100		100	
2	ECUE 2 Langue A Anglais : Négociation internationale interculturelle TD	50	50	100		100		100	
2	ECUE 3 Langue A Anglais : Traduction économique et commerciale TD	100		100		100		100	
1	ECUE 4 Langue B Espagnol / Allemand / Russe Négociation internationale interculturelle	100		100		100		100	

1	ECUE 5 Langue B Espagnol / Allemand / Russe Traduction économique et commerciale	100				100		100	
ECTS	UE 3: Option langue								
3	Langue C	50	50	100		100		100	

Semestre 4

❖ E C T S	UE 4 : Stage	Examen Régime Général				Examen Régime Dérégatoire		2 ^e session	
		Contrôle continu		Examen terminal					
		Ecrit %	Oral %	Ecrit %	Oral %	Ecrit %	Oral %	Ecrit %	Oral %
30	Stage	Mémoire (50) + soutenance (50)				Mémoire + soutenance		Mémoire + soutenance	

UE 1 : MANAGEMENT INTERNATIONAL

UE 1 ECUE 1 Management Interculturel

Mme Chevallier

1. Objectifs et Méthode

Dans un contexte devenu global et ultra compétitif, ce cours dispensé en anglais et en français vise à apporter une compréhension des défis actuels en matière de management interculturel. Il permet de découvrir les méthodes, notions et outils clés développés jusqu'à ce jour pour mieux manager, négocier et communiquer avec des personnes issues d'autres cultures. Au cœur de l'approche EDI (équité, diversité et inclusion) en entreprise, il vise ainsi à apporter aux étudiants une compétence très recherchée aujourd'hui : la facilité d'intégration au sein d'équipes internationales et la compréhension des risques et enjeux de l'interculturel.

- 2. Programme

Définition de la notion de culture, identification et prise de conscience de sa propre culture.
Découverte & mise en application des concepts de l'iceberg de E.T. Hall, du DMIS de M. J. Bennett, du NIH syndrome de Dan Ariely et des dimensions culturelles selon E.T. Hall, G. Hofstede, F. Trompenaars et E. Meyer.

Réflexion sur les contextes interculturels : risques et opportunités en entreprise.

Définition & champ d'application du Management Interculturel : comment manager, négocier et communiquer dans un contexte international.

Bibliographie

E. T. HALL, *The Silent Language*, 1959, *The Hidden Dimension*, 1966, [Beyond Culture](#) 1976. E. MEYER, 2014 - *The Culture Map: Breaking Through the Invisible Boundaries of Global Business*. MILTON J BENNETT, *Basic Concepts of Intercultural Communication: Paradigms, Principles, and Practices*, [Intercultural Press](#), 2013, G. HOFSTEDE, ["Cultures and Organizations: Software of the Mind"](#), 1993.

UE 1 ECUE 2 Modes de présence et stratégie des firmes

Mme Guillin

Objectifs du cours :

- Comprendre les différents modes d'entrée sur les marchés étrangers.
- Analyser les déterminants du choix entre exportation, partenariats et investissements directs.
- Évaluer les avantages, coûts et risques associés à chaque stratégie.
- Appliquer ces concepts à des cas concrets d'entreprises.

Compétences visées :

- Identifier les stratégies d'internationalisation des firmes.
- Comparer et critiquer différents modes de présence.
- Construire une analyse stratégique d'entrée sur un marché.
- Développer une approche réflexive sur la mondialisation des activités.

Descriptif du cours :

Ce cours propose une introduction aux différents modes de présence à l'international et à leurs implications stratégiques. Après une mise en perspective des déterminants du choix d'implantation, nous analyserons successivement les principales options : l'exportation (directe et indirecte), les partenariats internationaux (licences, franchises, joint-ventures, alliances stratégiques) et l'investissement direct à l'étranger (filiales, acquisitions, créations). Chaque approche sera illustrée par des études de cas réels afin de mettre en évidence leurs avantages, limites et risques.

Bibliographie indicative :

- Markusen, J. R. (2002). *Multinational Firms and the Theory of International Trade*. MIT Press.
- Dunning, J. H. et S.M Lundan (2008). *Multinational Enterprises and the Global Economy*. Edward Elgar Publishing.

❖ UE 1 ECUE 3 Techniques financières

M. Leboiteux & M. Penza

1.Objectifs

Ce module a pour objectif de familiariser les étudiants avec les problématiques et les nouveaux enjeux du commerce international ainsi que les réponses financières apportées pour la bonne réalisation d'une transaction internationale et son financement. Ce module est illustré de cas pratiques et concrets.

2. Thèmes abordés

- les problématiques actuelles du commerce international
- les risques à l'international
- Les acteurs de l'écosystème international - du producteur à l'utilisateur final - dans la supply chain
- Le rôle des banques, des acteurs financiers et des assureurs
- Le rôle de la réglementation et de la conformité dans les transactions internationales
- Les instruments de paiement et de sécurisation du commerce international, de l'encaissement documentaire au crédit documentaire
- Les garanties internationales comme outil de sécurisation d'une transaction
- SBLC, crédits adossés ou transférables : des formes spécifiques des produits de Trade Finance
- Financement d'une transaction et du cycle commercial international
- Digitalisation, quel avenir pour le Trade Finance ?

3. Bibliographie

- GRATH, Anders Grath, *International Trade and Finance*, Kogan Page, 2013.
- ICC Global Trade - Securing Future Growth 2022 (to be downloaded on ICC.org)
- LEBOITEUX, David, *Trade Finance, les banques et le financement transactionnel du commerce international*, Gualino, 2023
- MARTINI, Hubert, Dominique DEPREE, Christian CAZENOVE, *Crédits documentaires, lettres de crédit Stand-By, Cautions et garanties*, RB Edition, 2019.

❖ UE 1 ECUE 4 Méthodologie de la recherche en gestion

Mme Guilloux

1. Objectifs et Méthodes

Réussir un projet de recherche exige beaucoup de rigueur. Ce cours apporte une aide à l'étudiant en master qui doit rédiger un mémoire de recherche en management. Il éclaire la notion de paradigme épistémologique, la construction d'un objet de recherche et les implications méthodologiques. Des exemples d'articles de recherche viendront illustrer les propos de l'intervenant.

2. Thèmes abordés

Philosophie des sciences

Inscrire son projet dans un cadre épistémologique

Spécifier l'objet de recherche : champ d'étude, choix d'un cadre théorique, problématique, hypothèses

Collecter et traiter des données

Méthodes qualitatives, Méthodes quantitatives etc...

Structurer et communiquer les résultats de recherche

3. Bibliographie

-Beaulieu P., Kalika M. (2015), La création de connaissance par les managers, EMS.

-Cooper Donald (2019), Business Research: A Guide to Planning, Conducting, and Reporting Your Study, Sage.

-Gavard Perret et al. (2018), Méthodologie de la recherche : réussir son mémoire ou sa thèse en sciences de gestion, Pearson.

-Van Aken J. et al. (2018), Problem solving in organizations: a methodological handbook for business and management students, Cambridge.

❖ UE 1 ECUE 5 Techniques export

M.Perez

1. Objectifs

Ce cours a pour but d'approfondir les bases du commerce international et d'étudier, plus particulièrement, l'organisation d'une opération d'importation ou d'exportation, le rôle des douanes, l'impact des coûts de transport et d'assurance. Seront aussi évoqués les modes de paiement international et les incoterms au sein des entreprises de la zone ibérique et d'Amérique latine et à l'international

Un zoom particulier sera fait sur les pays anglophones.

Les études de cas des différentes pratiques seront donc liées aux pays de la zone étudiée.

2. Programme

I. Gestion opérationnelle des exportations et des importations

Les acteurs de la chaîne de transport (exportateurs, commissionnaires, transporteurs, autorités...)

II. Gestion documentaire

Quelles procédures et quels documents sur les pays hors Union Européenne ?

Les envois à particularités (marchandises dangereuses, animaux vivants, périssables, objets d'art, ...)

III. Sécuriser les paiements à l'international

Opérations commerciales de biens de consommation courante

Gestion des litiges et recommandations contractuelles

UE 1 ECUE 6 Contrôle de gestion

M. Njiki

1. Objectifs et Méthodes

Cet enseignement a pour objectif la compréhension et l'approfondissement des notions de contrôle de gestion. Il permet de comprendre les mutations du contrôle de gestion, de découvrir et maîtriser les méthodes et outils du contrôle de gestion pour piloter la performance d'une organisation. Plus largement, il vise à rendre les étudiants aptes à s'inscrire dans une logique budgétaire au sein d'une entreprise, à comprendre les mécanismes d'élaboration des plans, budgets et tableau de bord, à analyser les résultats et les écarts.

Programme

- Introduction : Les mutations du contrôle de gestion et ses nouvelles formes.
- Le processus d'élaboration des budgets et le contrôle budgétaire
- Contrôle des résultats et mesure de performance
- Tableau de bord et reporting

Bibliographie

Comptabilité analytique et contrôle de gestion, Alain Mikol, Hervé Stolowy, Dunod, 1993.

Contrôle de gestion, Claude Alazard, Sabine Separi, Dunod, 2007.

Contrôle de gestion, contrôle d'entreprise et gouvernance, , 7^{ème} édition PUF 2007

Contrôle de gestion, G. Langlois, C. Bonnier manuel (DECF) épreuve 7 Foucher 1998

Management et contrôle de gestion, DSCG3, par JOUGLEUX M., LIVIAN Y-F, édition Foucher, 2007

UE 1 ECUE 7 Politiques Marketing

M. Gravet

Les étudiants vont acquérir des compétences : construire un plan marketing, mettre en pratique la méthodologie marketing, présenter un plan marketing en 3 minutes. Ils vont acquérir des outils théoriques sur les différentes étapes d'un plan marketing et le rôle et la place des principaux outils dans le plan marketing. Le cours suivra : le plan marketing : la carte vitale de l'entreprise, les acteurs, la méthode, les outils, les analyses de plans marketing d'entreprises et comment vendre un plan marketing. La méthode pédagogique consiste à appréhender, apprendre et appliquer et l'utilisation d'outils interactifs et des mises en pratique avec des études de cas et la création de projets.

“LE MARKETING DE A À Y, ROMAN INACHEVÉ” DE FRANÇOIS GRAVET OFFERT EN DÉBUT DE COURS.

« MARKETING MANAGEMENT » DE PHILIPPE KOTLER

UE 1 ECUE 8 Spécificités juridiques et fiscales

Mme Pelese

Course description

The purpose of the course is to communicate to students an understanding of the common law system of law and its application in the area of business. For students coming from a civil law system, the common law system, with its emphasis on individual responsibility and personal freedom can pose challenges. This is particularly true in the area of business law where practical differences with the system employed in civil law countries such as France can be significant. It is hoped in our time together to develop a true understanding of the common law and by way of example its application in the area of contract law and other areas of commercial.

Description du cours

Le but du cours est de communiquer aux étudiants une compréhension du système de droit de *common law* et de son application dans le domaine des affaires. Pour les étudiants issus d'un système de droit civil, le système de common law, qui met l'accent sur la responsabilité individuelle et la liberté personnelle, peut poser des défis. Cela est particulièrement vrai dans le domaine du droit des affaires où les différences pratiques avec le système utilisé dans les pays de droit civil comme la France peuvent être importantes. On espère après notre temps ensemble de développer une véritable compréhension de la common law et, à titre d'exemple, son application dans le domaine du droit des contrats et d'autres domaines en droit des affaires.

Bibliography

Text relied on in class

Introduction to the Common law Volume 2, *Griffin (Patrick)*, Amazon.fr (Kindle or paper version available with interactive supports)

Other support texts

Introduction to Law, *Hagge (Jappe)*

Introduction to Business Law, *Jones (Lucy)*

Introduction to Commercial law, *Tillyard (Frank)*

UE 2 : CONNAISSANCES DES TERRITOIRES ET LANGUES ÉTRANGÈRES

UE 2 ECUE 1 Langue A Enjeux de la mondialisation dans les aires anglophones (GB et US) CM

Grande-Bretagne

Mme Nativel

Programme

L'objectif de ce cours est de permettre aux étudiants d'appréhender les principaux enjeux et problèmes auxquels fait face la Grande-Bretagne dans le contexte de la mondialisation, du Brexit et de la crise sanitaire. Les thèmes étudiés comprennent le fossé Nord-Sud, la

désindustrialisation, le déclin économique, le chômage et les inégalités sociaux-spatiales. Le cours aborde ces questions par le prisme des théories de la géographie économique et des politiques publiques territoriales. Ainsi l'analyse se porte davantage sur les villes et régions du Royaume-Uni que sur l'économie nationale. Divers concepts sont étudiés : la dévolution, la gentrification, la renaissance urbaine, les clusters, les marchés locaux du travail, les régions apprenantes, la résilience régionale, la gouvernance multi-niveaux, les partenariats locaux, etc. Le cours explore également les dispositifs mis en oeuvre en matière de développement économique local, de création d'emplois, de renaissance urbaine, etc. L'application de ces concepts et dispositifs aux territoires du Royaume-Uni sera illustrée par des études de cas qui s'appuieront sur un ensemble de données qualitatives et quantitatives.

Ouvrages de référence

Coe, N. & Jones, A., *The Economic Geography of the UK*, London, Sage, 2012.
Dorling, D. & Bethan Thomas, Bankrupt Britain. *An Atlas of Social Change*, Bristol, Policy Press, 2011.
Fée, D. & Kober-Smith, A. (eds), *Inequalities in the UK: New Discourses, Evolutions and Actions*, Emerald Publishing, 2018.
Pike, A., Rodriguez-Pose, A. & Tomaney, J., 2006, *Local and Regional Development*, Oxford, Routledge, 2006.

Etats-Unis

M. Porc

The American Superpower in a "New World Order"?

1. Program

The class analyzes the United States as "Superpower" in the 21st century, its economic and geopolitical role in this increasingly complex and contradictory environment. Courses include the history of the US postwar Superpower, competitiveness from economic and regional standpoints, US Trade policy: relations with major partners and emerging markets, financial globalization. Notions of international trade and monetary policy are studied in historical perspective.

A brochure will be provided to students in class and on the on-line teaching platform. Students are expected to read the English-language press to keep abreast of current trade issues, notably *The Economist*.

2. Bibliography

Irwin, D. A., *Clashing over Commerce: A History of US Trade Policy (Markets and Governments in Economic History)*, Chicago, University of Chicago Press, 2017

UE 2 ECUE 2 Langue A Anglais : Négociation internationale interculturelle

M. Porc

1. Objectifs et Méthodes

La partie Cours Magistral (CM) présentera la négociation internationale, ses tactiques et ses stratégies.

La partie Travaux Dirigés (TD) du cours d'anglais des affaires a pour objectif de développer les capacités de négociation des élèves-négociateurs sur le plan linguistique, tout en maîtrisant des apports théoriques et techniques. Il se base sur la méthode originale d'enseignement de la négociation de projet développée par l'enseignante, celle qui consiste à partir de la constitution d'un Plan de négociation, approche à la fois systématique et globale.

2. Bibliographie

Des brochures sont distribuées aux étudiants. La maîtrise de leur contenu ainsi que celui des manuels qui suivent est obligatoire pour les deux régimes (Régime continu et Régime dérogatoire)

MACKENZIE, I. (2010), *A Course for Business Studies and Economics*, Cambridge, Professional English

VUILLOD, M., KESSELMAN, D. (2004), *La Négociation de projet : des objectifs à la réalisation*, Paris, Editions TECHNIP.

UE 2 ECUE 3 Langue A Anglais : Traduction économique et commerciale

Mme Jaccon

Objectifs et Méthodes :

L'objectif de ce cours sera d'affiner les techniques de traduction des étudiants en anglais et en français économiques et commerciaux. Il s'agira de renforcer la syntaxe, la grammaire, l'orthographe et le vocabulaire des étudiants par la traduction de documents variés et pertinents vis à vis de leur futur environnement professionnel, tel que des contrats ou des articles de presse spécialisée.

UE 2 ECUE 4 Langue B Allemand / Espagnol

Négociation internationale interculturelle

Allemand

M. Menant

Objectif et Méthode

L'histoire des concepts de négociation internationale et de négociation interculturelle est retracée sous l'angle des débats auxquels ils ont donné lieu en Allemagne depuis le début des années 1980. La réception en Allemagne des différents modèles d'analyse de la négociation internationale et de la négociation interculturelle amène à se poser la question des spécificités éventuelles d'une culture allemande de la négociation. Dans le même temps la diffusion des modèles de négociation raisonnée en Allemagne amène à souligner l'importance qu'y a l'analyse des processus de négociation. Ce cours consiste à familiariser les étudiants à la maîtrise de formules et expressions spécifiques aux dialogues et négociations dans le monde professionnel en allemand. Lecture, commentaire et analyse de textes actuels traitant de la culture d'entreprise, de la négociation internationale et de la négociation interculturelle en Allemagne.

Bibliographie

BÜHRING-UHLE C. / EIDENMÜLLER H. / NELLE A., *Verhandlungsmanagement, Analyse, Werkzeuge, Strategien*, Beck, 2009.

SMYSER W., How Germans negotiate, Logical Goals, Practical Solutions, United States Institute of Peace Press, 2003.

VOETH M. / HERBST U., Verhandlungsmanagement - Planung, Steuerung und Analyse, 2. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart 2015.

Espagnol

M. Jiménez

Ce cours introduit aux théories qui abordent la négociation comme un processus de dissolution des divergences d'intérêt entre deux ou plusieurs parties (B. Barry et al., 2012 ; S. García & R. Domínguez, 2003). L'étude de l'interculturalité, au sens de prise de recul par rapport à soi-même et par rapport aux réductionnismes qui concernent les autres (M. Preitcelle, 2011 ; O. Meunier, 2014), constitue un enjeu majeur du programme. En complément des lectures spécialisées, l'analyse d'entretiens, de témoignages et d'extraits de films permettra d'explorer divers secteurs d'activité : écriture, traduction, édition, marketing digital, logistique, coopération internationale, tourisme, événementiel, marketing social, culture artistique, entre autres. Sur le plan pratique, il s'agit également d'attirer l'attention sur la place qui revient à l'espagnol dans le marché des services et des prestations, et sur les savoir-faire qui font partie de l'horizon professionnel des étudiant.e.s en LEA. Dans cette perspective, des mises en situation de négociation seront menées à l'aide des pratiques théâtrales.

Contrôle de connaissances :

1ere session Régime général et régime dérogatoire : 1 travail écrit intermédiaire et 1 dossier (écrit avec soutenance à l'oral)

2eme session : 100% 1 examen écrit.

Quelques références

BARRY Bruce, LEWICKI Roy y SAUNDERS David (2012, 1a ed. 2001), Fundamentos de negociación, tr. Nora Martínez Suárez y Pilar Obón León, México, McGraw-Hill/Interamericana.

BLANCHET Philippe et COSTE Daniel (dir.), Regards critiques sur la notion d'interculturalité, Paris, L'Harmattan, 2010.

EGAÑA Juan Enrique (2012), Procesos de negociación internacional, Editorial Académica Española.

GARCÍA DAUDER Silvia y DOMÍNGUEZ BILBAO Roberto (2003), Introducción a la teoría de la negociación, Madrid, URJC-Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales.

GUILLAND Marie-Laure y OJEDA Diana (2012) « Indígenas 'auténticos' y campesinos 'verdes'. Los imperativos identitarios del turismo en Colombia », Colombia, tierra de pelea : le(s) conflit(s) au cœur de la société (dir. Nadège Mazars et Marie-Laure Guillard)/Cahiers des Amériques latines, 71 [en línea], p. 119-144.

LLINÁS TOLEDO Fernando (2004), « Los negociadores y el dilema para negociar » [en línea], Económicas CUC, 28, p. 76-83.

LIEBER Andreas (2013), « La capacidad intercultural para la internacionalización de empresas », Éxito empresarial [en línea], 244.

MALDONADO CAÑÓN Karen Dayana (2007), « La interculturalidad de los negocios internacionales », Univ. Empresa, 6 (12), p. 261-291.

MARÍN SALAMERO Maite (2011), Interculturalidad en el entorno laboral [en línea], Generalitat de Catalunya-Departament d'Empresa i Ocupació.

MEUNIER Olivier (ed.), Cultures, éducation, identité. Recompositions socioculturelles, transculturalité et interculturalité, Arras, Artois Presses Université, 2014, coll. « Éducation et formation ».

PRETCEILLE Martine, « La pédagogie interculturelle : entre multiculturalisme et universalisme », Linguarum Arena, vol. 2, 2011, p. 91-101.

UE 2 ECUE 5 Langue B Allemand/ Espagnol

Traduction économique et commerciale

Allemand

Mme Crélot

Objectif et méthodes

Le cours de traduction économique et commerciale attire l'attention sur les spécificités de l'espace germanophone en matière de traduction économique et commerciale. L'objectif du cours est la familiarisation avec les outils du management de projet international, et plus précisément du management de projet franco-allemand en matière de traduction économique et commerciale. La traduction, conçue comme projet international, suppose une démarche transversale et une parfaite connaissance de champs lexicaux multiples auxquels introduit le cours.

Compétences acquises

Le pilotage de projets franco-allemands en matière de traduction économique et commerciale est maîtrisé dans ses différentes dimensions théoriques et pratiques. La révision systématique des champs lexicaux spécialisés permet une approche synthétique et transversale de la gestion de projet.

Espagnol

Mme Duchêne

Objectifs : Aborder la traduction (version et thème) économique et commerciale selon une perspective analytique : apprendre à décoder et encoder un texte en respectant les spécificités culturelles, sémantiques et linguistiques (styles, registres). Savoir consulter les références terminologiques adéquates. Savoir utiliser les textes parallèles ainsi que des ressources documentaires et dictionnaires spécialisés.

Méthode : Traduction de textes de divers styles, genres, sujets et formats. Mise en contexte de l'acte de traduction. Apprentissage de différentes techniques de recherche d'informations et stratégies de traduction. Travail terminologique. Analyse des textes à traduire et développement de la réflexion autour de la traduction.

Bibliographie

La lecture régulière de la presse (et des sites Internet) spécialisée est un outil indispensable.

Ouvrages fondamentaux pour approfondir la langue des affaires : Dictionnaires à partir des expressions de la langue française et leur traduction en langue espagnole et ouvrage d'entraînement à la traduction.

BENEZECH J.L., « *El comercio* », Palabras, Ellipses, 2003, p. 574-605

CHAPRON Jean, GERBOIN Pierre, *Dictionnaire de l'espagnol économique, financier et commercial*, Pocket, La langue pour tous, 2008.

CHARTIER C., ZUILLI M., « *El mundo de los negocios* », Palabras, Ellipses, 2003, p. 492-526

CHARTIER C., *Palabras*, « *Finanzas* », Ellipses, 2003, p. 527-573

ECO Umberto, *Dire presque la même chose : Expérience de traduction*, Grasset, 2007.

GOUADEC Daniel, *Traduction, terminologie, rédaction. Traduction spécialisée : chemins parcourus et autoroutes à venir ; Traduire pour le Web*, La Maison du dictionnaire, 2007.
GOUADEC Daniel, *La traduction, le traducteur et l'entreprise* ; AFNOR, Paris 1990 (collection AFNOR GESTION)
GILE Daniel, *La Traduction la comprendre, l'apprendre*, PUF Linguistique nouvelle, 2005.
LAZCANO Marc, *Vocabulaire espagnol - Economie, politique, société*, Collection Cursus, Armand Colin, 2008.
LOZANO, R., *Vademecum del traductor*. Página web del traductor autónomo Ricard Lozano. Consultable à l'adresse : <http://www.rlozano.com/>
Dictionnaire de l'Académie des Sciences commerciales édité par le CILF, en ligne : www.academie-des-sciences-commerciales.fr

UE3. OPTION LANGUE

ECUE 1: LANGUE C

Les étudiants doivent choisir une troisième option parmi les choix proposés ci-dessous.

Allemand Débutant **Mme Herms**

Description : Ce cours de niveau débutant permet aux étudiants n'ayant aucune base linguistique en allemand d'appréhender les fondamentaux de grammaire et du vocabulaire de la langue allemande.

Objectifs : Acquisition des compétences grammaticales, lexicales et communication de base pour une approche professionnelle.

Évaluation :

Contrôle continu : 50% écrit – 50% oral

Contrôle dérogatoire : 100% écrit

Contrôle de seconde chance : 100% écrit

Prérequis : aucun

Compétences visées : Ce cours vise à initier les étudiants à la langue allemande dans le but d'acquérir des compétences de base en communication écrite et orale

Russe débutant

Description : Ce cours de niveau débutant permet aux étudiants n'ayant aucune base linguistique en russe, d'appréhender les fondamentaux de grammaire et du vocabulaire, apprendre l'alphabet cyrillique (lire et écrire), la prononciation correcte avec des accents toniques.

Objectifs : Acquisition des compétences grammaticales, lexicales et communication de base pour une approche professionnelle.

Evaluation : Contrôle continu : 60% - contrôle continu, 40% partiel final Contrôle dérogatoire : Une épreuve écrite 1 h Contrôle de seconde chance : Une épreuve écrite ou orale

Prérequis : aucun

Compétences visées : Ce cours vise à initier les étudiants à la langue russe, à l'alphabet cyrillique, apprendre la prononciation avec l'accent tonique correct, les bases de lecture et de conversation

Bibliographie : Manuel « 5 Etoiles » I.V.Kaznychkina, Moscou, Russkiy Yazyk, 2016.

Ressources pédagogiques : L'enseignant fournit aux étudiants un dossier d'enseignement contenant des textes adaptés à leur niveau

Espagnol

Mme Grillo et M. Ramírez Elizalde

Mme Grillo

Programme et objectifs

Le cours proposera de travailler sur les relations entre art et publicité, leur complémentarité, et s'appuiera pour ce faire sur des connaissances solides du marketing et de la communication afin d'exploiter des références culturelles espagnoles.

Méthode

Il s'agira de travailler divers supports théoriques portant sur l'esthétique, l'art hispanique en lien avec le marketing (articles et documents actuels ; rédaction de synthèse ; analyse de supports vidéo utiles à la préparation de l'oral d'examen) afin de saisir les relations et Acteurs de l'univers culturel et publicitaires à

Evaluation

RG/RD : présentation d'une étude de cas à l'oral

Bibliographie

Une bibliographie sera fournie en cours.

M. Ramírez Elizalde

Arts et imaginaires culturels autour du monde hispanophone/

Ce cours prend appui sur le concept d'imaginaire(s)/imaginario(s) pour mettre en regard des œuvres artistiques et des opérations de marketing, afin d'interroger certaines façons de comprendre et de percevoir le monde hispanophone. Les arts et la publicité seront des domaines de référence pour explorer l'imbrication entre culture populaire, culture de masse et culture dite savante. Des discours publicitaires sur certains produits – par exemple, le tabac et les fruits tropicaux – à l'exploitation commerciale des figures polémiques – dont Che Guevara et Pablo Escobar –, de la réappropriation artistique des traditions culturelles – de l'Andalousie, par exemple – aux regards des artistes sur les problématiques de notre temps – exclusion, fermeture des frontières, mémoire des violences politiques, entre autres –, il s'agit de déconstruire un certain nombre d'images stéréotypées à propos des processus historiques et culturels de l'Espagne et l'Amérique latine.

Contrôle de connaissances

1ere session Régime général et régime dérogatoire : contrôle continu, 1 épreuve écrite (1 heure) et 1 dossier (document écrit avec soutenance à l'oral).

2eme session : 100% épreuve écrite de 2 h.

Quelques références

CASTORIADIS Cornelius, L'institution imaginaire de la société. Paris, Seuil, 1975.

DUVIOLS Jean-Paul, Dictionnaire culturel. Amérique latine (Pays de langue espagnole), Paris, Ellipses, 2000.

GARCÍA CANCLINI Néstor, «Ni folklórico ni masivo, ¿qué es lo popular?», Diálogos de la comunicación, n°17, 1987.
 HALL Stuart, «Notas sobre la deconstrucción de “lo popular”», Historia popular y teoría socialista, Barcelona, Crítica, 1984.
 LEMOGODEUC Jean-Marie (Coord.), L'Amérique hispanique au XXe siècle. Identités, cultures et sociétés, Paris, PUF, 1997.
 MARTÍN-BARBERO Jesús, De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía, Barcelona, Gili, 1987.
 PÉREZ Claude-Pierre, «L'imaginaire : naissance, diffusion et métamorphoses d'un concept critique ». Littérature 173 [en línea], 2014, p. 112-116.
 SILVA Armando, Imaginarios urbanos, Bogotá, Arando, 2006.
 SILVA Armando et al., « Los imaginarios sociales desde Armando Silva, sus avances, transformaciones y productos » (entrevista), Campos 4/1 [en línea], 2016, p. 81-100.

Anglais

Mme Jiguet-Jiglaire

Mme Jiguet-Jiglaire

Renforcer le niveau d'anglais et mieux connaître les codes de la communication orale et écrite par l'initiation aux techniques journalistiques

Présentation :

La découverte des différents outils de communication, notamment développés par la presse papier, audio et télévisuelle, permet de s'adapter aux contraintes des médias du digital.

Au programme :

- Apprentissage sous forme d'ateliers ;
- Pratique de l'interview (journalistique, institutionnelle, entretien de recrutement) ;
- Montage d'un projet événementiel en complément de l'apprentissage des compétences ;
- Exercices de rédaction (Discours, Newsletter, Press Release, Yearbook ou Magazine du MIT LEA) ;
- Gestion de crise ;
- Planification événementielle (Journée thématique, Collecte solidaire, Concours, etc.).

Objectifs : Acquisition d'une posture professionnelle, amélioration en langue anglaise et en communication de base.

Évaluation :

Contrôle continu **avec participation active et obligatoire** : 50% écrit - 50% oral

Contrôle dérogatoire : 100% écrit

Contrôle de seconde chance : 100% écrit

Bibliographie :

- « Journal-ease », Judith ANDREYEV, Bréal éditions ;
- « La Grammaire pratique de l'Anglais », Serge BERLAND-DELEPINE, Ophrys ;
- « Job Interview », Christel DIEHL, PUF;
- «News Writing », George HOUGH, Houghton Mifflin éditions ;
- « Le journalisme en pratique » (Reporters solidaires), Christine COGNAT et Francis VIAILLY, PUG ;
- « Manuel de journalisme » (L'écrit et le numérique), Yves AGNES, La découverte ;
- « Manuel de la rédaction » (Les techniques journalistiques de base), Jean-François BEGE ;
- « Répondre à l'interview d'un journaliste », (guide de média training), Eric COUTARD ;

« Droit des médias », Emmanuel DERIEUX, DALLOZ.

Italien

Vous pouvez aussi opter pour l'**Italien avancé** **exclusivement**

1ème étape : m'inscrire dans mon cours LANSAD

Se munir de son numéro d'étudiant.

Ensuite, rendez-vous sur > e-campus > <https://e-campus.u-pec.fr/>

Inscription aux cours, dans la limite des places disponibles.

2ème étape : intégrer mon premier cours

Attention ! Vous devez suivre les cours dans le TD choisi lors de votre inscription en ligne.

Emplois du temps (horaires + salles) à consulter sur le site Internet (> <https://ade.u-pec.fr/jsp>) et sur les panneaux d'affichage LANSAD (Campus centre, bâtiment i).

L'inscription définitive se fait après présentation des justificatifs demandés (photocopie du livret scolaire du lycée et du relevé de notes de tous les semestres précédents). Sans ces justificatifs, exigés lors du premier cours, l'inscription en ligne ne sera pas validée, les étudiants ne seront pas inscrits. Cette règle sera strictement respectée.

Pour en savoir plus, consulter le livret LANSAD sur le site Internet de la Faculté :

<http://lettres-sh.u-pec.fr> > Formation initiale > LANSAD

Contact pour les enseignements LANSAD

Campus centre, bâtiment i, bureau i2 112

Tél. 01 45 17 66 85/01 45 17 11 87

sec.lansad-llsh@u-pec.fr

❖ UE 4 : Stage

- Le stage est l'occasion, pour l'étudiant, d'approfondir et d'élargir les connaissances acquises au Département. Après une brève période d'observation, l'étudiant doit participer à la vie de l'entreprise et être placé en situation de responsabilité.
- Le stage donne lieu à la rédaction d'un mémoire soutenu devant un jury constitué de deux enseignants et d'un professionnel. Les stages à l'étranger sont fortement recommandés.
- Un *Guide des stages* est distribué aux étudiants en janvier ; les indications de calendrier, de forme et de contenu doivent être toutes respectées sous peine de non-validation du stage. Chaque étudiant bénéficie par ailleurs, pendant son stage, de l'encadrement d'un enseignant.
- Stage en entreprise d'une durée de 24 semaines (6 mois maximum).
- Les conventions doivent être établies en **4 exemplaires** (**5 exemplaires** pour les stages à l'étranger) dûment signés par l'entreprise, l'étudiant, la direction du Département et le Doyen de l'UFR de Lettres.

Défaillance

L'UE Stage est un ensemble : **Stage + Mémoire + Soutenance**.

Il va de soi qu'un stage non effectué ne peut être rattrapé pour la 2^e session (compte tenu de la durée obligatoire de 24 semaines).

Toutefois, un étudiant qui aura effectué complètement son stage et aura remis son rapport en temps et en heure mais qui aura été défaillant lors de la soutenance pourra, si cette défaillance est justifiée, faire la demande d'une soutenance pendant la session de rattrapage.

Marchés hispanophones et d'Europe du Sud

Responsable : Mme Duchêne

Modalités de contrôle des connaissances

Semestre 3

ECTS	❖ UE 1 : Management international	Examen Régime Général				Examen Régime Dérégatoire		2 ^e session	
		Contrôle continu		Examen terminal		Ecrit %	Oral %	Ecrit %	Oral %
		Ecrit %	Oral %	Ecrit %	Oral %				
2	ECUE 1 Management interculturel CM			100		100		100	
2	ECUE 2 Modes de présence et stratégies des firmes CM			100		100		100	
2	ECUE 3 Techniques financières CM			100		100		100	
2	ECUE 4 Méthodologie de la recherche en gestion CM			100		100		100	
2	ECUE 5 Techniques export CM			100		100		100	
2	ECUE 6 Contrôle de gestion CM			100		100		100	
3	ECUE 7 Politiques marketing			100		100		100	
3	ECUE 8 Spécificités juridiques et fiscales			100		100		100	
ECTS	❖ UE 2 : Connaissances des territoires et langues étrangères								
3	ECUE 1 Enjeux de la mondialisation dans les aires hispanophones (Espagne et AL) CM			50	50	100		100	
2	ECUE 2 Langue A Espagnol Négociation internationale interculturelle	50	50				100		100
2	ECUE 3 Langue A Espagnol Traduction économique et commerciale		100			100		100	
1	ECUE 4 Langue B Anglais Négociation internationale interculturelle	50	50	100		100		100	
1	ECUE 4 Langue B Anglais Traduction économique et commerciale	100		100		100		100	

ECTS	UE 3: Option langue								
3	Langue C	50	50			100		100	

Semestre 4

ECTS	UE 4 : Stage	Examen Régime Général				Examen Régime Dérégatoire		2 ^e session	
		Contrôle continu		Examen terminal					
		Ecrit %	Oral %	Ecrit %	Oral %	Ecrit %	Oral %	Ecrit %	Oral %
30	Stage	Mémoire (50) + soutenance (50)				Mémoire + soutenance		Mémoire + soutenance	

UE 1 : MANAGEMENT INTERNATIONAL

❖ UE 1 ECUE 1 Management Interculturel

Mme Chevallier

1. Objectifs et Méthode

Dans un contexte devenu global et ultra compétitif, ce cours dispensé en anglais et en français vise à apporter une compréhension des défis actuels en matière de management interculturel. Il permet de découvrir les méthodes, notions et outils clés développés jusqu'à ce jour pour mieux manager, négocier et communiquer avec des personnes issues d'autres cultures. Au cœur de l'approche EDI (équité, diversité et inclusion) en entreprise, il vise ainsi à apporter aux étudiants une compétence très recherchée aujourd'hui : la facilité d'intégration au sein d'équipes internationales et la compréhension des risques et enjeux de l'interculturel.

2. Programme

- Définition de la notion de culture, identification et prise de conscience de sa propre culture.
- Découverte & mise en application des concepts de l'iceberg de E.T. Hall, du DMIS de M. J. Bennett, du NIH syndrome de Dan Ariely et des dimensions culturelles selon E.T. Hall, G. Hofstede, F. Trompenaars et E. Meyer.
- Réflexion sur les contextes interculturels : risques et opportunités en entreprise.

- Définition & champ d'application du Management Interculturel : comment manager, négocier et communiquer dans un contexte international.

3. Bibliographie

E. T. HALL, *The Silent Language*, 1959, *The Hidden Dimension*, 1966, [Beyond Culture](#) 1976. E. MEYER, 2014 - *The Culture Map: Breaking Through the Invisible Boundaries of Global Business*. MILTON J BENNETT, *Basic Concepts of Intercultural Communication: Paradigms, Principles, and Practices*, [Intercultural Press](#), 2013, G. HOFSTEDE, ["Cultures and Organizations: Software of the Mind"](#), 1993.

❖ UE 1 ECUE 2 Modes de présence et stratégie des firmes

M. Cazares

1. Objetivos

La materia tiene dos objetivos: por una parte, permitir profundizar los conocimientos de las bases del comercio internacional y, por otra parte, analizar las problemáticas del desarrollo internacional de las empresas en los contextos español, latinoamericano y mediterráneo. Los estudios de caso de las diferentes prácticas resultarán estrechamente relacionados con los países del área estudiada.

2. Programa

1. Conceptos microeconómicos
2. Definición de estrategia
3. Expectativas y objetivos : el éxito de la estrategia
4. Análisis del sector y de la competencia
5. El análisis interno de la empresa
6. Análisis de la ventaja competitiva de la empresa
7. Ventaja competitiva y evolución del sector
8. Desarrollo estratégico: la expansión de actividades
9. Evaluación e implantación de estrategias
10. El control estratégico

3. Bibliografía

JOHNSON, G. ; SCHOLLES, K. ; y WHITTINGTON, R. (2006): *Dirección Estratégica*. Pearson Educación, 7ª edición, Madrid.
 NAVAS LÓPEZ, J.E. y GUERRAS MARTÍN, L.A. (2007): *La Dirección Estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones*. Civitas, 4ª edición, Madrid.
 PORTER, M. (2005) : *Ventaja competitiva. Creación y Sostenimiento de Desempeño Superior*. CESCA, México.
 BILBAO CALABUIG, P.; ESCUDERO GUIRADO, C. y RODRÍGUEZ CARRASCO, J.M. (2005): *Política de Empresa y Estrategia*. Universitas, Madrid.
 BARNEY, J.B. (2007): *Gaining and Sustaining Competitive Advantage*. Prentice Hall 3ª edición, New Jersey.
 GRANT, R.M. (2006) : *Dirección estratégica. Conceptos, Técnicas y Aplicaciones*. Civitas, 5ª edición, Madrid.

❖ UE 1 ECUE 3 Techniques financières

1.Objectifs

Ce module a pour objectif de familiariser les étudiants avec les problématiques et les nouveaux enjeux du commerce international ainsi que les réponses financières apportées pour la bonne réalisation d'une transaction internationale et son financement. Ce module est illustré de cas pratiques et concrets.

2. Thèmes abordés

- les problématiques actuelles du commerce international
- les risques à l'international
- Les acteurs de l'écosystème international - du producteur à l'utilisateur final - dans la *supply chain*
- Le rôle des banques, des acteurs financiers et des assureurs
- Le rôle de la réglementation et de la conformité dans les transactions internationales
- Les instruments de paiement et de sécurisation du commerce international, de l'encaissement documentaire au crédit documentaire
- Les garanties internationales comme outil de sécurisation d'une transaction
- SBLC, crédits adossés ou transférables : des formes spécifiques des produits de Trade Finance
- Financement d'une transaction et du cycle commercial international
- Digitalisation, quel avenir pour le Trade Finance ?

3. Bibliographie

- GRATH, Anders Grath, *International Trade and Finance*, Kogan Page, 2013.
- ICC Global Trade - Securing Future Growth 2022 (to be downloaded on ICC.org)
- LEBOITEUX, David, *Trade Finance, les banques et le financement transactionnel du commerce international*, Gualino, 2023
- MARTINI, Hubert, Dominique DEPREE, Christian CAZENOVE, *Crédits documentaires, lettres de crédit Stand-By, Cautions et garanties*, RB Edition, 2019.

❖ UE 1 ECUE 4 Méthodologie de la recherche en gestion

Mme Guilloux

1. Objectifs et Méthodes

Réussir un projet de recherche exige beaucoup de rigueur. Ce cours apporte une aide à l'étudiant en master qui doit rédiger un mémoire de recherche en management. Il éclaire la notion de paradigme épistémologique, la construction d'un objet de recherche et les implications méthodologiques. Des exemples d'articles de recherche viendront illustrer les propos de l'intervenant.

2. Thèmes abordés

Philosophie des sciences

Inscrire son projet dans un cadre épistémologique

Spécifier l'objet de recherche : champ d'étude, choix d'un cadre théorique, problématique, hypothèses

Collecter et traiter des données

Méthodes qualitatives, Méthodes quantitatives etc...

Structurer et communiquer les résultats de recherche

3. Bibliographie

- Beaulieu P., Kalika M. (2015), La création de connaissance par les managers, EMS.
- Cooper Donald (2019), Business Research: A Guide to Planning, Conducting, and Reporting Your Study, Sage.
- Gavard Perret et al. (2018), Méthodologie de la recherche : réussir son mémoire ou sa thèse en sciences de gestion, Pearson.
- Van Aken J. et al. (2018), Problem solving in organizations: a methodological handbook for business and management students, Cambridge.

❖ UE 1 ECUE 5 Techniques export

M.Perez

1. Objectifs

Ce cours a pour but d'approfondir les bases du commerce international et d'étudier, plus particulièrement, l'organisation d'une opération d'importation ou d'exportation, le rôle des douanes, l'impact des coûts de transport et d'assurance. Seront aussi évoqués les modes de paiement international et les incoterms au sein des entreprises de la zone ibérique et d'Amérique latine et à l'international

Un zoom particulier sera fait sur les pays anglophones.

Les études de cas des différentes pratiques seront donc liées aux pays de la zone étudiée.

2. Programme

I. Gestion opérationnelle des exportations et des importations

Les acteurs de la chaîne de transport (exportateurs, commissionnaires, transporteurs, autorités...)

Aspects logistiques et douaniers

II. Gestion documentaire

Quelles procédures et quels documents sur les pays hors Union Européenne ?

Les envois à particularités (marchandises dangereuses, animaux vivants, périssables, objets d'art, ...)

III. Sécuriser les paiements à l'international

Opérations commerciales de biens de consommation courante

Gestion des litiges et recommandations contractuelles

UE 1 ECUE 6 Contrôle de gestion

M. Njiki

1. Objectifs et Méthodes

Cet enseignement a pour objectif la compréhension et l'approfondissement des notions de contrôle de gestion. Il permet de comprendre les mutations du contrôle de gestion, de découvrir et maîtriser les méthodes et outils du contrôle de gestion pour piloter la performance d'une organisation. Plus largement, il vise à rendre les étudiants aptes à s'inscrire dans une logique

budgétaire au sein d'une entreprise, à comprendre les mécanismes d'élaboration des plans, budgets et tableau de bord, à analyser les résultats et les écarts.

2. Programme

- Introduction : Les mutations du contrôle de gestion et ses nouvelles formes.
- Le processus d'élaboration des budgets et le contrôle budgétaire
- Contrôle des résultats et mesure de performance
- Tableau de bord et reporting

Bibliographie

- Comptabilité analytique et contrôle de gestion, Alain Mikol, Hervé Stolowy, Dunod, 1993.
- Contrôle de gestion, Claude Alazard, Sabine Separi, dunod, 2007.
- Contrôle de gestion, contrôle d'entreprise et gouvernance, 7 em édition PUF 2007
- Contrôle de gestion, G. Langlois, C. Bonnier manuel (DECF) épreuve 7 Foucher 1998
- Management et contrôle de gestion, DSCG3, par JOUGLEUX M., LIVIAN Y-F, édition Foucher, 2007

UE ECUE 7 Politiques Marketing

M. Perez

1. Objectif

Los estudiantes conocerán los fundamentos y las últimas tendencias del marketing, con un enfoque en cuatro temas clave: la historia y evolución del marketing, el comportamiento del consumidor, el marketing en mundo digital y la aplicación del marketing en la vida real con estudios de casos.

Mediante este curso, se pretende mostrar cómo el marketing ha evolucionado a lo largo del tiempo hasta convertirse en una disciplina esencial en el mundo empresarial actual. Se analizarán diferentes filosofías y enfoques que han surgido a lo largo del tiempo y cómo los avances tecnológicos han influido en la forma en que se llevan a cabo las actividades de marketing.

Se detallarán conceptos básicos importantes como lo es el comportamiento del consumidor, para entender cómo las personas toman decisiones de compra, qué factores influyen en sus elecciones y cómo las empresas pueden comprender y aprovechar este conocimiento para desarrollar estrategias de marketing efectivas. Se discutirá la importancia de la segmentación de mercado y la creación de perfiles de consumidores.

Finalmente se hará una introducción al mundo del marketing digital ya que a medida que la tecnología continúa transformando la forma en que nos comunicamos y nos relacionamos con las marcas, es esencial comprender cómo aprovechar al máximo las herramientas y plataformas digitales. Se abarcarán de manera general, temas como: el marketing en redes sociales, el SEO (Search Engine Optimization), el marketing de contenidos, la publicidad en línea y el análisis de datos para el marketing digital.

Durante el curso se combinará la teoría con el estudio de casos reales, para darle al estudiante una comprensión integral de la importancia del marketing.

2. Bibliographie

MCDANIEL Carl et GATES Roger, *Investigación de mercados*, 2016.
 KOTLER Philip et ARLMSTRONG Gary, *Fundamentos de Marketing*, 2013
 GEORGES Patrick et BADOCH Michel, *Le neuromarketing en action*, 2010
 MULLINS John W., WALKER Jr. Orville C., BOYD Jr. Harper W., LARRÉCHÉ Jean-Claude, *Administración del Marketing: Un enfoque en la toma estratégica de decisiones*. 2007
 RIES Al et TROUT Jack, «Las 22 leyes inmutables del marketing »
 SOLOMON R. Michael, *Comportamiento del consumidor*, 2008

UE 1 ECUE 8 Specificités juridiques et fiscales

M. Laguado

1. Objetivos

Mediante este curso se pretende llevar a cabo un acercamiento inicial a los aspectos jurídicos y fiscales más significativos con los que se opera Estado Español, tomando esencialmente como referencia el Derecho vigente en Estado Español y en sus Comunidades Autónomas.

Sobre esta base y teniendo en cuenta que esta formación no va dirigida de modo específico a profesionales del mundo jurídico, se fijan dos objetivos básicos. En primer lugar, se busca que el estudiantado obtenga una visión general de las instituciones y conceptos jurídicos y fiscales más relevantes en el ámbito fiscal del Estado Español. Y en segundo lugar, se persigue que el estudiantado termine la asignatura conociendo cómo funciona el sistema presupuestario de manera concreta en el Estado Español.

2. Competencias

Los resultados principales que debe obtener el estudiante mediante el aprendizaje de la asignatura son los siguientes:

Conocer la configuración básica del sistema jurídico español.

Adquirir la terminología jurídica básica en lengua española.

Comprender y conocer las principales instituciones jurídicas, públicas, en el ámbito fiscal español.

Adquirir la capacidad de leer e interpretar las diferentes fases de la elaboración del presupuesto estatal a través de la lectura de los documentos, textos y escritos jurídicos básicos, en lengua española, de esta rama del ordenamiento jurídico.

3.

Contenidos

Introducción. - La estructura del ordenamiento jurídico español. Visión general. Aspectos jurídicos generales de la organización y desarrollo de actividades económicas

TEMA

1

CONCEPTO Y CONTENIDO DEL DERECHO FINANCIERO. EL DERECHO TRIBUTARIO

1. *La actividad financiera.*

2. *Contenido del Derecho Financiero*

2.1. Los ingresos públicos. El Derecho Tributario

2.2. El gasto público.

TEMA 2

EL PRESUPUESTO: CONCEPTO, CONTENIDO Y FUNCIONES. LOS PRINCIPIOS PRESUPUESTARIOS

1. Antecedentes históricos del instituto presupuestario

2. Concepto, contenido y funciones
2.1. Concepto
2.2. Contenido del Presupuesto
2.3. Funciones del Presupuesto

TEMA

3

EL CICLO PRESUPUESTARIO I

1. Concepto y fases del ciclo presupuestario.
2. La elaboración de los Presupuestos Generales del Estado
2.1. La fase previa a la elaboración: la estabilidad presupuestaria y los escenarios presupuestarios plurianuales
2.2. Las fases de elaboración de los Presupuestos Generales
3. La aprobación del presupuesto
3.1 El procedimiento de aprobación de la Ley de Presupuestos Generales del Estado.
3.2. La prórroga del Presupuesto

TEMA

4

EL CICLO PRESUPUESTARIO II

1. La ejecución del presupuesto de ingresos
1.1 Ejecución del presupuesto de ingresos
1.2. Ejecución del presupuesto de gastos
2. La ordenación del gasto
3. La ordenación del pago
4. La liquidación y cierre del ejercicio presupuestario
4.1. El control del presupuesto
4.2. Control interno de la Intervención General de la Administración del Estado.
4.2.1 La función interventora
4.2.2. El control financiero permanente
4.2.3. La auditoría pública
5. Control externo
5.1. El Tribunal de Cuentas
5.2. Las Cortes Generales

TEMA 5

LOS PRINCIPIOS CONSTITUCIONALES DEL DERECHO FINANCIERO: PRINCIPIOS MATERIALES

- 1.- Introducción
- 2.- El Principio de generalidad
- 3.- El Principio de Igualdad
- 4.- El Principio de Capacidad Económica
- 5.- El Principio de Progresividad
- 6.- La no confiscatoriedad del sistema tributario
- 7.- Los principios de justicia en el tributo y la Ley de Derechos y Garantías de los Contribuyentes

TEMA 6

LOS PRINCIPIOS CONSTITUCIONALES DEL DERECHO FINANCIERO: PRINCIPIOS FORMALES

1. Principio de competencia y reserva de ley presupuestaria
2. Principios de unidad y universalidad presupuestaria
3. Principio de anualidad presupuestaria.
4. Principio de especialidad presupuestaria
5. Principio de estabilidad presupuestaria

TEMA 7

ANÁLISIS DE LA ACTUALIDAD PRESUPUESTARIA DEL ESTADO ESPAÑOL EN EL EJERCICIO FISCAL VIGENTE

BIBLIOGRAFIA BASICA:

Código de Legislación Financiera (actualizado 2022).
https://www.boe.es/biblioteca_juridica/codigos/codigo.php?id=50&modo=2¬a=0&tab=2
 Diccionario jurídico francés - español.
 ALEJANDRO MENENDEZ MORENO, Derecho Financiero y Tributario. Parte General. (18ª Ed.), Lex Nova 2021.
 MIGUEL ANGEL COLLADO YURRITA, Derecho Financiero y Tributario (3ª Ed.), Atelier Libros, S.A., 2013. ISBN 9788415690306
 FERNANDO PEREZ ROYO, Derecho Financiero y Tributario. Parte General (27ª Ed), Civitas Ediciones, S.L., 2017. ISBN 978-84-9152-823-4
 Cualquier otro manual actualizado que el alumnado considere.

LEGISLACION FISCAL.

Ley 47/2003, de 26 de noviembre, General Presupuestaria.
 Real Decreto 612/1997, de 25 de abril, de desarrollo del artículo 63 del texto refundido de la Ley General Presupuestaria, en su redacción dada por la Ley 11/1996, de 27 de diciembre, de Medidas de Disciplina Presupuestaria.
 Orden EHA/657/2007, de 15 de marzo, sobre documentación y tramitación de expedientes de modificaciones presupuestarias y de autorizaciones para adquirir compromisos de gasto con cargo a ejercicios futuros.
 Orden de 14 de julio de 1992 por la que se dictan las normas para la regulación del sistema de seguimiento de programas.

ESTABILIDAD PRESUPUESTARIA Y SOSTENIBILIDAD FINANCIERA.

Ley Orgánica 2/2012, de 27 de abril, de Estabilidad Presupuestaria y Sostenibilidad Financiera.
 Orden HAP/2105/2012, de 1 de octubre, por la que se desarrollan las obligaciones de suministro de información previstas en la Ley Orgánica 2/2012, de 27 de abril, de Estabilidad Presupuestaria y Sostenibilidad Financiera.
 Orden ECC/2741/2012, de 20 de diciembre, de desarrollo metodológico de la Ley Orgánica 2/2012, de 27 de abril, de Estabilidad Presupuestaria y Sostenibilidad Financiera sobre el cálculo de las previsiones tendenciales de ingresos y gastos y de la tasa de referencia de la economía española.

Real Decreto 337/2018, de 25 de mayo, sobre los requisitos aplicables a las previsiones macroeconómicas y presupuestarias

4.2. Normativa

Durante las sesiones de clase se darán indicaciones sobre los textos normativas más importantes en la materia examinada en el curso

5. Metodología

Las clases tendrán un enfoque teórico-práctico. En cada una de las sesiones programadas se plantearán diversos problemas jurídicos reales que servirán, a modo de ejemplos, como punto de partida para reconstruir y analizar el régimen de los conceptos e instituciones jurídicos correspondientes.

Para ello se combinarán las exposiciones por parte del profesorado con el coloquio e intercambio de opiniones con los y las estudiantes, así como con la comparación con aspectos que éstos puedan conocer del Derecho francés.

U.E 2 CONNAISSANCES DES TERRITOIRES ET LANGUES ÉTRANGÈRES

UE 2 ECUE 1 Enjeux de la mondialisation dans les aires hispanophones (Espagne et AL) CM

Amérique latine

M. Jimenez

Sur la base du concept de marché linguistique (P. Bourdieu) et des prolongements qu'elle a trouvés dans les études sur le langage comme pratique sociale (M. Heller, A. Duchêne), le cours met l'accent sur certains enjeux idéologiques de l'imaginaire de l'espagnol comme patria común (E. Narvaja, J. del Valle). Dans le contexte du néolibéralisme des dernières décennies, une lecture critique est développée à propos du rôle de l'espagnol au sein des institutions qui encouragent les dynamiques de la globalisation et la mondialisation : Cumbres iberoamericanas, Comunidad Andina de Naciones, Mercosur, Alianza del Pacífico, Comunidad de países del Caribe, entre autres. Deux questions générales guideront le déroulement des séances : en quoi consiste-elle la valeur que l'on accorde à une langue à l'échelle internationale ? Comment percevoir la variabilité de la valeur accordée à l'espagnol en fonction du secteur économique (logistique, tourisme, mines, coopération internationale, culture artistique ou autre) ?

Quelques références

BOURDIEU Pierre, Ce que parler veut dire. L'économie des échanges linguistiques, Paris, Fayard, 1983.

DEL VALLE J. (ed.), La lengua, ¿patria común? Ideas e ideologías del español, Madrid-Frankfurt, Iberoamericana-Vervuert, 2007.

DUCHÊNE Alexandre and HELLER Monica (ed.), Language in Late Capitalism. Pride and Profit, New York-London, Routledge, 2012.

DUBOIS Maude, KAMBER Alain MATTHEY Marinette (dir.), Cahiers de linguistique, 45 (« L'image des langues - 20 ans après »), 2019.

MORDILLAT Gérard et ROTHÉ Bertrand, intitulée Travail, salaire, profit - série documentaire, Archipel 33 - ARTE France, 2019.

NARVAJA DE ARNOUX Elvira y DEL VALLE José, «Las representaciones ideológicas del lenguaje: discurso glotopolítico y panhispanismo », Spanish in Context, 7.1, 2010, 1-24.

NARVAJA DE ARNOUX Elvira, DEL VALLE José et DUCHÊNE Alexandre (dir.), Glottopol, 32 (« Glotopolítica : langage et luttes sociales dans l'espace hispano-lusophone »), 2019. http://glottopol.univ-rouen.fr/numero_32.html

Espagne

Le rôle du territoire occupé actuellement par l'Espagne dans le processus de la mondialisation a changé au fil du temps. Cette affirmation signale le besoin de proposer une approche historique à longue terme, pour mieux comprendre la situation actuelle de l'Espagne et traiter les défis auxquels le pays est confronté dans différents domaines : démographique, socioéconomique, politique, relations internationales, territoriale/identitaire...

BIBLIOGRAPHIE. Histoire moderne et contemporaine de l'Espagne

- Alonso Pérez, M. y Furio Blasco, E., *L'Espagne contemporaine : une approche socioéconomique*. Paris, Ellipses, 2004
- Artola, M. (dir.) *Historia de España*, Madrid, Alianza, 1991.
- Bennassar, B., *Un Siècle d'or espagnol : vers 1525-vers 1648*. Paris, R. Laffont, 1982.
- Bennassar, B., *Le temps de l'Espagne : XVIe-XVIIe siècles*. Paris, Hachette littératures, 2001.
- Broder, A., *Histoire économique de l'Espagne contemporaine*. Paris, Economica, 1998.
- Canal, Jordi (dir.), *Histoire de l'Espagne contemporaine de 1808 à nos jours : politique et société*, Paris, A. Colin, 2009
- Carr, R., *Historia de España*, Madrid, Península, 2007.
- Carrasco, Raphaël, *Histoire et civilisation de l'Espagne classique : 1492-1808*. Paris, Nathan, 1995.
- Chaput, Marie-Claude et Pérez Serrano, Julio, *Civilisation espagnole contemporaine*, Paris, PUF, 2011.
- Chaunu, P., *L'Espagne de Charles Quint*. Paris, SEDES, 1973.
- Domínguez Ortiz, A., *El Antiguo Régimen: Los Reyes Católicos y los Austrias*. Madrid, Alfaguara-Alianza, 1973.
- Elliot, J.H., *El Conde-Duque de Olivares: el político en una época de decadencia*. Barcelona, Crítica, 1990.
- Elliot, J.H., *España y su mundo: 1500-1700*. Madrid, Taurus, 2007.
- Fernández Álvarez, Manuel, *La Sociedad Española del Siglo de Oro*. 2 vol. Madrid, Gredos, 1989 (2ª edición).
- García Cárcel, R., *La cultura del Siglo de Oro. Pensamiento, arte y literatura*. Vol. 17 *Historia de España*. Madrid, Temas de Hoy, 1996.
- García Cárcel, R. et al., *Historia de España. Siglos XVI-XVII. La España de los Austrias*. Madrid, Cátedra, 2003.
- García de Cortázar, F., González Vesga, J.M., *Breve historia de España*, Madrid, Alianza Editorial, 1993, Col. "El libro de Bolsillo", n° 1666.
- Gil Andrés, C. y Casanova, J., *Historia de España en el siglo XX*. Barcelona, Ariel, 2009.
- Harrison, J., *Historia económica de la España contemporánea*. Barcelona, Vicens Vives, 1985.
- Hermann, C. (coord.), *Le Premier âge de l'Etat en Espagne : 1450-1700*. Paris, CNRS, 1989.
- Hugon, A., *L'Espagne du 16e au 18e siècles*. Paris, A. Colin, Sédès, 2000.
- Martín, J.L., Martínez Shaw, C., Tusell, J., *Historia de España*, Madrid, Taurus, 1998.
- Maurice, J. y Serrano, C., *L'Espagne au XX^e siècle*. Paris, Hachette, 1992.
- Moradiellos, E., *La España de Franco: política y sociedad*. Madrid, Síntesis, 2000.
- Nadal, J.; Carreras, A. y Sudriá, C. (ed.), *La economía española en el siglo XX. Una perspectiva histórica*. Barcelona, Editorial Ariel, 1987.
- Nadal, J., *El Atlas de la industrialización de España, 1750-2000*. Barcelona, Crítica, 2003.
- Núñez Seixas, Xosé Manoel, *Historia mundial de España*. Barcelona, Destino, 2018.
- Pérez, Joseph, *Histoire de l'Espagne*, Paris, Fayard, 1996.
- Parker, G., *La gran estrategia de Felipe II*. Madrid, Alianza Editorial, 1998.
- Pérez, Joseph, *Histoire de l'Espagne*, Paris, Fayard, 1996.
- Santos Juliá; García Delgado, J. L.; Jiménez, J. C. y Fusi, J. P., *La España del siglo XX*. Madrid, Marcial Pons, 2007.
- Tamames, R., *Introducción a la economía española*. Madrid, Alianza Editorial, 1991.
- Témime, E., Broder, A., Chastagnaret, G., *Historia de la España contemporánea (Desde 1808 hasta nuestros días)*, Barcelona, Ariel, 1995.
- Tortella, G., *El desarrollo de la España Contemporánea: historia económica de los siglos XIX y XX*. Madrid, Alianza Editorial, 1994.

Tuñón de Lara, M., *Historia de España*. Barcelona, Labor, 1980-1991.
Vilar, P., *Histoire de l'Espagne*, Paris, P.U.F., 1980, Coll. « Que sais-je? », n° 275.

Contrôle de connaissances :

1ere session Régime général : 1 dossier écrit (avec soutenance à l'oral) + 1 épreuve écrite /
Régime dérogatoire : 1 épreuve écrite

2eme session : 100% épreuve écrite

UE 2 ECUE 2 Langue A Espagnol Négociation internationale interculturelle

M. Jiménez

Ce cours introduit aux théories qui abordent la négociation comme un processus de dissolution des divergences d'intérêt entre deux ou plusieurs parties (B. Barry et al., 2012 ; S. García & R. Domínguez, 2003). L'étude de l'interculturalité, au sens de prise de recul par rapport à soi-même et par rapport aux réductionnismes qui concernent les autres (M. Preitcelle, 2011 ; O. Meunier, 2014), constitue un enjeu majeur du programme. En complément des lectures spécialisées, l'analyse d'entretiens, de témoignages et d'extraits de films permettra d'explorer divers secteurs d'activité : écriture, traduction, édition, marketing digital, logistique, coopération internationale, tourisme, événementiel, marketing social, culture artistique, entre autres. Sur le plan pratique, il s'agit également d'attirer l'attention sur la place qui revient à l'espagnol dans le marché des services et des prestations, et sur les savoir-faire qui font partie de l'horizon professionnel des étudiant.e.s en LEA. Dans cette perspective, des mises en situation de négociation seront menées à l'aide des pratiques théâtrales.

Contrôle de connaissances :

1ere session Régime général et régime dérogatoire : 1 travail écrit intermédiaire et 1 dossier (écrit avec soutenance à l'oral)

2eme session : 100% 1 examen écrit.

.

Quelques références

BARRY Bruce, LEWICKI Roy y SAUNDERS David (2012, 1a ed. 2001), *Fundamentos de negociación*, tr. Nora Martínez Suárez y Pilar Obón León, México, McGraw-Hill/Interamericana.

BLANCHET Philippe et COSTE Daniel (dir.), *Regards critiques sur la notion d'interculturalité*, Paris, L'Harmattan, 2010.

EGAÑA Juan Enrique (2012), *Procesos de negociación internacional*, Editorial Académica Española.

GARCÍA DAUDER Silvia y DOMÍNGUEZ BILBAO Roberto (2003), *Introducción a la teoría de la negociación*, Madrid, URJC-Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales.

GUILLAND Marie-Laure y OJEDA Diana (2012) « Indígenas 'auténticos' y campesinos 'verdes'. Los imperativos identitarios del turismo en Colombia », Colombia, tierra de pelea : le(s) conflit(s) au cœur de la société (dir. Nadège Mazars et Marie-Laure Guillard)/Cahiers des Amériques latines, 71 [en línea], p. 119-144.

LLINÁS TOLEDO Fernando (2004), « Los negociadores y el dilema para negociar » [en línea], *Económicas CUC*, 28, p. 76-83.

LIEBER Andreas (2013), « La capacidad intercultural para la internacionalización de empresas », *Éxito empresarial* [en línea], 244.

MALDONADO CAÑÓN Karen Dayana (2007), « La interculturalidad de los negocios internacionales », *Univ. Empresa*, 6 (12), p. 261-291.

MARÍN SALAMERO Maite (2011), *Interculturalidad en el entorno laboral* [en línea], Generalitat de Catalunya-Departament d'Empresa i Ocupació.

MEUNIER Olivier (ed.), Cultures, éducation, identité. Recompositions socioculturelles, transculturalité et interculturalité, Arras, Artois Presses Université, 2014, coll. « Éducation et formation ».

PRETCEILLE Martine, « La pédagogie interculturelle : entre multiculturalisme et universalisme », *Linguarum Arena*, vol. 2, 2011, p. 91-101.

UE 2 ECUE 3 Langue A Espagnol Traduction économique et commerciale

Mme Duchêne

Objectifs : Aborder la traduction (version et thème) économique et commerciale selon une perspective analytique : apprendre à décoder et encoder un texte en respectant les spécificités culturelles, sémantiques et linguistiques (styles, registres). Savoir consulter les références terminologiques adéquates. Savoir utiliser les textes parallèles ainsi que des ressources documentaires et dictionnaires spécialisés.

Méthode : Traduction de textes de divers styles, genres, sujets et formats. Mise en contexte de l'acte de traduction. Apprentissage de différentes techniques de recherche d'informations et stratégies de traduction. Travail terminologique. Analyse des textes à traduire et développement de la réflexion autour de la traduction.

La lecture régulière de la presse (et des sites Internet) spécialisée est un outil indispensable.

Ouvrages fondamentaux pour approfondir la langue des affaires : Dictionnaires à partir des expressions de la langue française et leur traduction en langue espagnole et ouvrage d'entraînement à la traduction.

BENEZECH J.L., « *El comercio* », Palabras, Ellipses, 2003, p. 574-605

CHAPRON Jean, GERBOIN Pierre, *Dictionnaire de l'espagnol économique, financier et commercial*, Pocket, La langue pour tous, 2008.

CHARTIER C., ZUILL M., « *El mundo de los negocios* », Palabras, Ellipses, 2003, p. 492-526

CHARTIER C., Palabras, « *Finanzas* », Ellipses, 2003, p. 527-573

ECO Umberto, *Dire presque la même chose : Expérience de traduction*, Grasset, 2007.

GOUADEC Daniel, *Traduction, terminologie, rédaction. Traduction spécialisée : chemins parcourus et autoroutes à venir ; Traduire pour le Web*, La Maison du dictionnaire, 2007.

GOUADEC Daniel, *La traduction, le traducteur et l'entreprise* ; AFNOR, Paris 1990 (collection AFNOR GESTION)

GILE Daniel, *La Traduction la comprendre, l'apprendre*, PUF Linguistique nouvelle, 2005.

LAZCANO Marc, *Vocabulaire espagnol - Economie, politique, société*, Collection Cursus, Armand Colin, 2008.

LOZANO, R., *Vademecum del traductor*. Página web del traductor autónomo Ricard Lozano. Consultable à l'adresse : <http://www.rlozano.com/>

Dictionnaire de l'Académie des Sciences commerciales édité par le CILF, en ligne : www.academie-des-sciences-commerciales.fr

UE 2 ECUE 5 Langue B Anglais Négociation internationale interculturelle

M. Porc

Objectifs et Méthodes

La partie Cours Magistral (CM) présentera la négociation internationale, ses tactiques et ses stratégies.

La partie Travaux Dirigés (TD) du cours d'anglais des affaires a pour objectif de développer les capacités de négociation des élèves-négociateurs sur le plan linguistique, tout en maîtrisant des

apports théoriques et techniques. Il se base sur la méthode originale d'enseignement de la négociation de projet développée par l'enseignante, celle qui consiste à partir de la constitution d'un Plan de négociation, approche à la fois systématique et globale.

Bibliographie

Des brochures sont distribuées aux étudiants. La maîtrise de leur contenu ainsi que celui des manuels qui suivent est obligatoire pour les deux régimes (Régime continu et Régime dérogatoire)

MACKENZIE, I. (2010), *A Course for Business Studies and Economics*, Cambridge, Professional English

VUILLOD, M., KESSELMAN, D. (2004), *La Négociation de projet : des objectifs à la réalisation*, Paris, Editions TECHNIP.

UE 2 ECUE 6 Langue B Anglais Traduction économique et commerciale

Mme Jacon

L'objectif de ce cours sera d'affiner les techniques de traduction des étudiants en anglais et en français économiques et commerciaux. Il s'agira de renforcer la syntaxe, la grammaire, l'orthographe et le vocabulaire des étudiants par la traduction de documents variés et pertinents vis à vis de leur futur environnement professionnel, tel que des contrats ou des articles de presse spécialisée.

UE3. OPTION LANGUE

ECUE 1: LANGUE C

Les étudiants doivent choisir une troisième option parmi les choix proposés ci-dessous.

Allemand Débutant

Mme Herms

Description : Ce cours de niveau débutant permet aux étudiants n'ayant aucune base linguistique en allemand d'appréhender les fondamentaux de grammaire et du vocabulaire de la langue allemande.

Objectifs : Acquisition des compétences grammaticales, lexicales et communication de base pour une approche professionnelle.

Évaluation :

Contrôle continu : 50% écrit – 50% oral

Contrôle dérogatoire : 100% écrit

Contrôle de seconde chance : 100% écrit

Prérequis : aucun

Compétences visées : Ce cours vise à initier les étudiants à la langue allemande dans le but d'acquérir des compétences de base en communication écrite et orale

Russe débutant

Description : Ce cours de niveau débutant permet aux étudiants n'ayant aucune base linguistique en russe, d'appréhender les fondamentaux de grammaire et du vocabulaire, apprendre l'alphabet cyrillique (lire et écrire), la prononciation correcte avec des accents toniques.

Objectifs : Acquisition des compétences grammaticales, lexicales et communication de base pour une approche professionnelle.

Evaluation : Contrôle continu : 60% - contrôle continu, 40% partiel final Contrôle dérogatoire : Une épreuve écrite 1 h Contrôle de seconde chance : Une épreuve écrite ou orale
Prérequis : aucun

Compétences visées : Ce cours vise à initier les étudiants à la langue russe, à l'alphabet cyrillique, apprendre la prononciation avec (l'accent tonique correct, les bases de lecture et de conversation)

Bibliographie : Manuel «5 Etoiles» I.V.Kaznychkina, Moscou, Russkiy Yazyk, 2016.
Ressources pédagogiques : L'enseignant fournit aux étudiants un dossier d'enseignement contenant des textes adaptés à leur niveau

Anglais **Mme Jiguet-Jiglaire**

Mme Jiguet-Jiglaire

Renforcer le niveau d'anglais et mieux connaître les codes de la communication orale et écrite par l'initiation aux techniques journalistiques

Présentation :

La découverte des différents outils de communication, notamment développés par la presse papier, audio et télévisuelle, permet de s'adapter aux contraintes des médias du digital.

Au programme :

- Apprentissage sous forme d'ateliers ;
- Pratique de l'interview (journalistique, institutionnelle, entretien de recrutement) ;
- Montage d'un projet événementiel en complément de l'apprentissage des compétences ;
- Exercices de rédaction (Discours, Newsletter, Press Release, Yearbook ou Magazine du MIT LEA) ;
- Gestion de crise ;
- Planification événementielle (Journée thématique, Collecte solidaire, Concours, etc.).

Objectifs : Acquisition d'une posture professionnelle, amélioration en langue anglaise et en communication de base.

Évaluation :

Contrôle continu **avec participation active et obligatoire** : 50% écrit - 50% oral
Contrôle dérogatoire : 100% écrit
Contrôle de seconde chance : 100% écrit

Bibliographie :

« Journal-ease », Judith ANDREYEV, Bréal éditions ;

« La Grammaire pratique de l'Anglais », Serge BERLAND-DELEPINE, Ophrys ;
 « Job Interview », Christel DIEHL, PUF ;
 « News Writing », George HOUGH, Houghton Mifflin éditions ;
 « Le journalisme en pratique » (Reporters solidaires), Christine COGNAT et Francis VIAILLY, PUG ;
 « Manuel de journalisme » (L'écrit et le numérique), Yves AGNES, La découverte ;
 « Manuel de la rédaction » (Les techniques journalistiques de base), Jean-François BEGE ;
 « Répondre à l'interview d'un journaliste », (guide de média training), Eric COUTARD ;
 « Droit des médias », Emmanuel DERIEUX, DALLOZ.

Espagnol

Mme Grillo

Espagnol renforcé : dimension professionnelle d'une langue vivante

Fondé sur une série d'exercices pratiques accompagnés d'une réflexion critique, ce cours est centré sur les usages professionnels de l'espagnol. Au niveau de l'expression orale, il s'agit de consolider la pratique confiante de la langue, notamment l'intonation et la fluidité, par l'intermédiaire d'une démarche pédagogique inspirée du théâtre (mises en situation professionnelle). En ce qui concerne la production écrite, des repères méthodologiques sont proposés pour l'élaboration de textes selon les besoins du monde de l'emploi (prise de contact, promotion d'un produit ou d'un service, organisation et compte-rendu d'une réunion, citation d'une source, synthèse de contenus, diapositives, rapports texte-image, entre autres). Étant donné l'importance de la recherche d'un stage dans la formation en M2, un accent est mis sur les différentes étapes d'une candidature, depuis le choix des employeurs à contacter jusqu'aux entretiens d'embauche, en passant par l'élaboration des CV et la mise en valeur des profils professionnels (compétences).

Contrôle de connaissances

1^{ère} session Régime général et régime dérogatoire : contrôle continu, 1 production écrite intermédiaire et 1 dossier final (document écrit avec soutenance à l'oral).

2^{ème} session : 100% épreuve écrite.

Quelques références

GIAMMATTEO Mable, GUBITOSI Patricia, PARINI Alejandro (eds.), *El español en la red*, Madrid-Frankfurt, Iberoamericana-Vervuert, 2017.

VANGEHUCHTEN Lieve, *El léxico del discurso económico empresarial: identificación, selección y enseñanza en Español como Lengua Extranjera con Fines Específicos*, Madrid-Frankfurt, Iberoamericana-Vervuert, 2005.

Italien

Vous pouvez aussi opter pour l'Italien avancé exclusivement.

Pour en savoir plus, consulter le livret LANSAD sur le site Internet de la Faculté :
<http://lettres-sh.u-pec.fr> > Formation initiale > LANSAD

1^{ème} étape : m'inscrire dans mon cours LANSAD

Se munir de son numéro d'étudiant.

Ensuite, rendez-vous sur > e-campus > <https://e-campus.u-pec.fr/>

Inscription aux cours, dans la limite des places disponibles.

2^{ème} étape : intégrer mon premier cours

Attention ! Vous devez suivre les cours dans le TD choisi lors de votre inscription en ligne.

Emplois du temps (horaires + salles) à consulter sur le site Internet (> <https://ade.u-pec.fr/jsp>) et sur les panneaux d'affichage LANSAD (Campus centre, bâtiment i).

L'inscription définitive se fait après présentation des justificatifs demandés (photocopie du livret scolaire du lycée et du relevé de notes de tous les semestres précédents). Sans ces justificatifs, exigés lors du premier cours, l'inscription en ligne ne sera pas validée, les étudiants ne seront pas inscrits. Cette règle sera strictement respectée.

Pour en savoir plus, consulter le livret LANSAD sur le site Internet de la Faculté : <http://lettres-sh.u-pec.fr> > Formation initiale > LANSAD

Contact pour les enseignements LANSAD

Campus centre, bâtiment i, bureau i2 112

Tél. 01 45 17 66 85/01 45 17 11 87

sec.lansad-llsh@u-pec.fr

❖ UE 4 : Stage

- Le stage est l'occasion, pour l'étudiant, d'approfondir et d'élargir les connaissances acquises au Département. Après une brève période d'observation, l'étudiant doit participer à la vie de l'entreprise et être placé en situation de responsabilité.
- Le stage donne lieu à la rédaction d'un mémoire soutenu devant un jury constitué de deux enseignants et d'un professionnel. Les stages à l'étranger sont fortement recommandés.
- Un *Guide des stages* est distribué aux étudiants en janvier ; les indications de calendrier, de forme et de contenu doivent être toutes respectées sous peine de non-validation du stage. Chaque étudiant bénéficie par ailleurs, pendant son stage, de l'encadrement d'un enseignant.
- Stage en entreprise d'une durée de 24 semaines (6 mois maximum).
- Les conventions doivent être établies en **4 exemplaires** (**5 exemplaires** pour les stages à l'étranger) dûment signés par l'entreprise, l'étudiant, la direction du Département et le Doyen de l'UFR de Lettres.

Défaillance

L'UE Stage est un ensemble : **Stage + Mémoire + Soutenance**.

Il va de soi qu'un stage non effectué ne peut être rattrapé pour la 2^e session (compte tenu de la durée obligatoire de 24 semaines).

Toutefois, un étudiant qui aura effectué complètement son stage et aura remis son rapport en temps et en heure mais qui aura été défaillant lors de la soutenance pourra, si cette défaillance est justifiée, faire la demande d'une soutenance pendant la session de rattrapage.

6. PRINCIPES GÉNÉRAUX CONCERNANT LES RÉSULTATS

Dans le cadre européen, pour le développement de la coopération universitaire et de la mobilité, tous les enseignements sont validés sous forme d'ECTS :

- > Un semestre de master = 30 ECTS
- > Une année de master = 60 ECTS
- > Le master complet = 120 ECTS

● CAPITALISATION DES RÉSULTATS

Tout ECUE ou UE pour lequel l'étudiant a obtenu une note égale ou supérieure à la moyenne est acquis (capitalisé) sans limitation de durée, mais en cas d'interruption puis de reprise d'études l'étudiant se trouve dans une situation de validation des études supérieures : les règles de prise en compte d'UE ou d'ECUE validés s'appliquent en fonction du parcours visé, de la date de validation de l'UE ou de l'ECUE et d'une éventuelle nécessité d'une actualisation de connaissances.

● COMPENSATION DES RÉSULTATS

Les résultats sont comptabilisés à quatre niveaux :

- L'ECUE (Elément Constitutif d'Unité d'Enseignement)
- L'UE (Unité d'Enseignement)
- Le semestre
- L'année

À **chaque semestre**, les notes sont additionnées selon des coefficients déterminés et la moyenne est calculée. Il y a donc « compensation » entre les notes d'un même ECUE, entre les ECUE d'une même UE, entre les UE d'un même semestre et, enfin, entre les deux semestres.

□ L'étudiant n'est pas autorisé, dans le but d'augmenter sa note, à se représenter à des UE ou ECUE validés.

Mentions de diplôme

De 12 à 13.99 > Mention Assez bien

De 14 à 15.99 > Mention Bien

Au-dessus de 16 > Mention Très bien

L'obtention de la Licence est obligatoire pour l'inscription en Master 1.

Cf. article 5 de l'arrêté du 25 avril 2002 relatif au diplôme de master :

« Pour être inscrits dans les formations conduisant au diplôme de master, les étudiants doivent justifier :

- soit d'un diplôme national conférant le grade de licence dans un domaine compatible avec celui du diplôme national de master
- soit de l'une des validations prévues aux articles L 613-3-4-5 du code de l'éducation. »

Modalités d'inscription en M1

L'inscription n'est pas de droit dans le master professionnel LEA après la licence : les candidatures sont acceptées en fonction de la qualité du dossier de l'étudiant.

Modalités de réinscription en master

La réinscription en 1^{ère} ou en 2^{ème} année de master est soumise à l'avis de l'équipe pédagogique.

7. VOCABULAIRE EN USAGE

ECTS : *European Credit Transfer System* : crédit d'enseignement pour la mobilité européenne. Les ECTS expriment, sous la forme d'une valeur numérique, la quantité de travail que requiert chaque unité de cours (UE ou ECUE). Une année d'enseignement supérieur est fixée à 60 crédits = 30 crédits par semestre d'études. Une licence correspond donc à 180 ECTS.

ESPÉ : École Supérieure du Professorat et de l'Éducation, qui remplace les IUFM dans chaque académie et participe à la gestion pédagogique et administrative des masters MEEF (stages, notamment).

FSDIE : Fonds de Solidarité et de Développement des Initiatives Étudiantes, qui finance des projets collectifs étudiants. L'Université a, en outre, la possibilité de rémunérer des étudiants pour des tâches administratives. Se renseigner auprès du service Stages-Emplois (Vie et culture de l'étudiant).

Master : correspond à 4 semestres d'études (2 ans) et à 120 crédits européens. Le master fait suite à la licence.

UE : Unité d'enseignement homogène comportant éventuellement plusieurs ECUE (Elément constitutif d'une unité d'enseignement = matière).

UFR : Unité de Formation et de Recherche. Dénomination officielle de ce qu'on appelle couramment Faculté.

VAE : Validation des Acquis de l'Expérience - permet à toute personne engagée dans la vie active d'obtenir tout ou partie d'un diplôme en faisant valoir ses expériences personnelles et/ou professionnelles. En savoir plus : fc-vae@u-pec.fr

VAP : Validation des Acquis Professionnels - permet à toute personne engagée dans la vie active de faire valoir des expériences professionnelles dans le but de reprendre des études et candidater à une formation. En savoir plus : fc-vae@u-pec.fr

7. SERVICES DE L'UPEC A CONNAITRE

LES BIBLIOTHEQUES

Il existe des bibliothèques universitaires sur les sites de : Campus Centre, Mail des Mèches, Sénart, Médecine et Droit. Pour une liste plus exhaustive des différentes bibliothèques à votre disposition ou tout autre renseignement en lien avec le fonctionnement de la bibliothèque universitaire : www.upec.fr > bibliothèques

Les bibliothèques offrent des documents imprimés et électroniques pour accompagner vos études et vos recherches menées à l'UPEC. Les collections des bibliothèques (livres et revues) sont très majoritairement en accès libre dans les salles de lecture.

Les ressources électroniques sont accessibles :

- sur place, à partir des ordinateurs de l'université ou sur votre ordinateur portable en connexion wifi

(réservée aux étudiants et personnels de l'UPEC)

- en grande majorité à distance, 7j/7 et 24 h/24, via le site Internet.

En savoir plus : www.u-pec.fr > bibliothèques

LE SERVICE COMMUN UNIVERSITAIRE D'INFORMATION, D'ORIENTATION ET D'INSERTION PROFESSIONNELLE (SCUIO-BAIP)

Le SCUIO-BAIP informe et aide l'étudiant pour son orientation tout au long de son cursus universitaire : du premier au troisième cycle, et prépare son entrée sur le marché du travail. Le service met à la disposition des étudiants avec l'aide des documentalistes un fonds documentaire sur les secteurs professionnels, les

formations à l'échelle nationale et des ordinateurs en libre-service pour consulter les différents sites web des établissements de l'Enseignement supérieur. Il aide à construire son projet professionnel avec l'aide de conseillers d'orientation psychologues (élaboration du curriculum vitae, rédaction de la lettre de motivation, préparation à l'entretien d'embauche).

Contact

Maison de l'Innovation et de l'Entrepreneuriat Etudiant, Site du Mail des Mèches Rue Poète et Sellier

94000 Créteil Métro : Créteil-Université (ligne 8)

scuio-baip@u-pec.fr, 01 41 78 47 96

En savoir plus : www.u-pec.fr > Etudiant > Orientation

LE SERVICE CULTURE ET VIE DE L'ETUDIANT

Le service Culture et Vie de l'Étudiant de l'UPEC regroupe dans un même espace les différents services liés à la vie universitaire. Il a pour mission de simplifier les démarches administratives autour de la rentrée universitaire et de faciliter durant toute l'année l'accès à la vie culturelle et associative.

Les différentes antennes : Culture (ateliers et événements) (01 45 17 19 84, culture-svce@u-pec.fr) / Le Fonds de Soutien aux Initiatives Étudiantes (01 45 17 11 53, asso-scve@u-pec.fr) / Jobs, emplois étudiants (01 45 17 65 20, job-scve@u-pec.fr) / Vie associative (01 45 17 11 53, assocve@u-pec.fr) / Logement (01 45 17 70 64, logement-scve@u-pec.fr) / Accompagnement des étudiants étrangers (01 45 17 11 51, yvette.edwards@u-pec.fr) / Accompagnement étudiants handicapés (01 45 17 13 83, handi-scve@u-pec.fr)

En savoir plus : www.u-pec.fr > Etudiant > Vie étudiante

MÉDECINE PRÉVENTIVE

Ce service est à votre disposition pour répondre à vos attentes en matière d'information, conseil, handicap, examen médical, entretien psychologique. Des médecins assurent la visite médicale obligatoire en 1^{er} cycle.

Ils peuvent vous délivrer des certificats médicaux : aménagement du temps d'épreuve, prêt d'honneur, travail, stage, sports.

Vous pouvez également demander un rendez-vous pour une consultation gratuite avec un médecin pour des ennuis de santé ou autres.

Contact

Site Campus centre - niveau parking - La maison de la Santé

sumpps@u-pec.fr, 01 45 17 13 70 ou 01 45 17 15 15

LES SALLES INFORMATIQUES EN LIBRE-SERVICE

Les étudiants ont accès à des salles informatiques en libre-service sur présentation de leur carte d'étudiant :

Site Campus Centre

Bâtiment T - 3^{ème} étage - salles 304, 305, 306, 307, 308

Horaires d'ouverture :

- Du lundi au vendredi de 8h00 à 19h45
- Le samedi de 8h00 à 11h45

Tél : 01 45 17 65 16

Bâtiment P4 - niveau dalle - salles 38, 42, 44, 47, 51

Horaires d'ouverture :

- Du lundi au vendredi de 8h00 à 19h45
- Le samedi de 8h00 à 11h45

Tél : 01 45 17 18 57

CAMPUS MAIL DES MECHES

Bâtiment de Sciences économiques et de gestion - 2ème étage - salles 204 et 205

Horaires d'ouverture :

- Du lundi au vendredi de 9h00 à 17h45
- Fermeture le samedi

Tél : 01 41 78 46 29

Site de l'IUT Sénart

Bâtiment FU1 (rez-de-chaussée) : porte 005

Du lundi au vendredi (pour l'ensemble du site) : 13h – 18h

8. SEJOUR A L'ETRANGER

Les accords passés entre l'UFR et de nombreuses universités dans le monde vous permettent de faire des séjours d'études à l'étranger. Étudiant inscrit à l'UPEC, vous bénéficiez le plus souvent de l'exonération des frais d'inscription dans l'université d'accueil et, si vous êtes boursier, vous continuez à recevoir votre bourse du CROUS. Il est aussi possible de candidater à des aides à la mobilité. Les études réalisées dans l'établissement d'accueil sont prises en compte pour l'obtention du diplôme de l'UPEC selon les modalités définies avec le coordinateur pédagogique RI de votre département (**voir la liste des coordinateurs sur les pages *International* de l'UFR**). La sélection se fait l'année précédant le séjour ; prévoyez votre candidature un an à l'avance.

Les accords internationaux

EUROPE

***Programme Erasmus + :**

La durée des séjours est d'un semestre (parfois 2) pendant lequel vous devez obtenir 30 crédits comme à l'UPEC.

La Faculté LLSH a signé des accords Erasmus avec 88 universités de 23 pays (**consultez la liste des partenaires Erasmus dans la rubrique *International* des pages de l'UFR : <http://lettres-sh.u-pec.fr/international/partenaires-erasmus/>**).

Il est possible de candidater à des aides à la mobilité. Attention aux délais de constitution des dossiers !

Le programme comprend aussi des aides pour **des stages** dans des entreprises européennes.

ETATS-UNIS

***Programme MICEFA**

Programme de mobilité MICEFA (Mission Interuniversitaire de Coordination des Échanges Franco-Américains). Vous êtes admis à suivre des enseignements dans sur un campus américain pour un semestre ou une année universitaire ; quelques exemples : New York, Californie, Porto Rico etc.

Attention : il est impératif de candidater un an à l'avance !

Niveau d'anglais requis obligatoirement : connaissance attestée par le test TOEFL (213 points soit 80 points IBT qui doivent figurer dans le dossier de candidature).

CANADA

• **Programme BCI**

Le BCI (Bureau de coopération interuniversitaire) organise un programme d'échanges étudiants avec les établissements universitaires du Québec. Vous pouvez partir 2 semestres maximum dans une des universités québécoises francophones ou anglophones membres du programme.

Attention : il est impératif de candidater un an à l'avance !

*Un accord spécifique existe aussi avec l'université anglophone de **York (Ontario)**.

AUTRES DESTINATIONS

Départs possibles dans le cadre d'accords spécifiques appelés AIU : « accord inter-universitaire »

- **Amérique Latine** : Mexique, Brésil, Argentine.
- **Asie** : Japon, Corée du Sud

ASSISTANAT

Des postes d'assistants de français dans le secondaire sont à pourvoir chaque année dans de nombreux pays anglophones, germanophones et hispanophones. Ils sont accessibles aux étudiants de *toutes les disciplines*. Le programme dure une année académique ; une

rémunération est prévue et il est possible de valider un certain nombre d'ECTS au retour après un accord avec le coordinateur pédagogique RI du département d'origine. En savoir plus : www.ciep.fr

LES PREMIERES DEMARCHES, plusieurs mois à l'avance

1. Consulter le site web de l'UFR rubrique *International > Partir à l'étranger*
2. Contacter le coordinateur pédagogique RI de son département
<http://lettres-sh.u-pec.fr/international/partir-etudier-a-l-etranger/coordonateurs-pedagogiques-par-departement-529341.kjsp?RH=relations+inter>
3. Contacter le relais des relations internationales de la Faculté
(international-llsh@u-pec.fr)



**llsh.
u-pec
.fr**

Université Paris-Est Créteil

61 avenue du Général de Gaulle, 94010 Créteil cedex
Métro 8 : Créteil Université