

Présentation

ATTENTION : campagne e-candidat 2022-2023 terminée, capacité d'accueil atteinte.

Le master Langues et Commerce international vise à former des praticiens du commerce international disposant de connaissances fondamentales en commerce international (export, logistique, opérations commerciales diverses, ADV, marketing international) et de connaissances approfondies de la langue et de plusieurs aires culturelles et linguistiques. Les compétences linguistiques, civilisationnelles et culturelles visent à permettre de communiquer et négocier en situation professionnelle dans deux langues étrangères, ceci afin d'opérer directement et durablement sur les marchés de destination : prospection clients et fournisseurs, participation à des salons internationaux, direction et ou implantation de filiales à l'étranger, gestion d'opérations d'import-export.

Les marchés concernés sont les marchés suivants : marchés anglo-saxons, espagnol, germaniques, chinois, japonais et sud-américains.

Admission

Pré-requis

Formation(s) requise(s)

- Validation complète d'une licence (ou diplôme étranger équivalent) en langues étrangères, sciences économiques/gestion, droit
- Le niveau B2 est requis dans les deux langues étrangères choisies.

Candidature

Modalités de candidature

- [e-candidat](#)

Modalités de candidature spécifiques

- La formation est sélective.

Durée de la formation

- 2 années

Lieu(x) de la formation

- Site des Chênes 1

Public

Niveau(x) de recrutement

- Baccalauréat général

Stage(s)

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

Langues d'enseignement

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

Rythme

- Temps plein
- En alternance
 - Contrat d'apprentissage

Modalités

- Présentiel

Et après ?

Niveau de sortie

Année post-bac de sortie

- Bac +5

Niveau de sortie

- BAC +5

Activités visées / compétences attestées

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

Poursuites d'études

- Doctorat en sciences humaines et sociales

En savoir plus :

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

Programme

Le master combine enseignements théoriques et pratiques dans l'ensemble des dimensions de l'activité commerciale à l'international : juridiques, financières et stratégiques. Les enjeux géopolitiques sont abordés pour une meilleure évaluation des marchés et une meilleure compréhension des opérations d'export/d'import, de logistique (internationale), de création et d'accompagnement d'activités à l'international, de conseil, etc. Les cours de langue sont axés sur l'action opérationnelle dans les zones et pays de destination. En M2, des études de cas pratiques sont proposées dans les domaines du marketing opérationnel et de l'export : mise en relation d'entreprises françaises et européennes/internationales dans le cadre d'un cours "business plan"; études de cas dans le cadre d'une unité d'enseignement "globalisation", impliquant au choix, soit de grandes entreprises anglo-saxonnes, soit de grandes entreprises allemandes internationalisées. L'option impliquant le travail sur les entreprises allemandes s'intègre dans une option germanique renforcée - dispensée en langue anglaise et/ou allemande- ouverte à l'ensemble des étudiants du master 2.