

Catégorie de cours : Master 1 ou 2
Langue(s) d'enseignement :
Nombre d'heures d'enseignements :

Master de Langues et Commerce international

Option germanique renforcée

Présentation générale

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.**

La formation combine les compétences suivantes :

- Compétences théoriques et pratiques dans l'ensemble des dimensions de l'activité internationale : commerciales, juridiques, financières, gestion et management ;
- Compétences géopolitiques et interculturelles assurant une bonne capacité d'analyse stratégique, de diagnostic et de faisabilité adaptées pour la prospection et l'implantation sur les marchés extérieurs concernés ;
- Compétences linguistiques et culturelles éprouvées pour l'action opérationnelle dans les zones et pays de destination : communication et négociation en situation professionnelle dans deux langues étrangères.

L'option germanique renforcée concerne le semestre 3 en M2 : en plus des cours spécifiques à l'aire culturelle allemande, deux cours supplémentaires de 24h et 18h respectivement ont été introduits. Il s'agit d'un cours sur « les grandes entreprises allemandes à l'international » et l'organisation et le management des entreprises en Allemagne (voir descriptifs ci-après)

Les grandes entreprises allemandes à l'international (CM 24 h)

M2 S3 (Patricia Commun)

Nous étudierons les stratégies d'expansion à l'international de plusieurs grands groupes allemands à l'aide de plusieurs études de cas réalisées par des professionnels.

A partir du descriptif des propositions d'emplois et de stages publiées par ces grandes entreprises, nous étudierons les missions relevant des domaines de marketing international opérationnel (veille stratégique, ciblage de marchés) ; nous réaliserons également de manière fictive une organisation de salon professionnel pour le compte de grands groupes allemands en Chine et en Amérique latine.

Nous examinerons également les phénomènes qui accompagnent le mouvement d'internationalisation de ces grands groupes : la transparence et l'engagement sociétal et environnemental (« standards of engagement ») dans le domaine à la fois des ressources humaines et dans celui de l'environnement, études de cas permettant de mieux connaître ces nouveaux critères sociaux et environnementaux ; gestion de la « réputation » (exemple du scandale Volkswagen) ; développement de nouveaux métiers dans le domaine de l'audit social et environnemental à l'international.

Nous prévoyons également d'interviewer des cadres commerciaux d'un certain nombre de ces grandes entreprises allemandes pour mieux identifier les métiers et les stages auxquels les étudiants germanistes et non germanistes peuvent aspirer.

Le cours se fera à la fois en langue allemande à l'adresse des germanistes travaillant sur documents en langue allemande et en anglais à l'adresse des étudiants hispanophones, sinisants et japonisants. Des documents en espagnol, chinois et japonais devront être portés à la connaissance de l'ensemble de la classe en langue anglaise.

L'objectif de ce cours est de produire un document de travail collectif, soit en langue allemande, soit en langue anglaise (50% de la note) sur l'un des thèmes suivants :

- La gestion de crise de réputation à l'international : quelles stratégies et quelles solutions ?
- Réalisation d'opérations import/ export fictives dans le cadre d'un grand groupe
- Préparation d'un salon en Allemagne, en Chine ou en Amérique latine
- L'engagement environnemental et social des grands groupes est-il suivi des faits ? Le cas Adidas
- Les métiers du CI dans les grands groupes allemands : Identification et descriptif.

L'examen final comptera pour 50% sur l'une des problématiques d'internationalisation des grands groupes allemands étudiés en cours. Il aura lieu en langue allemande pour les germanistes et en langue anglaise pour les étudiants des autres parcours.

Organisation et management des entreprises en Allemagne (CM 18 h)

Cours en allemand et en anglais

M2 S3

L'Allemagne est sans doute le pays européen le plus engagé dans la globalisation. A ce titre nous étudierons le fonctionnement de PME allemandes mais aussi de grandes entreprises internationales présentes sur le sol allemand.

Les différentes formes juridiques d'entreprises en Allemagne seront rappelées et des études de cas seront proposées.

La forme prise par les entreprises chinoises ou espagnoles et françaises sur le sol allemand sera étudiée à travers plusieurs exemples.

L'objectif est d'être en mesure d'identifier le fonctionnement particulier des PME en Allemagne, modèles de réussite à l'international mais aussi d'être en mesure d'expliquer à des européens, asiatiques ou sud-américains les clés de la coopération avec ces entreprises.

Le cours se fera à la fois en langue allemande et en langue anglaise.

L'objectif de ce cours est double :

- Permettre aux germanistes d'approfondir leurs connaissances du fonctionnement des PME allemandes

- Etre en mesure d'expliquer à des investisseurs chinois ou sud-américains le fonctionnement du microcosme industriel allemand.



UNIVERSITÉS DE
CERGY-PONTOISE ET
VERSAILLES SAINT-QUENTIN-
EN-YVELINES

Programme d'enseignements (maquette avec titre des cours et ECTS) Voir guide des études option germanique en ligne

<https://www.u-cergy.fr/fr/formations/schema-des-formations/master-lmd-XB/arts-lettres-langues-ALL/master-management-et-commerce-international-parcours-langues-et-commerce-international-program-f11-101.html>

Compétences développées au cours de la formation

Compétences théoriques et pratiques dans l'ensemble des dimensions de l'activité internationale : commerciales, juridiques, financières, gestion et management ;

-Compétences géopolitiques et interculturelles assurant une bonne capacité d'analyse stratégique, de diagnostic et de faisabilité adaptées pour la prospection et l'implantation sur les marchés extérieurs concernés ;

-Compétences linguistiques et culturelles éprouvées pour l'action opérationnelle dans les zones et pays de destination : communication et négociation en situation professionnelle dans deux langues étrangères

Débouchés professionnels

Business developer pour l'Allemagne ; métiers de l'import export ; assistant ou responsable service achats ; assistant puis chef de produit ; conseil en stratégie spécialisé sur le marché allemand ; chambres de commerce ; marketing digital en Allemagne.

Contacts

Patricia Commun, directrice du master et responsable de la mention Option germanique renforcée : Patricia.commun@u-cergy.fr

Werner Zettelmeier, directeur des Etudes : Werner.Zettelmeier@u-cergy.fr

Romain Daniel, secrétaire pédagogique : romain.daniel@u-cergy.fr