

LIVRET PÉDAGOGIQUE
DE L'ÉTUDIANT

LEA marchés anglophones
Management international trilingue

Master
en Apprentissage

2019-2020

**UPEC**
UNIVERSITÉ PARIS-EST CRETEIL

FACULTÉ
DES LETTRES, LANGUES
ET SCIENCES HUMAINES

Sommaire

Master LEA

- 4** PRÉSENTATION DE LA FACULTÉ
- 6** PRÉSENTATION DU DÉPARTEMENT LEA
- 10** PRÉSENTATION DU MASTER
- 13** PRÉSENTATION DES ENSEIGNEMENTS MASTER 1
- 18** PRÉSENTATION DES ENSEIGNEMENTS MASTER 2
- 31** CONTRÔLE DES CONNAISSANCES
- 34** VOCABULAIRE EN USAGE
- 36** SERVICES DE L'UPEC À CONNAITRE

PRÉSENTATION DE LA FACULTÉ DES LETTRES, LANGUES ET SCIENCES HUMAINES

L'ÉQUIPE DE DIRECTION

Doyen : Anne-Lise HUMAIN-LAMOURE.

Vice-doyens :

Myriam BARON (moyens) - myriam.baron@u-pec.fr

Jean-Marc LEBLANC (pédagogie) - jean-marc.leblanc@u-pec.fr

Fabienne MOINE (recherche) - fabienne.moine@u-pec.fr

Karine CHAMBEFORT (relations internationales) - karine.chambefort@u-pec.fr

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

Secrétaire 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, mercredi, vendredi de 9h30 à 12h30 et de 14h à 16h30.

Le jeudi de 9h30 à 15h en continue.

Les étudiants pourront y trouver les :

- pochettes d'inscription administrative,
- attestations de réussite,
- certificats de scolarité,
- certificats d'assiduité,
- formulaires de demande d'équivalence 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 socioéconomiques et institutionnels de la région et développe des partenariats.

Contact : Nicolas BILET

Site Campus centre - bât. i, 1er étage, bureau i3 221

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

DÉPARTEMENTS DE LA FACULTÉ

Selon la licence dans laquelle il est inscrit, chaque étudiant est rattaché à un département dirigé par une directrice ou un directeur et disposant d'un secrétariat pédagogique qu'il est possible de venir consulter pour tout renseignement. De nombreuses informations figurent sur les tableaux d'affichage de ces secrétariats et sur le site internet de la Faculté :

www.u-pec.fr > Faculté lettres, langues et sciences humaines

LES DIRECTEURS DE DÉPARTEMENTS

Département d'allemand

Denis BOUSCH

denis.bousch@u-pec.fr

Département d'anglais

Elisabeth VIALLE

elisabeth.vialle@u-pec.fr

Lucie GOURNAY

lucie.gournay@u-pec.fr

Département de communication

Stephanie WOJCIK

stephanie.wojcik@u-pec.fr

Département de géographie

Sophie BLANCHARD

sophie.blanchard@u-pec.fr

Jean ESTEBANEZ

jean.estebanez@u-pec.fr

Département d'histoire

Jacques PAVIOT

paviot@u-pec.fr

Département de langues romanes

Séverine GRELOIS

grelois@u-pec.fr

Baptiste LAVAT

baptiste.lavat@u-pec.fr

Département de lettres

Yolaine PARISOT

yolaine.parisot@u-pec.fr

Département de philosophie

Roberto POMA

poma@u-pec.fr

Ali BENMAKHLouF

mohammed.benmakhlouf@u-pec.fr

Département de langues étrangères appliquées – site de Créteil

Alejandro ROMAN ANTEQUERA

alejandro.roman-antequera@u-pec.fr

Antoine SERVEL

antoine.servel@u-pec.fr

Département de langues étrangères appliquées – site de Sénart

Jean-Pierre BROUILLAUD

jean-pierre.brouillaud@u-pec.fr

Le parcours FA et FI ne sont pas interchangeables : ce sont deux formations différentes. Si vous vous êtes inscrit dans le parcours en FA, vous vous êtes engagés à trouver un employeur dans le cadre d'un contrat d'apprentissage, cela fait partie de la formation.

Le changement d'inscription ou de parcours relève d'une dérogation qui ne peut être accordée que par le Vice-doyen en charge de la pédagogie de l'UFR et à trois conditions nécessaires (mais non suffisantes en elles-mêmes) :

- avoir postulé et avoir été accepté dans le parcours souhaité ;
- ne pas avoir trouvé de contrat d'apprentissage en dépit d'une recherche active (éléments à fournir à l'appui de la demande) ;
- formuler la demande avant la 3ème semaine de cours.

Chaque dossier sera examiné avec soin.

La filière L.E.A. (Langues étrangères appliquées) de l'Université Paris-Est Créteil (UPEC) est orientée vers l'entreprise et prépare via sa licence et ses masters aux métiers du commerce international et du management international.

LE DÉPARTEMENT LANGUES ÉTRANGÈRES APPLIQUÉES (LEA)

La filière L.E.A. (Langues étrangères appliquées) de l'Université Paris-Est Créteil (UPEC) est orientée vers l'entreprise et prépare via sa licence et ses masters aux métiers du commerce international et du management international.

Axée sur l'enseignement simultané de deux langues étrangères, elle 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). Le Master est proposé aux étudiants soit :

- en initial avec deux stages à réaliser en entreprise qui confèrent au diplôme une orientation à caractère professionnalisant
- en alternance avec un contrat d'apprentissage (ou professionnalisation pour certains profils) à signer avec une entreprise en lien avec la formation pour 2 ans.

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 diplômés L.E.A. de l'enseignement public participent au développement intellectuel de citoyens éclairés.

DIRECTION

Alejandro Román Antequera (alejandro.roman-antequera@u-pec.fr)

Antoine Servel (antoine.servel@u-pec.fr)

GESTIONNAIRE DE FORMATIONS CONTINUES ET ALTERNANTES

bureau i2 108 (Campus Centre), bureau 112 (MLRI)

Madame AURAY Emmanuelle (Master 1 et 2)

Tel : 01.82 69 48 91

E-mail : alternance-llsh@u-pec.fr

Horaires d'ouverture : Du lundi au vendredi de 9h30 à 12h30 et de 13h30 à 17h

ENSEIGNANTS

Responsables pédagogiques : Monsieur NJIKI (njiki@u-pec.fr)
et Monsieur PINTO (david.pinto@u-pec.fr)

Enseignants statutaires de la formation

NOM	PRENOM	ENSEIGNEMENTS	HEURES
GRILLO	SABRINA	-Espagnol management	18
GUILLOUX	VERONIQUE	-Gestion des ressources humaines	24
		-Procédures douanières : E-Administration & dédouanement électronique	24
		-Méthodologie en management	24
JIMENEZ GARCIA	IVAN	Espagnol négociation	32
KESSELMAN	DONNA	-Négociation et communication interculturelles	18
MENANT	ANTOINE	-Allemand Négociation	18
		-Allemand Management International	14
NJIKI	ROGER	-Comptabilité de gestion	24
		-Jeu d'entreprise	24
PINTO	DAVID	-Finances Internationales	24
		- Marketing international	24
		-Techniques du commerce international	24
		- Intégration professionnelle	24
SERVEL	ANTOINE	- Anglais management international	32
SANGUINETTI	PATRICK	- Droit du commerce international	24
ROMAN ANTEQUERA	ALEJANDRO	- Espagnol Management international	18
GOBERT TORRES	SOPHIE	- Négociation et communication interculturelles en anglais	14
BADOUH	AZIZ	- Informatique	24

Enseignants professionnels de la formation

NOM	PRENOM	ENSEIGNEMENTS	HEURES
LEPOUTRE	GUILLAIN	DROIT DU COMMERCE INTERNATIONAL	24
SAGUINETTI	PATRICK	DROIT DU COMMERCE INTERNATIONAL	24

NB : Les étudiants doivent choisir entre espagnol ou allemand.

ATTENTION AU PLAGIAT !

**Vos 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 DST 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 Wikipedia). 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 la note de 0/20, et une procédure disciplinaire.

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

PRÉSENTATION DU MASTER LEA MANAGEMENT INTERNATIONAL TRILINGUE EN APPRENTISSAGE

Présentation générale

Le Master LEA Management international trilingue en Apprentissage (FA) 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 d'allier des connaissances de haut niveau, dispensées en trois langues vivantes, avec l'insertion professionnelle via une formation en apprentissage. Les apprentis, en plus des enseignements en présentiel, bénéficient d'un suivi particulier à la fois par les maîtres d'apprentissage et le tuteur pédagogique qui, au sein d'un processus d'apprentissage, définissent les missions à confier à l'apprenti répondant aux objectifs de la formation.

Le Master LEA s'appuie avant tout sur une parfaite combinaison d'ouverture culturelle, et de maîtrise des langues. En effet, la compréhension de la culture des territoires associée à l'utilisation de trois langues favorisent indéniablement l'intégration des apprentis dans les métiers de l'import-export.

La formation LEA en Master s'intéresse à trois marchés :

- Marchés anglophones : tourné vers les Etats-Unis, le Royaume-Uni et l'Europe du nord.
- Marchés hispanophones : tourné vers l'Espagne et l'Amérique latine
- Marchés germanophone et est-européens : tourné vers les pays d'Europe centrale et orientale (PECO)

Il existe dans la vie économique de la région Ile-de-France, et plus particulièrement dans le département du Val-de-Marne un grand besoin de langues étrangères associées à de solides connaissances en gestion des entreprises dans un environnement multiculturel.

Le savoir-faire du département de Langues Etrangères Appliquées de l'Université Paris-Est Créteil (UPEC) dans la formation d'étudiants trilingue experts en techniques du management international, associé à la proximité géographique de partenaires solides évoluant dans un contexte international (PME innovantes, MIN de Rungis par exemple) nous confère une entière légitimité dans notre proposition de formation en apprentissage.

Finalité de la formation LEA en apprentissage

Le Master LEA Management international trilingue forme des cadres de haut niveau aux métiers de l'import-export et de la négociation internationale : responsables export de PME-PMI, cadres de direction internationale, chefs de zone export, responsables de succursales ou de filiales étrangères, principalement en Amérique anglo-saxonne, en Amérique latine ou en Europe centrale et orientale (PECO). Il s'agit donc de former des cadres trilingues du management international, dotés de fortes compétences à la fois dans au moins deux langues vivantes étrangères, et dans les techniques de l'import-export et de la négociation internationale.

Face à la mondialisation, les entreprises ont besoin de linguistes ayant de compétences techniques dans les domaines de l'import-export, des achats, de la négociation commerciale internationale, source de gains de productivité. Négocier à l'international sur ces différents marchés requiert outre la connaissance des langues appliquées, une bonne connaissance des usages et coutumes du pays avec lequel ou dans lequel on traite. Cela permettra d'éviter bien des écueils et donnera naissance à une relation commerciale de qualité, basée sur le respect et la confiance réciproques.

D'un pays à l'autre, d'un continent à un autre, une négociation suppose un préalable de connaissances dans différents registres. Pour instaurer un climat de confiance, pour connaître les attitudes à tenir lors des négociations, pour s'adapter aux différents styles de communication, pour minimiser les divergences de signification, de conception, pour minimiser les risques d'erreurs, de pertes de temps, il s'avère crucial de découvrir, de connaître la culture de l'autre.

Le département de Langues Etrangères Appliquées de l'Université Paris-Est Créteil (UPEC) offre aux étudiants un programme qui les forme à la pratique de deux langues étrangères (Anglais/Allemand ; Anglais/Espagnol) à la négociation commerciale internationale, au management multiculturel et aux techniques de l'import-export.

Cette formation permet d'appréhender ces différences culturelles, linguistiques, géographiques, temporelles, juridiques... avec comme objectifs :

- identifier les spécificités de la négociation internationale et s'adapter à un contexte interculturel
- négocier ses prix et défendre ses marges, s'affirmer face à la pression des acheteurs
- identifier rapidement le style de négociation de l'acheteur et adapter son discours en fonction des habitudes locales
- acquérir les outils et les techniques des négociations sous haute tension

Organisation du Master

Durée totale de la formation : 840 heures sur le cycle de Master.

Nombre d'heures d'enseignement par année de formation :

- 1ère année de Master : 440 h
- 2ème année Master : 400 h

Le rythme d'alternance sera tout au long de la formation de 2 jours à l'UPEC et 3 jours en entreprise. Ce rythme permettra d'une part, le suivi régulier des apprentis et l'apprentissage progressif des fondamentaux du management international et, d'autre part, de répondre à la demande des entreprises d'organiser la continuité de l'activité tout au long de la formation dans des secteurs où les pics d'activité sont très variables. Pendant les périodes d'enseignement le volume horaire sera compris entre 6 et 7 heures de cours par jour.

La pédagogie proposée répond aux compétences visées et présente donc des enseignements diversifiés d'apprentissage des langues autour d'enjeux économiques, financiers, sociétaux, culturels ; des discussions de cas ; des jeux d'entreprise, une formation à l'entrepreneuriat ; des conférences sur les secteurs d'activités et les spécificités du contexte régional. Les apprentis sont amenés à travailler sur des travaux individuels ou de groupe et leurs productions peuvent prendre la forme de rapport, de notes d'analyse, d'exposés, de présentations orales afin de la familiariser avec les commandes auxquelles ils seront confrontés en entreprise.

Les apprentis seront également amenés à accompagner leur maître d'apprentissage dans des salons, des foires pour des événements liés au commerce international, à l'import-export, à la négociation internationale, à l'implantation à l'étranger, à la conquête de nouveaux marchés, événements indispensables au processus d'apprentissage.

Les apprentis en plus des enseignements en présentiel, bénéficient d'un suivi particulier à la fois par les maîtres d'apprentissage et le tuteur pédagogique. En effet dans le processus d'apprentissage, le maître d'apprentissage et le tuteur pédagogique définissent les missions à confier à l'apprenti et qui répondent aux objectifs de la formation. Le maître d'apprentissage l'accompagne quotidiennement dans ses tâches en s'assurant d'une montée en puissance des compétences techniques pour offrir à l'apprenti une autonomie dans ses fonctions. L'apprenti bénéficie ainsi des enseignements universitaires, du savoir-faire et de l'expérience de son

maître d'apprentissage. Des visites en entreprise sont effectuées par le tuteur pédagogique pour s'assurer du bon déroulement des missions et du comportement de l'apprenti. Le retour d'expérience mis en place est fondamental afin de retranscrire le plus finement possible les apports techniques issus du monde professionnel.

Activités en entreprise

En Master 1, les apprentis auront à rédiger un rapport d'activité sous la forme d'un « retour d'expérience 1 ».

En Master 2, seront accompagnés par leur maître d'apprentissage et leur tuteur pédagogique dans l'élaboration d'un mémoire professionnel qui représentera un « retour d'expérience 2 ».

Le « retour d'expérience 2 » poursuit deux principaux objectifs :

1) il constitue un outil de professionnalisation pour les futurs diplômés du master : ils y valorisent leurs compétences analytiques et réflexives, leur capacité à mettre en perspective leurs activités opérationnelles avec les connaissances théoriques acquises.

2) il vise à produire une connaissance opérationnelle pour le responsable des étudiants en entreprise (maître d'apprentissage pour les apprentis, responsable hiérarchique pour les étudiants en formation continue).

L'accompagnement dans la rédaction du mémoire s'appuiera sur des échanges individuels et collectifs sur les projets de sujets et sur un suivi individuel du tuteur pédagogique en articulation avec le maître d'apprentissage.

PRÉSENTATION DU MASTER 1 LEA MANAGEMENT INTERNATIONAL TRILINGUE

Tableau récapitulatif par semestre

Modules et volume horaire par catégorie d'enseignement en M1

Module d'intégration : 24 heures

Modules d'enseignement général

Semestre 1 - UE 1 : Anglais appliqué 1		
ECUE 1 : Négociation et communication interculturelles 1	18h	3 ECTS
ECUE 2 : Anglais Management International 1	18h	4 ECTS
Semestre 1 - UE 2 : Espagnol ou Allemand appliqué 1		
ECUE 1 : Allemand Négociation 1 ou Espagnol Négociation 1	18h	3 ECTS
ECUE 2 : Allemand Management International 1 ou Espagnol Management International 1	18h	4 ECTS
Semestre 2 - UE 4 : Anglais appliqué 2		
ECUE 1 : Négociation et communication interculturelles 2	14h	3 ECTS
ECUE 2 : Anglais Management International 2	14h	3 ECTS
Semestre 2 - UE 5 : Espagnol ou Allemand appliqué 2		
ECUE 1 : Allemand Négociation 2 ou Espagnol Négociation 2	14h	3 ECTS
ECUE 2 : Espagnol Management International 2 ou Allemand Management International 2	14h	3 ECTS
Modules d'enseignement professionnalisant		
Semestre 1 - UE 3 : L'entreprise à l'international 1		
ECUE 1 : Droit du commerce international 1	24h	3 ECTS
ECUE 2 : Finances internationales	24h	3 ECTS
ECUE 3 : Comptabilité de gestion	24h	3 ECTS
ECUE 4 : Management international	24h	4 ECTS
ECUE 5 : Gestion des ressources humaines	24h	3 ECTS

Semestre 2 - UE 6 : L'entreprise à l'international 2

ECUE 1 : Droit du commerce international 2	24h	2 ECTS
ECUE 2 : Marketing international	24h	2 ECTS
ECUE 3 : Procédure douanière : E-Administration & dédouanement électronique	24h	2 ECTS
ECUE 4 : Techniques du commerce international	24h	4 ETCS
ECUE 5 : Jeu d'entreprise	24h	2 ECTS
ECUE 6 : Retour d'expérience 1	0h	2 ECTS

Semestre 2 - UE 7 : Outils professionnels

ECUE 1 : Méthodologie du Management international	24h	2 ECTS
ECUE 2 : Informatique	24h	2 ECTS

TOTAL Master 1 : 440 h/ 60 ECTS

DESCRIPTIFS DES ENSEIGNEMENTS

INTÉGRATION AU MONDE PROFESSIONNEL – M. PINTO

Le module « intégration au monde professionnel » se focalise sur l'importance de concevoir des environnements de travail en ayant à l'esprit les employés, les clients et les associés.

Son objectif est de sensibiliser les apprentis à la construction de leur parcours universitaire et professionnel, en cohérence avec leurs aspirations et en tenant compte des exigences de son employeur. L'apprenti devra maîtriser le savoir-être directement requis pour une insertion durable dans son entreprise d'accueil. Ce module permettra à l'apprenti de créer une culture d'entreprise où le bien-être ainsi que le développement personnel et professionnel des employés sont valorisés.

L'acculturation doit naître à ce moment précis et doit se développer tout au long du parcours de l'apprenti au sein de l'entreprise.

NÉGOCIATION ET COMMUNICATION INTERCULTURELLES - MME KES-SELMAN ET MME GOBERT TORRES

L'objectif de cette U.E. est de permettre aux étudiants d'acquérir le vocabulaire et les techniques de communication propres au commerce international, en se familiarisant particulièrement avec le concept de communication interculturelle. Il s'agit donc d'améliorer tant les capacités d'expression écrite des étudiants (analyse, synthèse, rédaction et contraction de textes) que l'aisance orale (jeux de rôles). Lecture, commentaire et analyse de textes traitant de la culture d'entreprise et de la négociation interculturelle. Etudes de cas à travers des documents écrits. Travaux d'expression orale (présentation d'un projet, débat d'idées, hiérarchisation d'objectifs dans une négociation, réajustement, bilan).

ANGLAIS MANAGEMENT INTERNATIONAL - M. SERVEL

L'objectif est d'enrichir et de systématiser l'approche des différentes composantes du commerce international en anglaise. Le travail de l'étudiant consistera principalement à effectuer des recherches documentaires, à rédiger des synthèses écrites et à donner des présentations orales. Le travail de l'étudiant consistera principalement à étudier des articles et des documents concernant le commerce international, à effectuer des recherches d'information, à rédiger des synthèses écrites et à faire des exposés oraux.

ALLEMAND NÉGOCIATION - M. MENANT

Ce cours consiste à entraîner les étudiants à la maîtrise de formules et expressions spécifiques aux dialogues et négociations dans le monde professionnel en allemand. Il s'agit d'améliorer tant les capacités d'expression écrite des étudiants (analyse, synthèse, rédaction et contraction de textes) que l'aisance orale. Lecture, commentaire et analyse de textes actuels traitant de la culture d'entreprise et de la négociation interculturelle en Allemagne.

ALLEMAND MANAGEMENT INTERNATIONAL - M. MENANT

Objectifs : Illustrer l'intérêt des connaissances acquises en Licence dans la pratique du Management franco-allemand. Sensibiliser aux compétences requises par le Management international. Présenter les concepts fondamentaux du Management international.

ESPAGNOL NÉGOCIATION – M. JIMÉNEZ

Le cours complète et perfectionne les connaissances déjà acquises aux semestres 5 et 6 de la Licence LEA. Il a pour objectif de donner à l'étudiant les principaux outils théoriques et pratiques de la négociation et de la communication interculturelle dans le cadre des pays de langue espagnole. Compréhension orale : étude de documents présentant des cas concrets de négociation et de communication. Travaux en groupe : application de ces diverses situations. Méthodologie de la présentation, l'analyse et l'exposé oral des cas.

ESPAGNOL MANAGEMENT INTERNATIONAL – M. ROMAN ANTEQUERA

Objectifs : Création d'une entreprise - ONG

Compétences professionnelles à développer ou à acquérir.

- Utiliser les connaissances pratiques du monde de l'entreprise espagnole ou hispano-américaine.
- Utiliser les outils de communication pour être opérationnel en milieu professionnel
- Apprentissage et découverte : les différentes études de marchés sur une ouverture socioculturelle.
- Travail en groupe à développer et créer pour acquérir des compétences nécessaires à l'exercice d'une bonne harmonie d'équipe et en menant à terme un travail quotidien efficient.
- Approches diverses de problématiques du commerce international (Import-export, marketing, finances) par l'étude de documents en espagnol et l'approfondissement de la connaissance des réalités économiques hispaniques.
- Recherches documentaires, questionnaires, traductions et synthèses seront demandés aux étudiants.
- Recherches documentaires et synthèses seront demandées aux étudiants.

DROIT DU COMMERCE INTERNATIONAL - M. LEPOUTRE

Objectifs :

- Familiariser les futurs négociateurs et cadres des entreprises exportatrices avec l'environnement juridique du commerce international et les principaux instruments du droit des affaires internationales
- Analyser de manière concrète les difficultés et proposer des solutions pratiques pour négocier, rédiger les contrats et gérer les situations litigieuses, ainsi que pour assurer le développement international de l'entreprise.

Droit de contrats aux E.U.

Résiliation, obligations, remèdes devant la justice, le développement historique d'une politique qui forcément favorise la création de contrats, les doctrines dites « assumption of risk » « fellow servant rule » et les opinions de la Cour Suprême responsables de « The Lochner Era » ainsi que les protections liées au quinzième Amendement de la Constitution (qui confère aux sociétés le même statut qu'un citoyen/personne physique).

FINANCES INTERNATIONALES - M. PINTO

Objectifs :

- Analyser l'internationalisation de la fonction financière de l'entreprise entraînée par le développement des échanges internationaux et des implantations à l'étranger (étudiés dans le cadre du cours d'économie internationale de licence).
- Initier les étudiants à l'identification des risques et au choix d'une méthode de couverture.

COMPTABILITÉ DE GESTION - M. NJIKI

Cet enseignement a pour objectif la compréhension et la maîtrise des principales techniques de la comptabilité de gestion. Alliant efficacement l'exposé théorique et la mise en pratique, ce cours permet de comprendre les principes de la comptabilité de gestion, expose les bases de la comptabilité de gestion en posant méthodiquement les principes qui conduisent à la détermination des coûts et au résultat. Les différentes méthodes de calcul des coûts et leurs objectifs propres sont exposés et montrent comment utiliser les différentes méthodes de calcul des coûts pour aider à la prise de décisions. Quelles méthodes de calcul de coût pour quelles décisions ?

MANAGEMENT INTERNATIONAL – M. PINTO

Objectif : Seront analysés des concepts globaux tels que : les étapes de la construction d'un plan de marketing, la recherche d'information et les études, la veille, le lobbying, les alliances, le marketing.

GESTION DES RESSOURCES HUMAINES - MME GUILLOUX ET MME DI-DIER

L'objectif de ce cours est de présenter la gestion des ressources humaines sous l'angle théorique pratique. Seront présentés la mission de la fonction RH, le recrutement et l'intégration en entreprise, l'évaluation des postes, l'appréciation du personnel, la rémunération, le développement et la gestion des compétences etc...

MARKETING INTERNATIONAL – MR PINTO

Objectif : Le MIX Marketing international (la politique de produit-marque, la politique tarifaire, les politiques publicitaire et média, les modes d'accès des pays étrangers) sera présenté de manière détaillée. Méthode : Des études de cas et des articles illustreront les cours.

PROCÉDURES DOUANIÈRES : E-ADMINISTRATION & DÉDOUANEMENT ÉLECTRONIQUE - MME GUILLOUX

A partir de méthodes actives basées sur des cas concrets, l'objectif de ce cours est de présenter :

- Le concept de E-administration (e-government pour les anglo-saxons)
- L'exemple de la douane électronique.
- L'organisation et les missions de la douane.
- Les formalités douanières à accomplir au niveau de la constitution du dossier douanier et de l'établissement de la déclaration dématérialisée.
- Les différentes bases de données, systèmes d'information et les procédures de dédouanement

NB : L'alternance théorie- pratique est au centre du dispositif pédagogique.

JEU D'ENTREPRISE - M. NJIKI

Mondial Manager est un simulateur pédagogique de la fonction Commerce International de l'entreprise qui favorise l'apprentissage par l'expérience des mécanismes essentiels du Commerce International en contexte concurrentiel, propose une vision globale des principales spécificités du Commerce International, tant à l'Importation qu'à l'Exportation, qui sont abordées de façon à toujours faire percevoir les équilibres fondamentaux de la stratégie de l'entreprise, présente aux participants des situations variées, dans un temps très court, pour développer la capacité d'analyse, de réaction à des conjonctures évolutives, et l'esprit de décision. Ce jeu permet d'approfondir l'interdépendance des fonctions dans l'entreprise, d'élaborer un plan de développement et conduire une stratégie avec cohérence, d'associer réflexion à LT et réaction à CT d'être réactif dans un contexte concurrentiel, d'utiliser les états financiers et les associer à la gestion opérationnelle, d'examiner les impacts financiers des décisions opérationnelles, de mieux appréhender la prise de décision et le management international. Les thèmes abordés : Importation et Exportation, information et études, marketing international (voies d'accès, typologie des marchés, adaptation du produit au marché), approvisionnements provenant de l'Importation. Logistique : Transport, Incoterms, douane, modalités de paiement, financements en devises, couvertures, comptabilité multidevises, Gestion des risques (Change, Politique, Catastrophe, Transport, Commercial), assurances Export, analyse de rentabilité par marché, relations avec des tiers (assureur, transitaire, banquier), tableau de bord et documents de synthèse.

MÉTHODOLOGIE EN MANAGEMENT - MME GUILLOUX

Dans ce module, seront présentées les différentes étapes de la méthodologie en management. Le cours portera notamment sur l'objet de recherche, la collecte des données, les méthodes d'analyse, les résultats et leurs présentations. Les étudiants dans le cadre d'un projet de groupe conduiront un projet de recherche et expérimenteront plus particulièrement un traitement d'analyse textuelle. L'évaluation se fera sur dossier de projet.

PRÉSENTATION DU MASTER 2 LEA MANAGEMENT INTERNATIONAL TRILINGUE

Tableau récapitulatif par semestre

Modules et volume horaire par catégorie d'enseignement en M2

Semestre 1 - UE 9 : Connaissances des territoires et des langues étrangères		
ECUE 1 Structures et dynamiques territoriales	20h S3	3 ECTS
ECUE 2 Langue A Anglais des affaires	34h S3	4 ECTS
ECUE 3 Langue B Espagnol ou Allemand des affaires	30h S3	3 ECTS

Semestre 2-UE 11 : Connaissances des territoires et des langues étrangères		
ECUE 7 Histoire politique et économique	20h S4	1 ECTS
ECUE 8 Langue C Anglais avancé	16h S4	1 ECTS
ECUE 9 Langue C Espagnol renforcé ou Allemand renforcé	16h S4	1 ECTS

Modules d'enseignement professionnalisant

Semestre 1- UE 8 : Management International		
ECUE 1 Intercultural Management and Applications	20h S3	4 ECTS
ECUE 2 Modes de présence et Stratégies internationales des firmes	20h S3	3 ECTS
ECUE 3 Techniques financières	15h S3	2 ECTS
ECUE 4 Méthodologie de la recherche en gestion	20h S3	3 ECTS
ECUE 5 Techniques export	20h S3	3 ECTS
ECUE 6 Contrôle de gestion	20h S3	2 ECTS
ECUE 7 Méthodologie de création d'entreprise et Entreprenariat	25 h S3	3 ECTS

Semestre 2-UE 10 : Management international		
ECUE 1 Global Marketing	20h S4	2 ECTS(2)
ECUE 2 Corporate Social Responsibility	18h S4	2 ECTS
ECUE 3 International Purchasing	24h S4	2 ECTS(2)
ECUE 4 Information System Applied	15h S4	2 ECTS
ECUE 5 Business Game	27h S4	2 ECTS(2)
ECUE 6 Spécificités juridiques et fiscales	20h S4	2 ECTS(2)

Semestre 2 - UE 12 : Pratique professionnelle		
Mémoire professionnel		15 ETCS

TOTAL Master2 : 420h/60 ECTS

DESCRIPTIFS DES ENSEIGNEMENTS

INTERCULTUREL MANAGEMENT -M. HERTZLER

This course focuses on the management of cultural differences. Multinationals as many domestic firms face multicultural environments.

The first objective is to increase awareness of students' own cultural assumptions and respect for other cultural perspectives.

The second objective is to develop and expand knowledge and understanding about the basic drives behind national and organizational cultural differences and the impact of cultural differences on cross cultural issues in organizations.

The third objective is to acquire an understanding of the effectiveness of different strategies of international managers working in International Purchasing and Logistics. Through simulations and exercises, students will develop their skills of communicating and managing in diverse cultural environments and in cross cultural situations. .

Course Outline

Introduction - Why is Intercultural Management Important (Don't underestimate it but don't overestimate it!)?

1 - Intercultural Communication and Intercultural Negotiation (theory and cases)

2 - Managing an international workforce (theory and cases)

3 - Conflicts and Cultural Differences (theory and cases)

Assessments

Intercultural Interview Paper (30%)

Class participation (20%)

Written exam (50%)

Select Bibliography

Barabel M., Meier O., *La gestion internationale des ressources humaines*, Dunod, 2011

Chevrier S., *Gérer des équipes internationales*, Presses Université de Laval, 2013

D'Iribarne P., *Cultures et Mondialisation*, Seuil, collec. Points, 2002

Gannon, M. and Newman, K., *The Blackwell Handbook of Cross-cultural Management*, Blackwell, 2002

Guirdham, M., *Communicating across cultures at work*, Palgrave Macmillan, 2005

Hofstede, G. *Cultures Consequences: International Differences in Work Related Values* Sage, 2001

Mead, R. *International Management: Cross-cultural Dimensions*, Blackwell, 2004

Trompenaars F., Hampden Turner C., *Riding the Waves of Culture*, MacGraw-Hill, 2012

Schneider, S. and Barsoux, J-L, *Managing Across Cultures*, Prentice Hall, 2002

MODES DE PRÉSENCE ET STRATÉGIE INTERNATIONALE DES FIRMES

-MR L'HOSTIS

Objectifs et méthodes

L'objectif est d'étudier les stratégies et les modalités d'internationalisation des firmes en direction des pays anglophones ; l'Amérique du Nord et les Iles Britanniques, principalement. Le travail de l'étudiant consistera en l'analyse de documents, la recherche personnelle d'informations, et les présentations écrites et orales. La seule langue de travail du cours est l'anglais.

Bibliographie

Lectures conseillées :

BENNETT R., and BLYTHE J., *International Marketing : Strategy, Planning, Market Entry and Implantation*, Kogan Page, London, 2002

BARROW C., *The Complete Small Business Guide; Sources of Information for New and Small Business*, Capstone Publishing Ltd, London, 2005

O'KANE Brian, *Starting a business in Britain; A Comprehensive Guide and Directory*, Virgin Books, London, 2003

O'KANE Brian, *Starting a business in Ireland*, Oak Tree Press, Cork, 2004

WEBB Philip and Sandra Webb, *The Small Business Handbook: An Entrepreneur's Definitive Guide to Starting a Business and Growing a Business*, Prentice Hall, New York, 2001

TECHNIQUES FINANCIÈRES - M. BOILOT

A.La gestion opérationnelle du crédit documentaire et Le montage d'opérations triangulaires

But

Maîtriser l'utilisation du crédit documentaire et l'ingénierie financière des opérations triangulaires.

Aperçu (vue d'ensemble)

La mise en place d'un crédit documentaire est souvent nécessaire pour sécuriser les opérations avec l'étranger. Cette technique de paiement nécessite, cependant, une gestion documentaire lourde ainsi qu'une expertise qui fait souvent défaut dans les entreprises. Maîtriser cette technique de paiement devient indispensable dès lors que l'on travaille sur des pays à risques en particulier lorsqu'il s'agit de monter des opérations de trading.

Objectifs

1. Approfondir le crédit documentaire et la L/C standby
2. Se familiariser avec le montage d'opérations de négoce international et les montages financiers.

Programme

Introduction : rappels des risques inhérents aux opérations internationales

Le crédit documentaire

La standby letter of credit

L'ingénierie financière des opérations triangulaires

Études de cas

Bibliographie

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

Angé Cubeddu, *EUREK@ EXPORT* (application pour Smartphones et Tablettes)

LES CAUTIONS ET GARANTIES BANCAIRES À L'INTERNATIONAL

But

Maîtriser les garanties bancaires dans les opérations internationales

Aperçu (vue d'ensemble)

Dans le contexte actuel de globalisation où la concurrence fait rage, on assiste à une complexification croissante des contrats industriels avec en toile de fond des relations contractuelles

empreintes de méfiance.

Dans ce contexte, il est fréquent que l'exportateur soit amené à mettre en place différentes garanties bancaires, notamment dans le cadre des appels d'offres internationaux, afin de garantir ses obligations contractuelles.

La maîtrise de ces garanties est un élément clé dans le cadre de la négociation du contrat.

Objectifs

1. Connaître les différents types de garanties à mettre en place à chaque étape du contrat dans le cadre d'une vente internationale ainsi que les implications pour l'exportateur
2. Se familiariser avec les distinctions juridiques et les mécanismes inhérents à chaque type de garantie.
3. Maîtriser les différents paramètres des garanties afin d'être en mesure d'en négocier les termes dans des conditions optimales et minimiser ainsi les risques.
4. Savoir réagir en cas d'appel abusif

Programme

Le contexte des garanties internationales

Le cautionnement

Les garanties à 1ère demande

Les garanties dans les appels d'offres : de la soumission de l'offre à la fin des obligations contractuelles

Pratique des garanties : approche géographique

Les recours en cas d'abus ou de fraude

MÉTHODOLOGIE DU MÉMOIRE PROFESSIONNEL - MME GUILLOUX

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.

Thèmes abordés

Philosophie des sciences

Inscrire son projet dans un cadre épistémologie

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

Bibliographie

Gavard Perret et al., *Méthodologie de la recherche : réussir son mémoire ou sa thèse en sciences de gestion*, Pearson, 2008.

Vicki L. Plano Clark, *Understanding Research: A Consumer's Guide*, Pearson, 2009

Y Giordano coordination, *Conduire un projet de recherche*, EMS, 2003

Albarello L, *Apprendre à chercher*, De Boeck, 2007

Pourtois P., Desmet H., *Epistémologie et Instrumentation en sciences humaines*, Mardaga, 1997

TECHNIQUES EXPORT - M. MARTINI

But

Maîtriser les techniques du commerce extérieur

Aperçu (vue d'ensemble)

La croissance des entreprises passe forcément par leur capacité à se développer à l'international. Afin de s'implanter ou se développer sur les marchés étrangers, les grandes entreprises,

tout comme les PME ont besoin de se doter de collaborateurs ayant des solides connaissances dans l'import/export. Maîtriser les techniques du commerce extérieur devient une nécessité.

Objectifs

Ce cours a pour but d'approfondir les bases du commerce international et d'étudier, plus particulièrement, l'organisation du commerce extérieur, le rôle des douanes, le transport, les assurances et les modes de paiement internationaux dans une optique d'exportation vers les pays des zones (Afrique de l'ouest, Maghreb, Moyen-Orient). Les études de cas des différentes pratiques seront donc liées aux pays des zones étudiées.

Bibliographie

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

Ange Cubeddu, *EUREK@ EXPORT* (application pour Smartphones et Tablettes)

Les étudiants doivent également consulter la revue MOCI ainsi que les sites www.moci.fr et www.dreee.org.

Programme

- Les spécificités des opérations de commerce international
- Les Incoterms 2010
- Analyse des différents modes de transport (maritime, aérien, routier, ferroviaire)
- L'assurance-transport
- La douane
- La sécurisation des paiements sur les zones étudiées
- Les contrats internationaux

CONTRÔLE DE GESTION - M. NJIKI

Objectifs et Méthodes

Cet enseignement a pour objectif la compréhension et l'approfondir 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 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

MÉTHODOLOGIE DE CRÉATION D'ENTREPRISE ET ENTREPRENEURIAT

-M. PINTO

Objectifs et Méthodes

Ce cours d'entrepreneuriat, vecteur de croissance économique et d'enrichissement personnel a pour objectif de couvrir l'ensemble des problématiques liées à la création de l'entreprise :

- Découvrir et assimiler les principales phases de création d'une entreprise.
- Approfondir et développer un savoir-faire commercial, financier et juridique.
- Acquérir toutes les compétences nécessaires pour la construction d'un business plan.

Dans ce cours multimédia, l'étudiant est conduit à monter son propre projet pas à pas en sept étapes :

- Tester l'idée de création
- Analyser le marché
- Définir la stratégie commerciale
- Construire un dossier financier
- Choisir une structure juridique
- Établir un business plan
- Accomplir les dernières formalités pour ouvrir son entreprise

Pour chacune de ces étapes, l'étudiant est accompagné dans l'élaboration de son projet par des outils professionnels « clés en main » qui correspondent aux outils que le futur créateur d'entreprise peut être amené à utiliser dans la gestion de son entreprise. : Plan de financement, compte de résultat prévisionnel, plan de trésorerie, questionnaire pour l'étude de marché, compte de bilan prévisionnel etc. Ces outils permettent à l'étudiant d'effectuer les simulations demandées.

Bibliographie

- Le grand livre de l'entrepreneuriat*, Catherine Leger-Jarniou, 2013, Dunod.
- Créer son entreprise*, Xavier Bouvier et ali, 2011, Nathan.
- Entreprise individuelle*, Véronique Legrand, Jean de Faultrier, 2013/2014 éditions Delmas.
- La boîte à outils de la création d'entreprise*, Catherine Leger-Jarniou, Georges Kalousis, 2015, Dunod.
- Entreprendre dans le green business*, Jean Christophe Pic, Céline Viala, Karim Zinaï, 2013, Dunod

STRUCTURES ET DYNAMIQUES TERRITORIALES - MME NATIVEL ET MME KESSELMAN

Grande-Bretagne (S3)- Mme Nativel

Local Economic and Employment Development in the UK (Part 1)

Programme

L'action publique territorialisée au Royaume-Uni : politiques de développement économique et de création d'emplois au niveau local

- 1 - An introduction to the uneven geography of the UK: problems and challenges
- 2 - The decline of old industrial regions and the rise of "creative regions"
- 3 - Unemployment and labour market policy at the local level
- 4 - Entrepreneurship, civil society and the social economy

Les documents (articles, rapports, etc.) seront mis à la disposition des étudiants sur Eprel.

Ouvrages de référence

- Amin, A., Cameron, A. & Hudson, R., *Placing the Social Economy*, Oxford: Routledge, 2002.
- Coe, N. & Jones, A., *The Economic Geography of the UK*, London, Sage, 2012.
- Pike, A., Rodriguez-Pose, A. & Tomaney, J., 2006, *Local and Regional Development*, Oxford: Routledge, 2006.

Etats-Unis (S4)-Mme Kesselman

The American Superpower in a New World Order (Part 1)

Program

We will work on the notion of "superpower" in the 21st century and the role of the United States in this increasingly complex and contradictory environment. Basic notions of international trade and monetary policies will be studied in historical perspective.

A brochure will be provided to students in class.

Bibliography

- Lovett, A., 2004, *U.S. Trade Policy: History, Theory and the WTO*, New York: M.E. Sharpe.

LANGUE A ANGLAIS DES AFFAIRES - MME KESSELMAN

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 connaissance de leur contenu est obligatoire pour les deux régimes (Régime Continu et Régime Dérogatoire)

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

OFFERLE B., VAN NORT A., (2006), *English for Economics and Business*, Paris Editions Ellipses.

LANGUE B ALLEMAND DES AFFAIRES - MR MENANT

Objectif et méthodes

Les premières séances ont pour objectif l'apprentissage par les étudiants du vocabulaire économique et d'entreprise par l'intermédiaire de textes à commenter et de traductions. Les cours suivants s'appuient plus sur une pédagogie interactive, axée sur des jeux de rôle visant à soutenir la prise de parole en entreprise.

Une consolidation des acquis linguistiques pourra être apportée aux étudiants de niveau moyen, à partir d'une réactivation des compétences. L'accent sera alors mis sur les structures grammaticales et le vocabulaire commercial de base, notamment par des travaux d'application et des exercices structuraux.

Compétences acquises

Les étudiants consolident leurs connaissances de base, et surtout ont été entraînés, notamment par le biais de jeux de rôles, à se présenter et à négocier dans diverses situations professionnelles.

LANGUE B ESPAGNOL DES AFFAIRES - 1ÈRE PARTIE : MR ESPINO / 2ÈME PARTIE : MME DUCHENE

Objectif et programme

Le cours est organisé en deux parties :

1) Etude et commentaire oral de documents économiques et commerciaux (écrits ou audio). Il s'agit d'approfondir les connaissances et de parfaire l'expression orale.

2) Traduction (de l'espagnol au français et du français à l'espagnol) de textes économiques, financiers et commerciaux pour parfaire les connaissances terminologiques et permettre également une meilleure connaissance de l'actualité économique et commerciale du monde hispanique.

Evaluation

1) exposé oral et compréhension orale par écrit

2) synthèse à remettre et DST de 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.

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

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

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

ROMERA ROZAS Ricardo, *Pratique du thème espagnol, Économie, Politique et société*, Nathan

Université, 2003 (pour un travail autonome de remise à niveau)
Dictionnaire de l'Académie des Sciences commerciales édité par le CILF, en ligne :
www.academie-des-sciences-commerciales.fr

GLOBAL MARKETING - MME RIVAS

The objective of this class is to familiarize students with corporate communication strategies in international business organizations. After a short history of communication, a particular emphasis is placed on topics such as comparative advertising, media planning, identity-building, aesthetic marketing, the media mix, and cause-related communication. The organization and function of advertising agencies, along with professional profiles in advertising, is presented within the context of a pragmatic, hands-on learning approach.

Bibliography

Balmer, John M.T., Greyser, Stephen (eds.), *Revealing the Corporation*. Routledge, Londres et New York, 2007.

De Pelsmacker, P., Geuens M., Van Den Bergh, J., *Marketing Communications : A European Perspective*, Pearson, 2008.

Hatch, M.J., Schultz, M., *Taking Brand Initiative: How Companies Can Align Strategy, Culture, and Identity through Corporate Branding*, Wiley, 2008.

Evaluation

Oral presentation and written exam.

CORPORATE SOCIAL RESPONSABILITY - MME BEIERLEIN

Course objectives

This short course is organised as a workshop based mainly on case studies (in the retail, agri-food, textile and electronics industries). Students explore different ways in which companies can incorporate societal and environmental perspectives into strategic thinking and managerial practices, as well as the challenges and dilemmas involved in this process.

This course seeks to provide students with :

- a broad understanding at the macro-level of the political and economical debates in which sustainability issues are embedded;
- an access to current ways firms and business-related stakeholders are tackling the CSR agenda at the micro-level;
- a set of analytical tools and frameworks that will help them analyze and understand the strategic alternatives faced by businesses when implementing CSR policies;
- an understanding of how CSR policies reshape intra- and inter-organisational management practices.

Course content

1. Defining CSR
 - a. What is a business for? What contribution does it make to society?
 - b. Corporate responsibility: of what? Main sustainability issues.
 - c. Corporate responsibility: to whom? Shareholders vs stakeholders.
 - d. Corporate responsibility: to what extent? Sphere of influence.
 - e. CSR, sustainable development and global trade: the institutional context.
2. Main internal & external CSR drivers
 - a. Brand reputation & image, to employees and the outside stakeholders.
 - b. Civil society's rising awareness: social movements & activism.
 - c. Consumer behaviour and expectations.
 - d. Guidelines and instruments provided by public and private international organisations (UN Global Compact, OECD guidelines, ILO core conventions, ISO 26000...).
 - e. Shareholder engagement and socially responsible investment.
3. CSR and the strategic management of firms
 - a. Zadek's five stages of organisational learning.

- b. Porter's mapping of the social impact of the value chain.
- c. CSR leadership and competitive advantage.
- d. Mainstream CSR: the business case, discursive CSR.
- e. Beyond strategic CSR: collective business and multistakeholder initiatives.
- 4. Responsible sourcing and production processes
 - a. Designing and producing sustainable products.
 - b. Social and environmental consequences of low cost sourcing policies.
 - c. Managing CSR issues in the supply chain.
 - d. Certification & labels: "green", "fair" or "ethical" products and processes.
 - e. Circular economy : Life Cycle Assessment and reverse logistics.
- 5. CSR management tools
 - a. Accountability and sustainability reporting.
 - b. Forms of stakeholder dialogue and engagement tools.
 - c. Meeting commitments to soft and hard laws: compliance and management tools.
 - d. Partnerships for sustainability.
 - e. Complying with SRI requirements (CSR rating agencies, sustainability indexes).

Textbook

Andrew Crane, Dirk Matten and Laura J. Spence, *Corporate Social Responsibility: Readings and cases in a global context*, Routledge, 2nd edition, 2014

Course evaluation

Group work (100%):

Oral presentation of CSR issues, strategies, tools and policies in a chosen industry (50%);
Written case study (50%).

INTERNATIONAL PURCHASING - M. MARGERTE

Course Objectives and Target Skills

Provide students with an understanding of International Purchasing and its stakes.

Be able to identify issues and come up with recommendations at strategic and tactical levels.

Plan de cours

Introduction – Definition & objectives (Mindmapping)

The Supply Chain environment

Reasons to buy abroad

The management of associated risks

Knowledge of the global supplier market - RFI

Supplier selection methods : RFQ, RFP, e-procurement

International contracts and implementation plans

Import techniques & international transportation

International Supplier Relationship Management

Performance management (score cards & metrics)

Impact on company value creation

The contribution of Information Technology (tools & systems)

C.S.R

Bibliographie

Alan Branch, *International Purchasing and Management*, (2001).

Evaluation

Business case (1h30 – weight: 2/3) + personal contribution during classes (weight: 1/3)

Langue d'enseignement : **Anglais**

INFORMATION SYSTEM APPLIED - M. JIPDI

This course aims to

To understand the fundamentals of Information Systems and its relationship to the Business

To understand the importance and challenges of IT systems for the future

To understand the benefits of integrated systems such as ERP versus “best in breed” in a Business
To consider the risks and practicalities of Project and Supplier Management relating to IS in a Business environment
To provide an insight into past and future developments in IS and their relevance to the Organization

BUSINESS GAME - M.NJIKI

Le jeu d'entreprise est un outil pédagogique permettant une approche ludique et interactive de la gestion de l'entreprise. Il s'agit d'une immersion virtuelle des étudiants regroupés par équipes qui chacune représente une entreprise. Ces entreprises se retrouvent dans un environnement concurrentiel sur un ou plusieurs marchés, et doivent agir pour obtenir la meilleure performance. À partir de données initiales sur l'entreprise et son environnement, chaque équipe doit :

- analyser la situation présente (concurrence, évolution des marchés, ressources et capacités de l'entreprise);
- faire des choix (stratégie, développement, etc.);
- puis prendre des décisions sur des variables marketing (ciblage, marketing mix), commercial (moyens, mix), de gestion financière (financement des investissements, coûts, marges), de production (volumes, qualité), RH (recrutement, licenciement, interim, politique salariale...), des achats.

L'outil pédagogique modélise l'environnement concurrentiel, les interactions entre les entreprises, et permet de confronter les décisions des différentes entreprises afin de générer des résultats quantifiés :

- quantification du/des marché(s) (ventes, parts de marché);
- résultats de chaque équipe (économiques, financiers, marketing, production, RH...);
- informations sur l'évolution des marchés, les attentes des clients ou consommateurs, comportements et décisions des concurrents, ...

L'objectif de ce jeu d'entreprise est :

- de favoriser l'apprentissage par l'expérience dans un contexte concurrentiel, de présenter aux participants des situations variées, dans un temps très court, pour développer la capacité d'analyse, de réaction à des conjonctures évolutives, et l'esprit de décision ; -
- d'approfondir l'interdépendance des fonctions dans l'entreprise ;
- d'élaborer un plan de développement et conduire une stratégie avec cohérence ;
- d'associer réflexion à LT et réaction à CT ;
- d'être réactif dans un contexte concurrentiel ;
- d'utiliser les états financiers et les associer à la gestion opérationnelle ;
- d'examiner les impacts financiers des décisions opérationnelles ;
- de mieux appréhender la prise de décision et mieux appréhender le management.

SPÉCIFICITÉS JURIDIQUES ET FISCALES - M. FALL

Objectives of the course

The course is intended to introduce students to Anglo-Saxon legal culture. Above all it is hoped that students will develop an appreciation of the unique nature of the Anglo-Saxon legal system and the important role it has played in the development of Anglo-Saxon business culture.

In this regard, it is proposed to consider the following topics :

- Constitutional organization in the United Kingdom and the United States
- History of the Common Law
- The legal profession in the common law world
- The courts in the United Kingdom and the United States
- The United States Federal Supreme Court
- Anglo-Saxon contract law and contract drafting

HISTOIRE POLITIQUE ET ÉCONOMIQUE

Grande-Bretagne (S4) - Mme Nativel

Local Economic and Employment Development in the UK (Part 2)

Programme

L'action publique territorialisée au Royaume-Uni : la dimension sociale et environnementale

1 - Housing policy

2 - Youth policy

3 - Social and health inequalities

4 - Transport and environmental infrastructure

Les documents (articles, rapports, etc.) seront mis à la disposition des étudiants sur Eprel.

Ouvrages de référence

Dorling, D. & Bethan Thomas, *Bankrupt Britain. An Atlas of Social Change*, Bristol: Policy Press, 2011.

Fée, D. & Nativel, C. (eds), *Crises et politiques du logement en France et au Royaume-Uni*, Paris: Presses Sorbonne Nouvelle, 2008.

Lund, B., *Understanding Housing Policy*, Bristol: Policy Press, 2011.

Pickard, S., Nativel, C. & Portier-Le Cocq, F. (eds) (2012), *Les politiques de jeunesse au Royaume-Uni et en France : désaffection, répression et accompagnement à la citoyenneté*, Paris : Presses Sorbonne Nouvelle, 2012.

Etats-Unis (S4)- Mme Kesselman

The American Superpower in a New World Order (Part 2)

Program

This part will focus on relations between the United States and its main trade partners: the European Union, China, Latin America. The problematics of development will be raised in relation to emerging nations and regions. A brochure will be provided to students in class.

Bibliography

Stiglitz, J., 2002, *Globalization and Its Discontents*, New York: W.W. Norton & Co. May
Connaissances des territoires et langues étrangères

OPTION LANGUE C ANGLAIS/ESPAGNOL/ALLEMAND AVANCÉ- MME CATHERINE JIGUET JIGLAIRE, MR MENANT, MR ESPINO

Ce cours consiste à renforcer le niveau de langue³ des affaires à la fois écrit et oral.

Pratiques professionnelles

Pendant son année d'apprentissage, les apprentis sont accompagnés par leur maître d'apprentissage et leur tuteur pédagogique dans l'élaboration de leur mémoire professionnel.

Le mémoire poursuit deux principaux objectifs. Premièrement, il constitue un outil de professionnalisation pour les futurs diplômés du master : ils y valorisent leurs compétences analytiques et réflexives, leur capacité à mettre en perspective leurs activités opérationnelles avec les connaissances théoriques acquises. Deuxièmement, le master vise à produire une connaissance opérationnelle pour le responsable des étudiants en entreprise (maître d'apprentissage pour les apprentis, responsable hiérarchique pour les étudiants en formation continue).

Toutefois, un étudiant qui 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.

Modalités de contrôle des connaissances

Semestre 3

ECTS	UE 8 : Management international	Examen Régime Général				Examen Régime Dérégatoire		2e session	
		C o n t r ô l e continu		E x a m e n terminal		Ecrit %	Oral %	Ecrit %	Oral %
		Ecrit %	Oral %	Ecrit %	Oral %				
4	ECUE 1 Interculturel Management and Applications CM	30	20	50				100	
3	ECUE 2 Stratégies internationales des firmes CM	100						100	
2	ECUE 3 Techniques financières CM	100						100	
3	ECUE 4 Méthodologie du mémoire professionnel CM	50	50					100	
3	ECUE 5 Techniques export CM	100						100	
2	ECUE 6 Contrôle de gestion CM	100						100	
3	ECUE 7 Méthodologie de création d'entreprise et entrepreneuriat CM	50	50					100	
ECTS	UE 9 : Connaissances des territoires et langues étrangères								
3	ECUE 1 Structures et dynamiques territoriales CM	100						100	
4	ECUE 2 Langue A Anglais des affaires CM/TD	50	50						100
3	ECUE 3 Langue B Espagnol des affaires ou Allemand des affaires TD	50	50					50	50

Semestre 4

ECTS	UE 10 : Management international	Examen Régime Général				Examen Régime Dégroatoire		2e session	
		C o n t r ô l e continu		E x a m e n terminal		Ecrit %	Oral %	Ecrit %	Oral %
		Ecrit %	Oral %	Ecrit %	Oral %				
2	ECUE 1 Global Marketing CM/TD	50	50					100	
2	ECUE 2 Corporate Social Responsibility CM/TD	50	50					100	
2	ECUE 3 International Pur- chasing CM/TD	2/3	1/3					100	
2	ECUE 4 Information Sys- tème Applied CM/TD	50	50					100	
2	ECUE 5 Business Game TD			50	50			100	
2	ECUE 6 Spécificités juri- diques et fiscales CM			100				100	
ECTS	UE 11 : Connaissances des terri- toires								
1	ECUE 1 Histoire politique et économique CM	50	50					100	
1	ECUE 8 Langue C Anglais avancé TD	50	50						
1	ECUE 2 Langue C Espagnol ou Alle- mand avancé TD	50	50					100	
ECTS	UE 12 : Pratiques professionnelles								
15	Pratiques professionnelles	Pratiques entreprise + Mé- moire / soutenance 50/50							

PRINCIPES GÉNÉRAUX CONCERNANT LES CONDITIONS D'ADMISSION ET RÉSULTATS

Les études de master sont structurées en semestres et en unités d'enseignement (UE) capitalisables (article 3 de l'arrêté du 22 janvier 2014 modifié) et en éléments constitutifs d'une unité d'enseignement (ECUE) le cas échéant.

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

Conditions d'admission :

Il s'agit dans ce département de rendre complémentaire les langues et les techniques du commerce international, le management international et la négociation internationale.

Les linguistes y trouveront un complément de formation en matière de commerce international, de management interculturel et de négociation internationale alors que les non linguistes y trouveront un complément de formation en langues avec un objectif majeur : professionnaliser les linguistes.

La connaissance approfondie des langues, des cultures, des zones géographiques concernées et des techniques import-export et négociation internationale constitue ainsi un atout supplémentaire de recrutement et de développement de carrière.

L'accès au master est ouvert à tous les titulaires de diplômes sanctionnant les études de premier cycle. L'étudiant doit faire acte de candidature à une mention de master, en précisant le parcours type souhaité. Le responsable de formation ayant connaissance des capacités d'accueil prononce l'admission de l'étudiant au sein d'un parcours type de la mention, en fonction des capacités d'accueil et après examen du dossier. L'accès en deuxième année de master (M2) est conditionné par l'obtention des 60 ECTS du M1.

L'orientation vers un des parcours types d'une mention de M2 sera décidée après examen du dossier puis, pour les candidats déclarés admissibles, un entretien individuel de motivation est organisé :

- pour tous les étudiants si le parcours type débute en M2
- pour les étudiants ayant validé une autre mention de M1 différente de la mention de M2
- pour les étudiants issus d'un autre établissement.

- **Licence Langues Etrangères Appliquées (LEA)** : il s'agit des étudiants ayant à la fois des connaissances en matières de commerce international et un bon niveau de langues (anglais/espagnol ; anglais /allemand)

- **Administration et Echanges Internationaux** : il s'agit des étudiants qui ont des connaissances en matière de commerce et échanges internationaux, mais avec un niveau moyen en langue qui doit être renforcé par des cours de soutien.

- **Langues Littéraires et Civilisations Etrangères et Régionales** : il s'agit des étudiants ayant un très bon niveau de langue (anglais/espagnol ; anglais /allemand), n'ayant pas de connaissances techniques et qui désirent acquérir des connaissances en management, en commerce international (import-export), en négociation internationale et qui nécessite une remise à niveau.

-

BTS commerce international : il s'agit des étudiants ayant un bon niveau en langue et un bon niveau en commerce international

Les candidats doivent attester d'un niveau d'anglais acceptable, le TOEIC étant obligatoire en fin de M1.

Les apprentis doivent être âgés **de moins de 26 ans** et être de nationalité française, les candidats étrangers doivent être titulaires d'un permis de travail dont la validité couvre la période de formation. Possibilité d'intégrer le Master pour les personnes jusqu'à 31 ans en contrat de professionnalisation et 31 ans et plus pour les demandeurs d'emploi, RSA, ASS (allocation de solidarité spécifique) et AAH (allocation adultes handicapés)

Modalités de réinscription en master

La réinscription en première ou en deuxième année de master est soumise à l'avis du responsable de la formation sur proposition du jury ou de l'avis de l'équipe pédagogique.

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES :

L'assiduité aux cours est **obligatoire**. Au-delà de 3 d'absences aux séances d'un enseignement, l'étudiant se verra attribuer la note 0/20 au contrôle continu pour la matière concernée, ceci même si les seules épreuves retenues pour l'établissement de la note finale sont celles du contrôle continu. Le contrôle de connaissance se fait majoritairement en contrôle continu. Quelques examens terminaux sont envisagés.

Une UE est acquise si sa moyenne est supérieure ou égale à 10/20. Une UE acquise l'est définitivement. Les UE sont capitalisables 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 s'appliquent en fonction du parcours visé, de la date de validation et de l'éventuelle nécessité d'une actualisation des connaissances.

La compensation entre semestres et UE ainsi que la proposition d'attribuer une note plancher à des UE sont définies dans les modalités de contrôle de connaissances spécifiques de la formation.

Les notes des ECUE, d'une UE non acquise à la première session, peuvent être reportées pour la deuxième session. L'étudiant choisit, sous réserve des MCC spécifiques à sa formation, les UE ou ECUE non validés auxquels il se représente. Une UE ou un ECUE acquis.e l'est définitivement et ne peut pas être repassé.e dans le but d'augmenter sa note.

Dans des cas exceptionnels le redoublement pourra être envisagé en M1 comme M2 pour les étudiants n'ayant pas validé des ECUE ou UE. Le redoublement sera proposé par le jury de fin d'année.

Le diplôme de master est délivré à tout étudiant ayant obtenu 120 ECTS dans le cadre du cycle master.

Pour un étudiant ayant obtenu son master, les mentions sont attribuées de la manière suivante : La note prise en compte par le jury pour l'attribution de la mention est la note de la deuxième année de master calculée sur 20.

Si $12 \leq \text{note} < 14$: mention assez bien

Si $14 \leq \text{note} < 16$: mention bien

Si $\text{note} > 16$: mention très bien

VOCABULAIRE EN USAGE

AGREGATION : Concours de recrutement de l'enseignement secondaire, se prépare à Bac + 4 (après le master 1 ou la maîtrise, sous réserve d'obtention du master 2 au moment de l'admissibilité) ou Bac + 5 (après l'obtention d'un M2 ou pour les titulaires du CAPES).

CAPES : Certificat d'Aptitude au Professorat de l'Enseignement du Second Degré : Concours de recrutement des Professeurs certifiés. Se prépare à bac +3, au cours d'un master MEEF (voir à Master) : épreuves d'admissibilité et d'admission à la fin du M1 et titularisation à la fin du M2, sous réserve de l'obtention du master complet.

CAPLP : Certificat d'Aptitude au Professorat de Lycée Professionnel

CRPE : Concours de Recrutement des Professeurs des Ecoles.

CM : Cours magistral : cours sous forme de conférence, dispensé devant un public important, parfois en amphithéâtre.

DEUG : Diplôme d'Etudes Universitaires Générales (diplôme intermédiaire délivré à l'issue du semestre 4), délivré sur demande.

DST : « Devoir sur table ». Exercice écrit du contrôle des connaissances effectué sous le contrôle d'un enseignant ou d'un surveillant (par opposition au 'devoir maison').

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.

ECUE : Élément constitutif d'une unité d'enseignement (UE) = matière.

ESPÉ : Ecole Supérieure du Professorat et de l'Education, 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 Etudiantes. L'Université a 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.

Masters MEEF : Métiers de l'Enseignement, de l'Education et de la Formation. Ces masters préparent aux concours de l'enseignement primaire et secondaire, en LCE, Lettres, Histoire-Géographie à la Faculté des LLSH.

Options « Faculté » : options proposées dans les domaines arts, lettres, langues et sciences humaines et sociales par les dix départements de la Faculté de Lettres, Langues et Sciences humaines. Les descriptifs des cours sont disponibles et rassemblés dans le « livret des options Faculté » sur le site Internet de la Faculté : <http://lettres-sh.u-pec.fr/>

Options T (= Transversales) : ces options sont proposées par l'ensemble des Facultés de l'UPEC et consultables dans le livret spécifique appelé « Catalogue des options transversales » disponible sur papier et en ligne sur le site de l'UPEC : www.u-pec.fr

Parcours : Ensemble cohérent d'unités d'enseignement capitalisables et transférables. Une mention ou spécialité de licence peut comprendre plusieurs parcours. Ils peuvent être à vocation générale, appliquée ou professionnelle.

TD Travaux dirigés : cours par petit groupe, pendant lequel la participation active des étudiants est requise.

Thèse de doctorat : Se prépare en 3 ou 4 ans après le master 2 recherche. L'inscription « en thèse » est soumise à l'approbation du Professeur qui accepte de la diriger. La thèse est nécessaire pour postuler à un poste de Maître de Conférences dans une université.

UE : Unité d'enseignement homogène comportant éventuellement plusieurs ECUE.

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

SERVICES DE L'UPEC

À 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 renseignements 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.upec.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.upec.fr > Etudiant > Orientation

LE SERVICE VIE DE CAMPUS

Niveau dalle, bâtiment i2

Le Service Vie de Campus 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 (01 45 17 19 84, culture@u-pec.fr)

- Accompagnement des Associations et des Projets Étudiants (01 45 17 65 21, association@u-pec.fr)

- Jobs et emplois étudiants (01 45 17 65 20, jobcampus@u-pec.fr)

- Logement (01 45 17 70 64, logement@u-pec.fr)

- Accompagnement des étudiants étrangers (01 45 17 70 65, viedecampus@u-pec.fr)

- Accompagnement des étudiants en situation de handicap (01 45 17 13 83, handicap@u-pec.fr)

En savoir plus : www.u-pec.fr > vie-de-campus

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 1er 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 - 3ème 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



Secrétariat formations continues et alternantes

Mardi/Jeudi : Campus mail des mèches, Maison des Langues, bureau 112

Lundi/Mercredi/Vendredi : Campus centre, Bâtiment i, bureau i2-108

01 82 69 48 91

alternance-llsh@u-pec.fr

Université Paris-Est Créteil

61 avenue du Général de Gaulle, 94010 Créteil cedex

Métro 8 : Créteil Université

 **<http://lettres-sh.u-pec.fr>**