



Année universitaire 2025-26

Syllabus Master LEA

Montage de projets de coopération et Transfrontalière

Management de projets événementiel

Economie du Vin-Œnotourisme

UNITÉ DE FORMATION ET DE RECHERCHE DE LANGUES ET CIVILISATIONS

Responsable Master

Carmela MALTONE, Maîtresse de conférences

Responsable Département LEA

Sophie Koppe, Maître de conférences

Administration

Coraline Di Scala

Bureau des Masters Pro et concours Bat A porte A119

Ouverture du lundi, mardi, jeudi de 9h00 à 12h45 et de 13h30 à 16h30

Fermé le mardi matin, en télétravail le vendredi

Fermé le mercredi toute la journée

✉ Université Bordeaux Montaigne, UFR de Langues et Civilisations

Domaine universitaire, Esplanade des Antilles

F 33607 PESSAC Cedex

Avertissement

Ce guide n'est pas un document officiel. Les erreurs qui pourraient s'être glissées dans les pages qui suivent ne sauraient engager le Département de Langues Etrangères Appliquées, ni l'Université.

Calendrier général des formations 2025-2026

	Formations avec contrôle terminal	Formations avec contrôle continu intégral
Journées de rentrée - Accueil Licence 1ère année	du lundi 1er au vendredi 05 septembre 2025	idem
Début des enseignements du 1er semestre (S1) * sauf cas particuliers (ex : Arts... consultez votre UFR)	Cours magistraux et Travaux dirigés : le lundi 08 septembre 2025	idem
Interruption des cours pour les filières non professionnelles (Automne)	Du samedi 25 octobre au soir au lundi 03 novembre 2025 au matin	idem
Interruption des cours (Noël)	Du vendredi 19 décembre 2025 à midi au lundi 05 janvier 2026 au matin	idem
Fin des enseignements du 1er semestre sauf pour les filières professionnelles	Vendredi 19 décembre 2025 à 12h30	Vendredi 09 janvier 2026 au soir
Examens de 1er semestre (1ère session)	Du lundi 05 au samedi 10 janvier 2026 inclus (+ 17 et 18 décembre 2025 pour le <i>DAEU</i>)	Contrôle continu intégral, pas de période d'examens.
Début des enseignements du 2nd semestre (S2)	Cours magistraux et travaux dirigés : lundi 12 janvier 2026	idem
Interruption des cours pour les filières non professionnelles (Hiver)	Du samedi 14 février au soir au lundi 23 février 2026 au matin	idem
Interruption des cours pour les filières non professionnelles (Printemps)	Du samedi 11 avril au soir au lundi 20 avril 2026 au matin	idem
Fin des enseignements du 2nd semestre	Jeudi 30 avril 2026 au soir	Samedi 23 mai 2026 au soir
Examens de 2nd semestre (1ère session)	Du lundi 04 au mercredi 13 mai 2026 inclus	Contrôle continu intégral, pas de période d'examens.
Examens (2nde session Sem. 1 et Sem. 2)	Du lundi 15 au mardi 30 juin 2026 inclus	Contrôle continu intégral, pas de période d'examens.

- ***Périodes de fermeture de l'université***
- mardi 11 novembre 2025 (Armistice 1918)
- du vendredi 19 décembre 2025 au soir au lundi 5 janvier 2026 au matin (période des fêtes de fin d'année, Noël)
- lundi 6 avril 2026 (Pâques)
- vendredi 1^{er} mai 2026 (Fête du travail)
- vendredi 8 mai 2026 (Armistice 1945)
- jeudi 14 mai et vendredi 15 mai 2026 (Ascension)
- lundi 25 mai 2026 (Pentecôte)
- mardi 14 juillet 2026 (Fête Nationale)
- du vendredi 24 juillet 2026 au soir au lundi 17 août 2026 au matin (période estivale)

Organigramme

Responsable formation et stages

Carmela Maltone-Bonnenfant, Maîtresse de conférences

Carmela.Maltone-Bonnenfant@u-bordeaux-montaigne.fr

Bureau C 111 sur rendez vous

Tutrice des stages

Patricia Sibella, Maître de conférences associé

Patricia.Sibella@u-bordeaux-montaigne.fr

sur rendez vous

Directrice du Département L.E.A.

Sophie Koppe, Maître de conférences

Sophie.koppe@u-bordeaux-montaigne.fr

Bureau B 104 sur rendez-vous

Administration

Coraline Di Scala

Bureau A 119

Tél : +33(0)5 57 12 46 44

Fermé le mercredi

Coraline.discal@u-bordeaux-montaigne.fr

Accueil-urf-langues-masters@u-bordeaux-montaigne.fr

Enseignants Aires Culturelles

anglophone M1

- Sylvie Bergeneau (parcours Événementiel) Prag, UBM
- Andrew Milne (Parcours transfrontalier) MCF, UBM
- Magalie Fleurot (parcours Vin) MCF, UBM

anglophone M2

- Sophie Rachmuhl (événementiel) MCF, UBM
- Sophie Koppe (Transfrontalier) MCF, UBM
- Magalie Fleurot (Vin) MCF, UBM

germanique

- Tristan Coignard Pr, UBM
- Tania Kuster
- Tinette Schnatterer
- Alexia Valembois

arabe

- Marie-Hélène Avril MCF, UBM
- Bachar Bou Assi, doctorant, UBM
- Mehdi Ghouirgate, PR, UBM

chinoise

- Baoqing Shao MCF, UBM
- Maylis Bellocq MCF, UBM
- Isabelle Darotchetché-Yue, chargée de cours
- YUAN Yujie, lectrice

hispanique

- Jésus Javier Alonso Carballes Pr, UBM
- Aránzazu SARRIA BUIL MCF, UBM
- Marie Lorinquer-Herve MCF, UBM
- Joy Paillocher, PRAG, UBM
- Mélanie Moreau MCF, UBM

italienne

- Carmela Maltone MCF, UBM, Directrice Master
- Laura Brizi, vacataire

japonaise

- Rie Urasoko MCF, UBM,
- Elli Suzuki MCF, UBM,
- Guillaume Muller MCF, UBM
- Delphine Vomscheid MCF, UBM

coréenne

- Okyang Chae-Duporge, MCF, UBM
- Damien Peladan, MCF, UBM
- Stéphane Couralet, MCF, UBM
- Suk-Hee Joo, MCF, UBM
- Philippe Lopes, enseignante contractuelle, UBM

lusophone

- Soraya Lani Silva MCF, UBM
- Ilana Heineberg MCF, UBM
- Silvia Amorim MCF, UBM
- Elizabeth Blanc MCF, UBM
- Viviane Dias Lectrice, UBM

Russe

- Olga Bronnikova, MCF, UBM,
- Didier Dupuy PRCE, UBM,
- Olga Gille-Belova, MCF, UBM

Intervenant.es tronc commun

- Alain Boudoures, MCF, Sciences de l'information et communication, IUT, UBM
- Catherine Pascal, MCF, communication
- Emmanuel Labarbe, MCF, économie
- Henry Elophe, enseignant, web graphisme, pilotage projet UBM
- Nathalie Champagnol, Pôle documentaire UBM
- Pascal Hauquin, Responsable Pôle Orientation, Stage, insertion Professionnelle
- Pascale Massias, PRAG informatique
- Patricia Sibella, Past Master LAI, consultante marketing international et management interculturel
- Remi Gazard-Maurel, enseignant économie et gestion
- Sarah Lequette, consultante communication interpersonnelle

Intervenant.es management de projets évènementiels

- Catherine Pascal, MCF, communication, UBM
- Clothilde Chauveau, ménagère agence événementielle Coevented SARL
- Hélène-Roche Dalay, responsable communication, Mairie Le Bouscat
- Quitterie de Galard, Consultante mécénat et communication institutionnelle

Intervenant.es économie du vin et œnotourisme

- économie vin et processus de vinification **communiqué ultérieurement**
- Antonio Spiga, Consultant Marketing du vin
- De Pins Estelle, Manager œnotourisme on line
- Romuald Rossi, Géographe, spécialiste patrimoine viticole
- Thierry Iturria, Manager Logistique du vin, Groupe Balguerie, Bruges

Intervenant.es montage de projets coopération internationale et transfrontalière

- Bouba Nouhou, enseignant en Géopolitique, UBM
- Carlos-Manuel Alves, MCF, droit international, Université Bordeaux
- Deborah Didio, Directrice Relations Internationales, UBM
- Delphine Langlade, Responsable Pôle international, Région Nouvelle Aquitaine
- Elisabeth Silva, Responsable Agence Cap Ulysse
- Leyre Azcona, Responsable projets Eurorégion Nouvelle Aquitaine- Euskadi- Navarre
- Ludovic Lareynie, Chef de service Europe, Direction coopérations, Pôle Europe et International, Région Nouvelle Aquitaine

Objectifs et organisation de la formation

La mondialisation des relations et des marchés ainsi que la valorisation du patrimoine économique local nécessitent l'émergence d'un nouveau profil de gestionnaires, capables de maîtriser parfaitement plusieurs langues, de conduire des négociations, de valoriser le patrimoine viticole, d'organiser des événements de dimension internationale et œnotouristique, de favoriser le contact entre les cultures en ayant une connaissance approfondie de l'identité de l'autre.

Le master prépare les étudiants à élaborer un plan marketing, développer des campagnes de communication et de marketing digital, gestion des réseaux sociaux, prospection des marchés étrangers, veille concurrentielle, pilotage et montages de projets.

Le Master LEA/LAI repose sur deux piliers :

1/ Deux langues à choisir dans une palette de neuf

2/ Trois spécialisations

- Management de projets événementiels
- Economie du vin et œnotourisme
- Management de projets transfrontaliers et internationaux

Conjuguant le global au local, le master LEA/Lai est le résultat d'une collaboration étroite entre enseignants universitaires et professionnels experts en :

Management stratégique, pilotage de projets, Géoéconomie, géopolitique, pratiques culturelles, stratégie commerciale, communication/négociation interculturelle, marketing, organisation d'événements, veille économique, community management. Les compétences pratiques sont acquises par :

- L'utilisation de méthodes interactives issues des nouvelles technologies
- La réalisation de projets permettant la mise en œuvre des savoirs et des outils
- Visite d'entreprises, de domaines viticoles, organisations d'événements
- Un stage d'immersion dans le monde de l'entreprise

Cette mixité a pour objectif de fournir aux étudiants une formation opérationnelle répondant aux nouvelles exigences du monde du travail.

Champs d'insertion professionnelle visés

Les diplômés du Master Langues, Affaires, Interculturalité pourront prétendre aux activités suivantes :

Responsable de projets à l'international et transfrontaliers

- Organisateur d'événements internationaux
- Responsable en logistique événementielle
- Responsable œnotourisme
- Chargé de mission auprès des pôles d'expansion économique
- Marketing et commerce du vin

Conditions d'accès

Formation à capacité d'accueil limitée. Admission uniquement sur dossier + vidéo de présentation en anglais et LV2

Sélection sur dossier, lettre de motivation, relevé de notes, projet professionnel, vidéo de présentation

Prérequis exigés

- Connaissance des 2 langues : **niveau C1 exigé**
 - Connaissances en droit international ou commercial, communication, marketing
 - Séjour à l'étranger recommandé (Erasmus, stage...)
 - Certification CLES niveau 1 ou équivalent pour une troisième langue
 - Pour les étudiant.es étranger.es, l'obtention du **TEF C1** est impérative
-

Organisation des études

Le semestre 1 est composé de 4 Unités d'enseignements :

- Deux concernant les aires culturelles
- Deux concernant les matières fondamentales.

Le semestre 2 est composé de 4 Unités d'enseignements :

- Deux concernant les aires culturelles
- Une concernant les matières fondamentales.
- Une de Spécialisation en fonction du parcours choisi.

Le semestre 3 est composé de 5 Unités d'enseignements :

- Deux concernant les aires culturelles
- Deux concernant les matières fondamentales.
- Une consacrée à la poursuite de la spécialisation

Le semestre 4 est entièrement consacré au stage.

Stage et Rapport-Mémoire Master 2

Stage de 6 mois en entreprise ou organisme en lien avec le parcours de spécialisation et de préférence à l'étranger. Celui-ci devra impérativement prendre fin au 31 août de l'année universitaire en cours.

Les démarches relatives à la recherche de stage sont présentées lors de la réunion d'information avec présence obligatoire.

La recherche du stage revient à l'étudiant. Il sera cependant accompagné dans sa démarche par la tutrice de stage.

Attestation de stage

Avant de quitter le lieu du stage, pensez à demander :

1. En double exemplaire, une attestation de stage précisant les dates de début et de fin, le(s) service(s) de rattachement, les principales tâches et missions effectuées.
2. Vous devrez en remettre un exemplaire, en même temps que le rapport-mémoire, et en conserver l'original sans limite de temps. Il peut, en effet, vous être demandé par un futur employeur.

- **Évaluation exigée du stage de la part de l'entreprise et de l'étudiant(e).**

Règlement des Études

Assiduité obligatoire

- L'assiduité aux cours est obligatoire. Toute absence doit être justifiée, en concordance avec la charte des examens.
- Le calendrier des masters professionnels prévoit des cours selon un calendrier particulier y compris les samedis et pendant certaines vacances universitaires

Redoublement

Autorisé uniquement après décision du jury, sur présentation d'une lettre du candidat.

Contrôle des connaissances :

- Le contrôle des connaissances du Master est organisé en session unique, soit en contrôle continu, soit en contrôle terminal ou une combinaison de ces deux modes, **aucune session de rattrapage.**
- La moyenne des notes obtenue aux matières du 3ème semestre **n'est pas compensable** avec la note obtenue au semestre 4 à l'oral de la soutenance de stage et du rapport-mémoire de fin d'études.

Mobilité

La mobilité à l'étranger est uniquement autorisée dans le cadre du stage.

MASTER 1

ENSEIGNEMENTS : 8 UE – 60 CRÉDITS

CONTRÔLE DES CONNAISSANCE DES MATIÈRES THÉORIQUES EN SESSION UNIQUE

	UNITÉS D'ENSEIGNEMENT S1 (Coef. 30 - Crédits : 30)		UNITÉS D'ENSEIGNEMENT S2 (Coef. 30 - Crédits : 30)
UE 1	1MMMU1/1MMVU1/1MMPU1-AIRE CULTURELLE ANGLOPHONE CRÉDITS ECTS 6	UE 1	2MMMU1/2MMVU1/2MMPU1-AIRE CULTURELLE ANGLOPHONE CRÉDITS ECTS 6
UE 2	1MMLX2 AIRE CULTURELLES (1 choix parmi) ALLEMAND, Arabe, Chinois, Coréen, Espagnol, Italien, Japonais, Portugais, Russe CRÉDITS ECTS 6	UE 2	2MMLX2 AIRE CULTURELLES (1 choix parmi) ALLEMAND, Arabe, Chinois, Coréen, Espagnol, Italien, Japonais, Portugais, Russe CRÉDITS ECTS 6
UE 3	1MMLY3 ECONOMIE ET DROIT POUR EVENEMENTIEL ET VIN <ul style="list-style-type: none">• DROIT COMMERCIAL INTERNETIONAL• GESTION FINANCIERE ET BUDGETAIRE• BILAN COMPETENCES Crédits ECTS 6 1MMPU3 ECONOMIE ET DROIT POUR TRANSFRONTALIERS <ul style="list-style-type: none">• DROIT INTERNATIONAL ET EUROPEEN• GESTION FINANCIERE ET BUDGETAIRE• BILAN COMPETENCES CRÉDITS ECTS 9	UE 3	2MMMU3/2MMVU3/2MMPU3 Communication <ul style="list-style-type: none">• COMMUNICATION CORPORATE• PILOTAGE DE PROJET• COMMUNITY MANAGEMENT• GRAPHISME WEB EVENEMENTIEL<ul style="list-style-type: none">• Initiation IA CRÉDITS ECTS 9
UE 4	1MMMU4/1MMVU4 Spécifique Economie du vin EVENEMENTIEL <ul style="list-style-type: none">• RELATIONS INTERCULTURELLES• MARKETING INTERNATIONAL• MANAGEMENT STRATEGIQUE		2MMMU4 MONTAGE DE PROJETS EVENEMENTIELS <ul style="list-style-type: none">• SEMINAIRE OUVERTURE• COMMUNICATION EVENEMENTIELLE

	<p>CRÉDITS ECTS 9</p> <p>1MMPU4 montage projets Transfrontaliers</p> <ul style="list-style-type: none"> • RELATIONS INTERCULTURELLES • MANAGEMENT STRATEGIQUE • RELATIONS CULTURELLES INTERNATIONALES <p>CRÉDITS ECTS 9</p>	<p>UE 4</p> <ul style="list-style-type: none"> • INGENIERIE DE PROJETS EVENEMENTIELS • ORGANISATION EVENEMENT • CREATION RESEAU EVENEMENTIEL <p>CRÉDITS ECTS 9</p> <p>2MMVU4 Economie Vin : COMMERCE ET MARKETING</p> <ul style="list-style-type: none"> • SEMINAIRE OUVERTURE • MARCHE ET COMMERCE DU VIN • MARKETING DU VIN • LOGISTIQUE DU VIN • LEGISLATION DEVELOPPEMENT • MOBILISATION COMPETENCES/CREATION RESEAU <p>CRÉDITS ECTS 9</p> <p>2MMPU4 MONTAGE DE PROJET DE COOPERATION INTERNATIONALE OU TRANSFRONTALIERE</p> <ul style="list-style-type: none"> • COOPERATION ET GEOPOLITIQUE • DISPOSITIFS DE COOPERATION EUROPEENNE ET INTERNATIONALE • INGENIERIE PROJETS COOPERATION TERRITORIALE ET INTERNATIONALE • MOBILISATION COMPETENCES/CREATION RESEAU • SEMINAIRE OUVERTURE <p>CRÉDITS ECTS 9</p>
--	---	--

1MMMU1/ 1MMVU1/ 1MMPU1	AIRE CULTURELLE ANGLOPHONE	Semestre 1
------------------------------	----------------------------	------------

Crédits ECTS 6

Responsable : MAGALIE FLEUROT

Enseignants : MAGALIE FLEUROT, Andrew Milne, Sylvie Bergeneau

ANGLAIS DÉDIÉ AUX SPÉCIALISATIONS CRÉDIT ECTS 6 (36h TD)

PROGRAMME Vin

Les cours d'anglais se composeront d'une partie Cultures des pays anglophones et d'une partie Pratique de la Langue. Nous aurons à cœur de travailler l'écrit et l'oral au travers d'articles de presse, de documents audio et vidéo ayant trait aux problématiques liées au monde viti-vinicole et à l'œnotourisme.

BIBLIOGRAPHIE INDICATIVE parcours Vin

Puckett, Madeleine and, Hammack, Justin. *Wine Folly*. New York: Avery, 2015

Glatre, Eric. Lexique de la vigne et du vin. Paris : Dunod, 2014

PROGRAMME coopération Internationale et transfrontalière

Communiqué en cours

PROGRAMME Événementiel

Communiqué en cours

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

Épreuve 1 : Culture & Langue

Type : Contrôle Continu

Contenu : Contrôle continu évaluant la capacité à transmettre des informations lors d'exposés oraux ainsi qu'à synthétiser des articles et/ ou à réutiliser le vocabulaire et les connaissances apprises en cours dans le cadre de jeux de rôle.

Crédits ECTS 6

Responsable : TRISTAN COIGNARD

Enseignants : TRISTAN COIGNARD, TANIA KUSTER, TINETTE SCHNATTERER, ALEXIA VALEMBOIS

**ESPACE GERMANOPHONE ET MONDIALISATION CRÉDITS ECTS 3 (24H TD) :
Tristan Coignard****PROGRAMME**

À partir de l'actualité politique et économique de l'espace germanophone, l'accent est mis sur les relations extérieures, sur le commerce international et sur le rôle géopolitique des pays de langue allemande dans un contexte de mondialisation (rapports avec les institutions internationales et les régions du monde les plus influentes).

Bibliographie

L'allemand économique et commercial, éd. Presses Pock et (voir les chapitres 11 à 20)

Dictionnaire de l'allemand économique, A/F F/A, éd. Garnier

Dictionnaire de l'allemand économique, commercial et financier, A/F F/A, éd. PressesPocket

Les mots allemands -Droit et commerce, éd. Hachette

G. Ashauer, Grundwissen Wirtschaft, éd. Klett

F. Cede und C. Prosl: Anspruch und Wirklichkeit. Österreichs Außenpolitik seit 1945. Studien Verlag, Innsbruck/Wien/Bozen 2015.

J.P. Gougeon, L'Allemagne dans les relations internationales, éd. Colin

Schmidt, Siegmund / Hellmann Gunter / Wolf, Reinhard (Hg.): Handbuch zur deutschen Außenpolitik, Wiesbaden 2007.

A. Niederberger, P. Schink. Globalisierung : ein interdisziplinäres Handbuch. J.B. Metzler, 2011.

R. Schwok : Politique extérieure de la Suisse : Après la guerre froide. PPUR Presses polytechniques, 2012.

TRADUCTION CONSÉCUTIVE CRÉDITS ECTS 3 (12h TD) : ALEXIA VALEMBOIS**PROGRAMME**

Entraînement à la traduction consécutive en laboratoire et/ou salle multimédia (interviews, articles de presse, documents visuels).

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES**REGIME GENERAL**

Épreuve 1 : ESPACE GERMANOPHONE ET MONDIALISATION CRÉDITS ECTS 3

Type : contrôle continu

Contenu :

Épreuve 2 : TRADUCTION CONSÉCUTIVE CRÉDITS ECTS 3

Type : contrôle continu

1MMBY21	AIRE CULTURELLE ARABE	Semestre 1
----------------	------------------------------	-------------------

Crédits ECTS 6

Responsable : **MARIE-HÉLÈNE AVRIL**

Enseignants : **MARIE-HÉLÈNE AVRIL - BACHAR BOU ASSI**

EXPRESSION ÉCRITE ET ORALE : BACHAR BOU ASSI

PROGRAMME

- Étude de documents authentiques écrits et audio-visuels de la presse arabe portant sur les domaines du master
- présentation orale et discussions d'informations choisies par les étudiants
- recherche documentaire en arabe autour de l'économie des 22 pays de la Ligue arabe, suivie d'une synthèse en arabe et / ou en français
- assimilation du langage utilisé par les professionnels et l'administration dans les pays arabes

Compétences visées

Maîtrise de la compréhension et de l'expression écrites et orales en arabe sur les domaines du master, avec prise en compte de la diversité des pays arabes et des stratégies langagières mises en œuvre en contexte professionnel interculturel.

BIBLIOGRAPHIE

NEJMEDDINE Khalfallah et JABER Fadi, *L'arabe professionnel*, Paris, 2019.

CULTURE ET GÉOPOLITIQUE ARABE : MARIE-HÉLÈNE AVRIL

PROGRAMME

Nous nous intéresserons à l'évolution des pays du monde arabe depuis la fin du 18ème s. jusqu'à nos jours, dans leurs dimensions historiques, économiques, sociales et culturelles.

BIBLIOGRAPHIE

Banque mondiale, La promesse non tenue du pétrole et de la croissance : pauvreté, inclusion et bien-être au Moyen-Orient et en Afrique du Nord, Publications de la Banque mondiale, 2015.

Ben Lagha Zaïneb, El Oifi Mohammed et Ghalioun Burhan (éd.), Révolutions et transitions politiques dans le monde arabe, Paris : Karthala, 2017.

Bonnefoy Laurent et Catusse Myriam (dir.), Jeunesses arabes. Du Maroc au Yémen : loisirs, cultures et politiques, Paris, La Découverte, 2013.

Jeune Afrique

Le Monde diplomatique

Laurens Henry, L'Orient arabe, Arabisme et islamisme de 1798 à 1945, Paris, Armand Colin, 2004.

Orient XXI, <https://orientxxi.info/>.

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

EXPRESSION ÉCRITE ET ORALE

Type : Contrôle Continu

CULTURE ET GEOPOLITIQUE ARABE

Type : Contrôle Continu

Crédits ECTS 6

Responsable : SHAO BAOQING

Enseignants : , SHAO BAOQING, MAYLIS BELLOCQ, YUAN YUJIE, ISABELLE DAROTCHETCHE-YUE, EMMANUEL LABARBE

THEME CREDITS ECTS 1 (24H TD) : SHAO BAOQING**VERSION 1 CRÉDITS ECTS 1 (24H TD) : MAYLIS BELLOCQ****PROGRAMME**

Lecture, compréhension et synthèse en français de textes complexes écrits en langue chinoise. Les textes sélectionnés, essentiellement des articles de presse, permettront aux étudiants de renforcer leur compréhension écrite de la langue chinoise moderne, d'enrichir leur vocabulaire et d'avoir une meilleure connaissance de la Chine d'aujourd'hui.

Dictionnaires conseillés

- Dictionnaire d'actualité chinois-français 汉法时事词典 · Editions en langues étrangères, Pékin ;
- Lexique de termes économiques chinois-français 汉法经济综合词汇新编, Zongyang bianze
- chubanshe, Pékin, 2004 ; Xiandai hanyu guifan cidian 现代汉语规范词典, Waiyu jiaoxue yu yanjiu chubanshe, yuwen chubanshe, 2022 ;

ECONOMIE DE LA CHINE CRÉDITS ECTS 2 (9H CM/9h TD) : Emmanuel Labarbe**PROGRAMME**

communiqué en cours

CHINOIS DES AFFAIRES CRÉDITS ECTS 1 (12H TD) : Isabelle Darotchetché-Yue**PROGRAMME**

Communiqué en cours

LANGUE CHINOISE ORALE CRÉDITS ECTS 1 (24H TD) : Yuan Yujie.**PROGRAMME**

Communiqué en cours

Bibliographie :

- Critères des compétences en langue chinoise pour l'enseignement international du chinois, Paris, You Feng, 2023.
- LI Li, DING Anqi, *Business Chinese*, édition Beijing Daxue, Beijing, 2002 (公司汉语 · 李立、丁安祺著 · 北京大学出版社 · 商务汉语系列)
- Françoise Lemoine, *L'économie de la Chine (4^{ème} édition)*, La Découverte, collection Repères, Paris, 2009
- DHOMPS Pierre, *Réussir en Chine ? –L'expérience d'une « longue marche » de 30 ans*, l'Harmattan, Paris, 2014

Objectif

Cet enseignement a pour objectif de préparer les étudiants à leur future vie professionnelle et de leur fournir un outil pratique, mais aussi de créer un contexte le plus proche possible de la réalité afin de leur donner un aperçu du monde des affaires dans lequel ils souhaitent évoluer.

Pour atteindre ce but, il est prévu de renforcer en premier lieu le niveau de maîtrise de la langue chinoise. Ensuite, le contenu est axé sur l'étude de textes spécifiques (en thème ou en version), visant chacun une situation particulière avec une utilité bien définie, ainsi que des discussions autour d'un sujet, et la mise en situation comme un entretien d'embauche par exemple.

Déroulement

Le premier semestre est consacré aux études de texte (notice d'utilisation, publicité, lettre de remerciement, discours d'au revoir dans un dîner etc.) et le deuxième aux textes thématiques (vin, marché automobile, économie chinoise ou autres), avec à la fin, la simulation de recherche d'un job (lettre de motivation + mise en situation).

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

Economie de la Chine, Thème, Version, Chinois des affaires, langue chinoise orale

Type : Contrôle Continu

Crédits ECTS 6

Responsable : JESUS JAVIER ALONSO CARBALLES

Enseignants : ARANZAZU SARRIA-BUIL, JOY PAILLOCHER

PRATIQUE DE LA LANGUE CRÉDITS ECTS 3 (24 H TD) : JOY PAILLOCHER**PROGRAMME**

Pratique de la langue espagnole orale, à travers l'étude de documents authentiques (articles de presse, extraits de documentaires, publicités, vidéos ...) autour de différents domaines et ayant trait à des problématiques actuelles. L'analyse des documents, les débats oraux entre pairs ou encore les revues de presse menées par les étudiants et les étudiantes sont les axes autour desquels s'articule ce cours de langue.

OBJECTIFS

Maîtrise de la compréhension et de l'expression orale en langue espagnole sur des sujets d'actualité concernant les domaines du vin, les rapports transfrontaliers, l'événementiel...

Connaissance plus approfondie du monde hispanophone et de son actualité.

Amélioration des compétences langagières en jeu à faire valoir dans le monde professionnel

Bibliographique

Communiquer en cours en début de semestre.

CULTURE ESPAGNOLE. CRÉDITS ECTS 3 (24 TD) : ARANZAZU SARRIA BUIL**PROGRAMME**

Ce cours vise à mieux comprendre la projection internationale de l'Espagne aujourd'hui. En partant des rapports que ce pays entretient avec les principaux acteurs internationaux, et notamment avec ses partenaires les plus proches comme l'Union Européenne, il s'agira de s'interroger sur les images de l'Espagne construites par le passé et qui, véhiculées et déclinées par l'État à travers le temps, perdurent jusqu'à nos jours. Ainsi, le phénomène interculturel sera abordé par le biais de la diplomatie culturelle de l'Espagne et de la paradiplomatie développée dans le cadre des régions. Le cours accordera une attention particulière à l'analyse et la synthèse de documents portant sur l'actualité en lien avec les trois parcours du master : le secteur de l'événementiel, les rapports transfrontaliers et le domaine du vin.

OBJECTIFS

Connaître les enjeux et les stratégies de la politique culturelle extérieure de l'Espagne et de ses régions dans la scène internationale. Pour chaque parcours, considérer les caractéristiques et spécificités du cas espagnol.

COMPÉTENCES VISÉES

Maîtrise des concepts et connaissance des thématiques étudiées.

Capacité d'analyse, de synthèse et esprit critique.

Aptitude à s'exprimer et à communiquer aisément en espagnol à l'écrit et à l'oral.

BIBLIOGRAPHIE

Ces références seront complétées en cours.

ALVAREZ Joan (coord.), *Cien años de diplomacia cultural española. Una aproximación histórica*, Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid, 2023.

BARON-YELLES Nacima, *Atlas de l'Espagne. Une métamorphose inachevée ?* Autrement, Paris, 2009.

BARON Nacima, LOYER Barbara, *L'Espagne en crise(s). Une géopolitique au XXI^e siècle*, Armand Coland, Paris. 2015.

CASTELLS Manuel, *Comunicación y poder*, Alianza, Madrid. 2009.

KEATING Michael y ALDECOA LUZARRAGA Francisco, *Paradiplomacia: las relaciones internacionales de las regiones*, Marcial Pons, Madrid, 2001.

LUCAS MARIN Antonio (ed.), *La realidad social : transformaciones recientes en España*, EUNSA, Pamplona. 2010.

MENENDEZ REYES M^a Eugenia, "Diplomacia cultural: aproximación al concepto y apuntes sobre el modelo de diplomacia cultural en España", *Culturas. Revista de Gestión Cultural*, Vol 5, n°2, 2018.

MORENO LUZON Javier y NUÑEZ SEIXAS Xosé (eds.), *Ser españoles. Imaginarios nacionalistas en el siglo XX*, Barcelona, RBA Editores. 2013.

NOYA Javier, *La imagen de España en el Mundo*, Ed. Tecnos, Colección Estado y Sociedad. Madrid, 2012.

PEREIRA Juan Carlos, *Diccionario de relaciones internacionales y política exterior*, Ariel. 2013.

PEREIRA Juan Carlos, ALIJA GARABITO Maria Adela, LOPEZ ZAPICO Misael Arturo, *La política exterior de España. De la Transición a la consolidación democrática (1986-2001)*, Libros de la Catarata, Madrid, 2019.

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

PRATIQUE DE LA LANGUE

Type : Contrôle Continu

CULTURE ESPAGNOLE

Type : contrôle continu

1MMFY21	AIRE CULTURELLE ITALIENNE	Semestre 1
----------------	----------------------------------	-------------------

Crédits ECTS 6

Responsable : CARMELA MALTONE-BONNENFANT

Enseignants : CARMELA MALTONE-BONNENFANT, LAURA BRIZI

ECONOMIE ITALIENNE ET MONDIALISATION CRÉDITS ECTS 3 (24H TD) : CARMELA MALTONE

PROGRAMME

Ce cours organisé sous forme de séminaires a pour objectif d'analyser les dynamiques économiques et sociales de l'Italie dans un contexte mondialisé. Une attention toute particulière sera consacrée aux changements du XXI siècle. Les étudiants seront invité.e.s à approfondir les thématiques du cours.

Thématique

Les grands changements du XXI siècles

- changement des rapports de forces géostratégiques
- crises énergétique, climatique, géopolitique, économique
- Le green deal européen et italien
- montée des inégalités sociales et la paupérisation de la population mondiale et italienne
- la fin de la classe moyenne dans les pays occidentaux et en Italie, son déclassement social, montée en puissance des nouveaux riches dans les pays asiatiques.
- BES. Bien être soutenable en Italie : état des lieux
- La responsabilité sociale de l'entreprise. Concept et état des lieux en Italie
- Vers une consommation soutenable. La sobriété dans la consommation des Italiens, principes et action du slow food

OBJECTIFS

Connaissance approfondie des grandes mutations sociales et économiques en cours dans l'espace mondial et italien, compréhension des dynamiques économiques et sociales au niveau mondial et européen.

COMPÉTENCES VISÉES

Maniement de concepts relevant de la macro et microéconomie et d'une terminologie appropriée. Capacité critique.

BIBLIOGRAPHIE

Stefano Barisoni, Terra Incognita. Una mappa per il nuovo orizzonte economico, Solferino, 2020

Stefano Allievi, La spirale del sottosviluppo. Perché l'Italia così non ha futuro, Laterza, 2020

Cipolletta Innocenzo, La nuova normalità. Istruzioni per un futuro migliore, ed tempi nuovi, Einaudi, 2021

D'Eramo Marco, Dominio: la guerra invisibile dei potenti contro i sudditi, Feltrinelli, 2021

Leonardo Becchetti, Luigino Bruni, Stefano Zamagni, [Economia civile e sviluppo sostenibile. Progettare e misurare un nuovo modello di benessere, Ecra, 2019](#)

Un mondo sempre più fragile, XXV rapporto sull'economia globale e l'Italia, a cura di Mario Deaglio, Centro studi Einaudi, Guerini editori, 2020

Joseph Stiglitz, La globalizzazione e i suoi oppositori, Einaudi, 2018

Joseph Stiglitz, La grande frattura. La disuguaglianza e i modi per sconfiggerla, Einaudi, 2017

Elena Pulcini, Salvatore Veca, Enrico Giovannini, responsabilità, uguaglianza, sostenibilità. Tre parole chiave per interpretare il futuro, EDB edizioni, 2017

Branco Milanovic, Inégalité mondiale. Le destin des classes moyennes. Les ultra-riches et l'égalité des chances, La Découverte, 2019.

Muhmmud Yunus, Un mondo a tre zeri. Come eliminare definitivamente la povertà, disoccupazione e inquinamento, Feltrinelli, 2018

ECONOMIE ITALIENNE ET SOCIÉTÉ-ÉTUDE DE CAS CREDITS ECTS 3 (24 TD) : Laura Brizi

PROGRAMME

L'internationalisation de l'économie italienne

Dans un monde globalisé, les échanges économiques avec l'étranger sont de plus en plus importants, voire essentiels, pour le développement des entreprises. Ce cours vise à analyser le positionnement de l'entreprise italienne sur les marchés internationaux. Le cours s'appuiera sur l'étude de cas pour analyser l'image des entreprises italiennes sur le marché extérieur, l'adaptabilité du discours aux différentes cultures ainsi que l'image de l'Italie véhiculée par les messages publicitaires.

THÉMATIQUES

- 1) Origines et objectifs de l'internationalisation des entreprises.
- 2) Le positionnement des entreprises italiennes à l'étranger et la « marque Pays ».
- 3) Stratégies d'internationalisation et de glocalisation.
- 4) Evolution, icônes et défis du Made in Italy.
- 5) Stratégies de communication et promotion sur les marchés étrangers.

BIBLIOGRAPHIE ET SITOGRAFIE

Ferraresi M. (a cura di) (2014), Bello, buono e ben fatto. Il fattore Made in Italy. Marketing, comunicazione & vendite. Guerini Next.

Fortis, M. (2016). The pillars of the Italian economy: manufacturing, food & wine, tourism. Springer.

Cristoforo, A. (2012). Comment les grandes marques italiennes ont conquis le marché mondial : l'histoire du Made in Italy. Gremese.

Giumelli, R. (2016). The Meaning of the Made in Italy Changes in a Changing World. Italian Sociological Review, 6(2), 241-263.

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane :
<https://www.ice.it/it/it>

SACE - <https://www.sace.it/>

MIND – Magazine di Deloitte (<https://www2.deloitte.com/it/it/pages/consumer-business/topics/mind---deloitte-italy---consumer-products.html>)

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

Économie italienne

Type : contrôle continu

Contenu : –Questions sur le programme et/ou rédaction et présentation d'un dossier

Economie italienne et société- Étude de cas

Type : Contrôle Continu

Crédits ECTS 6

Responsable : Rie URASOKO

Enseignants : Rie URASOKO, Elli SUZUKI, Guillaume MULLER, Delphine VOMSCHEID

LECTURE RAPIDE ET LEXICOLOGIE CRÉDITS ECTS 1 (12h TD) : Delphine VOMSCHEID**Programme**

L'objectif de ce cours est d'entraîner les étudiant.e.s à la lecture synthétique, sans traduction, de documents de natures diverses et d'une longueur certaine. Il s'agira d'apprendre, non seulement à lire plus rapidement le japonais dans le texte, mais aussi à synthétiser, au fur et à mesure de la lecture, les informations-clés : développement de la pensée de l'auteur et articulation du discours, et données quantitatives majeures. Le cours cherche également à enrichir le lexique des étudiants par l'apprentissage du vocabulaire des textes.

Les textes seront choisis au fur et à mesure, en fonction de la progression des étudiants.

TRADUCTION CRÉDITS ECTS 1 (12H TD) : Guillaume MULLER**Programme**

Ce cours vise à former les étudiants aux techniques de la traduction et aux exigences formelles de l'exercice. Nous traduirons successivement deux textes de genres différents sur plusieurs séances, pour initier les étudiants à la traduction de textes longs ainsi qu'à la multiplicité des styles de traduction.

EXPRESSION ECRITE ET SYNTHÉTIQUE CRÉDITS ECTS 1 (18H TD) : RIE URASOKO**Programme**

Ce cours a pour objectif d'initier les étudiants à la rédaction académique en japonais. Au premier semestre, on travaillera d'abord sur la constitution de dossiers de candidature, à travers des mises en situation réelles. Les étudiants apprendront à rédiger une lettre de motivation et un CV en japonais, dans des contextes variés, par exemple en vue de postuler à un programme de mobilité universitaire au Japon, à un stage ou à un emploi. Dans un second temps, le cours portera sur les techniques de rédaction académique proprement dite, telles que la dissertation et le rapport en japonais.

Support pédagogique : 日本語を学ぶ人のためのアカデミック・ライティング講座 , ASK出版

EXPRESSION ORALE CRÉDITS ECTS 1 (18H TD) : Elli SUZUKI**Programme**

Ce cours a pour objectif de donner l'occasion à tous les étudiants de s'exprimer en japonais. Le cours traditionnel d'oral divise souvent les étudiants en deux catégories : ceux qui se sentent à l'aise à l'oral, et les autres, plus silencieux. Afin de rompre avec cette problématique existant à

tous les niveaux, un cours ayant pour objectif la création d'une pièce de théâtre a été mis en place depuis une dizaine d'années, qui a déjà démontré des résultats très positifs.

Les étudiants créent donc leur pièce en travaillant dans un groupe composé d'étudiants français et d'un ou deux étudiants japonais issus d'un échange universitaire. Cela donne envie à tous de communiquer dans un esprit de saine émulation, en permettant à tout le monde d'avancer dans leur travail.

Ils définissent la trame d'une histoire, rédigent des dialogues et jouent. Puis leur pièce est filmée, montée en vidéo, et ils donnent une représentation en public la dernière semaine du semestre.

BIBLIOGRAPHIES

Communiquées en cours

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

Épreuves 1 à 4

Type : Contrôle Continu

EXPRESSION ORALE : Type : Contrôle continu ; Contenu : L'évaluation se fait tout au long du semestre et le jour de la représentation. L'investissement dans le travail en groupe, la participation active à chaque séance, l'entraide entre les étudiants, les progrès comptent tout autant que la performance de chaque étudiant.

1MMJY21	AIRE CULTURELLE LUSOPHONES	Semestre 1
----------------	-----------------------------------	-------------------

Crédits ECTS 6

Responsable : SORAYA LANI SILVA

Enseignants : SORAYA LANI SILVA, ELISABETH BLANC

MONDE LUSOPHONE ET PRESSE INTERNATIONALE CRÉDITS ECTS 3(24H TD) : SORAYA LANI SILVA et ELISABETH BLANC

PROGRAMME

À travers une approche de la presse en langue portugaise, nous analyserons la façon dont est perçue l'actualité internationale au Brésil, au Portugal et en Afrique lusophone. Nous nous intéresserons en particulier aux différences de traitement de l'actualité suivant les médias et les pays considérés. Par ailleurs, il s'agira de déterminer la place des pays lusophones dans les médias internationaux et, d'une façon générale, de travailler sur l'actualité.

PORTUGAIS LANGUE DES AFFAIRES CRÉDITS ECTS 3 (24H TD) : SORAYA LANI SILVA et ELISABETH BLANC

PROGRAMME

L'objectif de ce cours est le perfectionnement de la langue des affaires dans la communication orale et écrite portugaise et brésilienne. Différents exercices seront proposés tout au long du semestre : synthèses de documents, pratique de la correspondance commerciale et administrative, constitution de glossaires, rédaction de contrats.

La lecture de la presse économique portugaise est indispensable.

BIBLIOGRAPHIE

Dicionário Verbo Multilingue de Economia, Gestão e Comércio Port. -Ing. -Fr.-Alem. -Ita.-Esp., Lisboa/São Paulo, Ed. Verbo, 1995.

BERNARD & COLLI, *Dicionário Económico e Financeiro* - Port. -Ing. -Fr.-Esp. (adaptação a Portugal coordenada por A. C. Carvalho do *Dictionnaire économique et financier*, éd. Seuil, 1989), Lisboa, Pub. Dom Quixote, 2 vol. s, 1997.

CAHUZAC et alii, *Vocabulaire économique et commercial* - Fr.-Alem. -Ing. -Esp.-Port. -Ita., Brest, ERLA/UBO, 2^{ème} éd.

MATTOS & BRETAUD, *Dicionário de Idiomatismos Fr.-Port. / Port.-Fr.*, Rio de Janeiro, Ed. Marques Saraiva, 1990.

CUNHA & CINTRA, *Nova Gramática do Português Contemporâneo*, Lisboa, Ed. JSC.

MALCATA Hermínia, *Português Jurídico para alunos de PLE*, Lisboa, Ed.Lidel.

SANTOS Denise e SILVA Gláucia V., *Bons negócios, português do Brasil para o mundo do trabalho*, Disal, Ed. 2013.

Dictionnaires spécialisés, glossaires et listes de termes :

http://www.linguateca.pt/lex_esp.html#lxe2dibhttp://www.economiabr.net/dicionario/econom_es_d.html

<http://www.iapmei.pt/>

<http://www.e-commerce.org.br/dicionario.htm>

http://www.portaldomarketing.com.br/Dicionario_de_Propaganda.html

glossário Terminológico Multilingue : <http://www.instituto-camoes.pt/glossario/>

Glossário de termos técnicos em inglês de economia, finanças e e-comércio :

<http://www.ipv.pt/econogloss/>

glossário de turismo :

http://www.icep.pt/glossario/glo_turismo.asp

<http://www.bportugal.pt/pt->

<http://www.portugalglobal.pt>

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

ESPACE LUSOPHONE/ MONDE ET PRESSE INTERNATIONALE

Type : Contrôle Continu

PORTUGAIS LANGUE DES AFFAIRES

Type : Contrôle Continu

1MMKY21	AIRE CULTURELLE RUSSE	Semestre 1
----------------	------------------------------	-------------------

Crédits ECTS 6

Responsable : OLGA Bronnikova,

Enseignants : OLGA BRONNIKOVA, DIDIER DUPUY

GÉOPOLITIQUE DE LA RUSSIE CRÉDITS ECTS 3 (12H CM/12H TD) : OLGA BRONNIKOVA

PROGRAMME

Ce cours portera sur la géopolitique de la Russie, et plus particulièrement sur l'analyse des principaux défis auxquels la Russie contemporaine est confrontée, ainsi que des différents outils de la reconstruction de la puissance russe sur la scène internationale et dans l'espace euro asiatique.

BIBLIOGRAPHIE

AUBIN Lukas, *La Sportokratura sous Vladimir Poutine. Une géopolitique du sport russe*, Paris : 021.

Alain, DAUCE Françoise, ELIE Marc & OHAYON Isabelle, *L'âge soviétique. Une traversée de : russe au monde postsoviétique*, Paris : Armand Colin, 2021.

GUY Anne (dir.), *La Russie dans le monde*, Paris : CNRS Editions, 2019.

UEVA-JEAN Tatiana, *La Russie de Poutine (en 100 questions)*, 2^e ed., Paris : Tallandier, 2020.

ELLE Marlène « *Soft power russe : sources, cibles et canaux d'influence* », *Russie.Nei.Visions*, n° i, avril 2021.

IER Kevin, *Ru.Net. Géopolitique du cyberspace russophone*, Paris : l'Inventaire, 2018.

IER Kevin, PAWLOTSKY Vladimir, « La Russie. Une puissance en renouveau ? », *Documentation aphiquen*°8126, La Documentation française, 2019.

NGÉ Céline, *Les stratégies et les pratiques d'influence de la Russie*, Etude de l'IRSEM, 2017, n°49, s.

Anne, REVEILLARD Christophe (dir.), *Géopolitique de la Russie. Approche pluridisciplinaire*, éditions SPM, 2019.

ANYI Jean, LARUELLE Marlène, *La Russie entre peurs et défis*, Paris : Armand Colin, 2016.

ANYI Jean, LARUELLE Marlène, *Understanding Russia, The Chalenges of Transformation*, n & Littelfield, 2019.

ANYI Jean, LARUELLE Marlène, *Russia Great Power, Weakened State*, Rowman & Littelfield,

RIE David, *Russie. Le retour de la puissance*, Paris : Armand Colin, 2021.

Françoise, MONGRENIER Jean-Sylvestre, *Géopolitique de la Russie*, Paris : PUF, coll. « Que sais-018.

LANGUE RUSSE DU MONDE ÉCONOMIQUE CRÉDITS ECTS 3 (24H TD) : DIDIER DUPUY

PROGRAMME

Entraînement à la lecture, à la traduction, à l'analyse et à la synthèse de textes (en français et en russe) abordant les différents aspects de la société russe contemporaine (politique intérieure, actualité économique, vie des médias, démographie et migrations, politique étrangère et géopolitique)

BIBLIOGRAPHIE

BOUVIER-VASHCHENKO Alla, *Manuel de russe commercial*, Paris : Ellipses, 2015.

COSSON Yves-Marie, KARNYCHEFF André, SELAUDOUX Marie-José, TUJA Noëlle, VANEL Valentina, *Le russe économique et commercial*, Paris : Pocket, coll. « Langues pour tous », 1996.

DUPUY Didier et UKHOVA Polina, *Cahier de grammaire pratique du russe B1–B2*, Paris : Ellipses, 2020.

GIRAUD Robert, *Dictionnaire français-russe et russe-français de l'homme d'affaires*, Moscou : Russo, 2002.

IVANOVA G., *Dictionnaire français-russe des affaires*, Paris : Editions Librairie du Globe, 2001.

KARNYCHEFF André, TUJA Noëlle, SELAUDOUX Marie-José, *Lexique du russe des affaires*, Paris : Ellipses, 2002.

SERGIENKO-SOLER Vladislava, *Chitayem Gazéty – Toutes les clés pour lire et traduire la presse russe : A2–B1–B2*, Paris : Ellipses, 2024.

SHCHERBA L.-V. (Lev Vladimirovič), *Grand dictionnaire russe-français : 200 000 mots et expressions* (8^e éd. revue et augmentée), Paris : Librairie du Globe, 2014.

TRANNOY Lylia, VOITELEVA Natalia, *Le russe du commerce et des affaires : leçons, exercices avec corrigés, annales, abréviations*, Paris : Ed. Librairie du Globe, 1995.

VOSKRESENSKAÏA I., *Dictionnaire russe-français du commerce et des affaires*, Paris : Editions Librairie du Globe, 2001.

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

GÉOPOLITIQUE DE LA RUSSIE CONTEMPORAINE

Type : Contrôle Continu

LANGUE RUSSE DU MONDE ÉCONOMIQUE

Type : Contrôle Continu

Crédits ECTS 6

Responsable : Okyang Chae-Duporge

Enseignants : Okyang Chae-Duporge, Damien Peladan

CULTURE CORÉENNE CRÉDITS ECTS 3 (24H TD) : Okyang Chae-Duporge**PROGRAMME**

Ce cours a pour objectif de permettre aux étudiants de concevoir et de présenter en langue coréenne un événement fictif en lien avec les relations franco-coréennes, en s'appuyant sur leur parcours de spécialité. Dans un premier temps, les étudiants étudieront des textes relatifs aux manifestations organisées à l'occasion du 130^e anniversaire de l'établissement des relations diplomatiques entre la Corée et la France, afin d'acquérir le vocabulaire de base et de se familiariser avec les enjeux culturels et diplomatiques liés à ce type d'événement. Sur cette base, ils seront amenés à concevoir un projet événementiel original, en vue de commémorer le 140^e anniversaire des relations franco-coréennes. Chaque étudiant choisira un domaine en lien avec sa spécialité et développera un projet à la fois réaliste, cohérent et adapté à un contexte interculturel, soit individuellement, soit en équipe. Tout au long du semestre, les étudiants présenteront régulièrement, en coréen, l'avancement de leur projet. Le travail aboutira à une présentation finale, également en coréen, qui devra être claire, structurée et ciblée en fonction du public visé.

SOCIÉTÉ CORÉENNE CRÉDITS ECTS 3 (24H TD) : Damien Peladan**PROGRAMME**

Ce cours a pour objectif de familiariser les étudiants avec les textes et le vocabulaire coréens en rapport avec leur parcours de spécialité LAI. Nous mettons principalement l'accent sur la langue écrite et la compréhension de textes coréens, l'objectif étant de développer l'autonomie des étudiants dans la recherche documentaire.

BIBLIOGRAPHIE

communiquée au début du cours

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES**REGIME GENERAL****CULTURE CORÉENNE**

Type : Contrôle Continu

SOCIÉTÉ CORÉENNE

Type : Contrôle Continu

1MMLY3	ECONOMIE ET DROIT	Semestre 1
---------------	--------------------------	-------------------

Crédits ECTS 9

Responsable : CARMELA MALTONE-BONNENFANT

Enseignants : Remi Gazard-Maurel, EMMANUEL LABARBE, PASCAL HAUQUIN

DROIT DU COMMERCE INTERNATIONAL - CREDITS ECTS 4 (20H TD) : Remi Gazard-Maurel

Cours Commun EVÉNEMENTIEL ET ECONOMIE DU VIN

PROGRAMME

Le droit du commerce international a pour objet de fixer les règles applicables aux opérateurs et aux opérations du commerce international. Le droit du commerce international a également pour but de fixer des principes et règles juridiques destinées à favoriser la sécurité, la loyauté, la stabilité et la justice dans les relations commerciales à caractère privé ou interétatique. En raison de la mondialisation des échanges, ce droit a pris une importance considérable. L'eupéanisation et l'internationalisation des relations commerciales obligent tous les opérateurs du commerce international à le placer au cœur de leurs préoccupations.

Déroulement :

1^{ère} séance : INTRODUCTION

Définition du droit du commerce international (« droit des activités économiques internationales »), historique, finalités
Du GATT à l'OMC
Les rapports entre le droit international général du commerce et le droit international économique
Le droit international des échanges et le droit des investissements internationaux (Les « Mesures concernant les Investissements et liées au Commerce » (MIC)) - Rapports entre commerce et investissement

2^{ème} séance : LES SOURCES DU DROIT DU COMMERCE INTERNATIONAL

Les sources classiques :

- 1 - Les traités ou conventions internationales élaborées par les Etats dans le cadre des instances internationales appropriées : traités internationaux à portée économique
- 2 - La *Soft Law*, comme les Principes Unidroit pour les contrats du commerce international
- 3 - La coutume internationale
- 4 - Les Principes Généraux du Droit (PGD)

3^{ème} séance : LES ACTEURS DU COMMERCE INTERNATIONAL

Les personnes physiques et les personnes morales
Les Etats et ses émanations.
Les Organisations Internationales Economiques : les OIE
Les entreprises multinationales

4^{ème} séance : LES INSTITUTIONS DU COMMERCE INTERNATIONAL

Organisation mondiale du commerce (OMC) - Le système institutionnel de l'OMC et son fonctionnement
1 – Les membres de l'OMC (164 Etats)
2 – Les organes de l'OMC

5^{ème} séance : LE DROIT EUROPEEN ET LE COMMERCE INTERNATIONAL

La politique commerciale européenne
Les Accords de libre-échange de l'Union européenne

6^{ème} séance : LE CONTRAT DE COMMERCE INTERNATIONAL

Le contrat international en général
Les contrats commerciaux internationaux en particulier :

- 1 - Contrat de vente internationale
- 2 - Contrat international de distribution
- 3 - *Joint-Venture*

7^{ème} séance : LE REGLEMENT DES LITIGES DU COMMERCE INTERNATIONAL (les méthodes privées/extrajudiciaires)

L'arbitrage commercial international :

- 1 - Arbitrage institutionnel,
 - La Chambre de Commerce Internationale (CCI)
 - Le Centre International de Règlement de Différends liés aux Investissements (CIRDI)
- 2 - Arbitrage *ad hoc*

8^{ème} séance : LE REGLEMENT DES LITIGES DU COMMERCE INTERNATIONAL (les méthodes interétatiques)

Les procédures générales OMC

- 1 - Les consultations
- 2 - Les bons offices, la conciliation et la médiation
- 3 - Les groupes spéciaux

Les procédures OMC pour le règlement des différends commerciaux internationaux

- 1 - L'Organe de Règlement des différends (ORD) de l'OMC
- 2 - Organe d'Appel Permanent (OAP) de l'OMC

Les procédures spéciales :

- 1 - Les procédures spéciales concernant les PMA (Pays les Moins Avancés)
- 2 - La procédure d'arbitrage rapide

10^{ème} séance : LES SANCTIONS DU DROIT DU COMMERCE INTERNATIONAL

Le principe de garantie d'un commerce international loyal

Les mesures qui faussent la concurrence : *dumping* et subvention

Les clauses de sauvegarde dans le GATT/47

Les nouvelles mesures dans le cadre de l'OMC pour contrer les clauses de sauvegarde :

- 1 - L'accord anti-dumping
- 2 - L'Accord sur les Subventions et les Mesures Compensatoires de l'OMC (ASMC)
- 3 - Les mesures de sauvegarde
- 4 - Les sanctions commerciales
- 5 - Les embargos

METHODOLOGIE

Les séances sont organisées en 4 séquences :

- Un quizz de rappel des éléments apportés dans la séance précédente (sauf première séance)
- Exposition de la problématique générale de la séance et échange sur les connaissances des étudiants
- Etude théorique des concepts avancés et éclairage comparatif
- Etude jurisprudentiel et étude de cas

L'accent est mis sur la compréhension des concepts, de ce fait toute exposition théorique devra suivre l'expression des connaissances des étudiants et se poursuivra par des exemples pratiques permettant d'ancrer le savoir apporté dans une démarche pratico-pratique.

EVALUATION

Deux évaluations sont prévues :

- En fin de 5^{ème} séance : un QCM
- En fin de 10^{ème} séance : un commentaire d'arrêt ou de décision

GESTION FINANCIERE ET BUDGETAIRE CRÉDITS ECTS 3 (14H CM) : EMMANUEL LABARBE

COURS COMMUN AUX 3 SPÉCIALISATIONS

PROGRAMME

Ce cours propose de présenter les divers outils budgétaires et financiers liés à l'organisation d'un événement. Il met en valeur la particularité du traitement comptable lié à l'organisation événementielle et propose une présentation des particularités d'une telle organisation.

Thématiques

- Calculs de coûts liés au projet événementiel
- L'analyse différentielle : Le seuil de rentabilité
- Le calcul de coût et analyse différentielle
- charges et produits spécifiques aux projets événementiels
- -Budgétisation événementielles : budgets des encaissements, budgets des décaissements
- Etats financiers liés à l'organisation événementielle

BILAN COMPÉTENCES CRÉDITS ECTS 2 (6H TD X2 GROUPES) : PASCAL HAUQUIN,

I GROUPE pour chaque spécialisation

PROGRAMME

Les premières séances permettront de faire travailler les étudiants sur leur objectif professionnel en ciblant des métiers, en analysant les prérequis en termes de compétences pour exercer ces activités et en analysant les compétences qu'ils pourraient valoriser en fonction de leur expérience.

Les séances suivantes auront pour objectif la préparation de la tenue du forum métiers à l'international organisé mi-mars ainsi que celle de la journée d'études.

Les étudiants seront répartis par micro groupes de travail :

- Travail sur les métiers, analyse d'enquêtes
- Identification des contacts et prise de rdv
- Communication de la manifestation
- Logistique
- Animation et encadrement de la manifestation

METHODOLOGIE

ATELIER PAR GROUPE

COMPETENCES VISEES

- Mieux préparer les étudiants à un départ en stage ciblé
- Permettre aux étudiants de mieux identifier leur acquis en compétence et à mieux valoriser leurs expériences
- Préparer les étudiants à se construire un réseau de professionnels liés à leur objectif d'insertion professionnelle

- Mettre en œuvre un projet et le mener à son terme
- Acquérir une méthodologie de travail de groupe
- Développer leurs compétences dans le relationnel entreprise et partenarial.

BIBLIOGRAPHIE

communiquée en début de cours

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

Épreuve : DROIT COMMERCIAL INTERNATIONAL

Type : Contrôle Continu

Épreuve : ECONOMIE INTERNATIONALE

Type : Contrôle Continu

Épreuve : BILAN COMPETENCES

Type : Contrôle terminal (rapport/dossier sans soutenances)

1MMPU3	DROIT/GESTION FINANCIERE PARCOURS TRANSFRONTALIERS	Semestre 1
---------------	---	-------------------

Crédits ECTS 9

Responsable : CARMELA MALTONE-BONNENFANT

Enseignants : Carlos Alves, EMMANUEL LABARBE

Droit international et européen CRÉDITS ECTS 4 (4H CM/14H TD) : Carlos Alves

PROGRAMME

Le cours de droit international et européen vise à présenter les conditions dans lesquelles les normes juridiques peuvent être amenées à façonner les relations internationales contemporaines (parallèlement aux rapports de puissances étudiées dans le cadre du cours de Relations internationales). Il s'agira, dans le cadre de ce cours, d'évoquer ce que constitue un ordre juridique puis de mettre en lumière les particularismes des ordres international et européen. Cette présentation permettra de proposer aux étudiants une grille de lecture normative des questions internationales et européennes.

La question des sources (Ch.1), des sujets (Ch.2), de l'application et de l'exécution (Ch.3) et des objets (Ch.4) du droit international et du droit européen seront tour à tour évoqués.

MÉTHODOLOGIE

Le cours suivra une méthodologie juridique classique (tout en proposant un rappel des particularités de cette discipline de sciences sociales). Il s'agira, à partir de définitions théoriques et d'outils juridiques concrets et positifs (traités, coutumes, jurisprudences, actes nationaux), de proposer une étude dynamique et actuelle des enjeux internationaux et européens.

L'enseignement prend la forme de cours magistraux au sein desquels seront intercalés plusieurs exercices pratiques construits par les étudiants (exposés, travaux écrits).

OBJECTIFS

L'objectif projeté par le cours de droit international et européen est de permettre aux étudiants ne disposant pas d'une compétence principalement juridique de mobiliser un ensemble de connaissances structurées aptes à cerner, sous le prisme du droit, les situations contemporaines mettant en tension des enjeux internationaux et/ou européens.

BIBLIOGRAPHIE

Bibliographie obligatoire (pour une compréhension générale de la matière) :

D. ALLAND, *Manuel de droit international public*, éd. PUF, Paris, 2018.

E. TOURME-JOUANNET, *Le droit international*, coll. Que sais-je, n°3966, éd. PUF, Paris, 2016.

C. SANTULLI, *Introduction au droit international (formation, application, exécution)*, coll. EI, Pedone, Paris, 2013.

L. COUTRON, *Droit de l'Union européenne (institutions, sources, contentieux)*, 4^e éd., coll. Mementos, éd. Dalloz, Paris, 2017.

Bibliographie facultative (adaptés aux travaux d'approfondissement) :

J.-L. CLERGERIE, A. GRUBER, P. RAMBAUD, *Droit institutionnel et matériel de l'Union européenne*, 12^è éd., coll. Précis, éd. Dalloz, Paris, 2018.

P. DAILLIER, M. FORTEAU, A. PELLET, *Droit international public*, 8^è éd., Lextenso édition, éd. LGDJ, Paris, 2009.

GESTION FINANCIERE ET BUDGETAIRE CRÉDITS ECTS 3 (14H CM) : EMMANUEL LABARBE

POUR LES 3 SPÉCIALISATIONS

PROGRAMME

Voir page 35

BILAN COMPÉTENCES CRÉDITS ECTS 2 (6 H TD) : PASCAL HAUQUIN

1 GROUPE POUR CHAQUE SPÉCIALISATION

PROGRAMME

Voir Page 35

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

Épreuve : Droit international et européen

Type : Contrôle Continu

Épreuve : GESTION FINANCIERE ET BUDGETAIRE

Type : Contrôle Continu

Épreuve : BILAN COMPETENCES

Type : Contrôle terminal (Rapport/dossier sans soutenance)

1MMLU4/ 1MMPU4	INTERCULTURALITE/ MANAGEMENT/MARKETING	Semestre 1
---------------------------	---	-------------------

Crédits ECTS : 9

Responsable : CARMELA MALTONE-BONNENFANT

Intervenants : ALAIN Boudoires, ELISABETH SILVA, E. LABARBE, A. SPIGA, T. ITURRIA, PATRICIA SIBELLA, BOUBA NOUHOU

RELATIONS INTERCULTURELLES CRÉDITS ECTS 3 : ALAIN Boudoires (6H CM), Elisabeth Silva (10 pour chaque spécialisation)

PROGRAMME : ALAIN Boudoires

Les relations interculturelles visent à aborder la communication entre des cultures et des groupes sociaux différents. Les styles de communication varient grandement selon les cultures, et les normes de communication sont des expressions des valeurs de chaque culture.

L'anthropologie, l'ethnologie et la sociologie nous enseignent que la notion de culture s'applique bien entendu aux nations, mais aussi à tout groupe social, organisation, entreprise, communauté, école, université, équipe...

La culture d'un groupe, est l'ensemble des caractéristiques qui distinguent ses membres de ceux d'un autre groupe. Cette définition couvre tant les manifestations visibles – comportements, langage, artefacts – que les signes invisibles – normes, valeurs, hypothèses de base ou croyances

Objectifs

Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions.

Compétences visées

Analyser les pratiques et les enjeux liés à la relation et à la communication au niveau local, national et international.

Bibliographie

Anthropologie

Gilles Ferréol et Guy Jucquois (dir.), Dictionnaire de l'altérité et des relations interculturelles, Armand Colin, 2003.

Michel Wieviorka et Jocelyne Ohana (dir.), La différence culturelle. Une reformulation des débats, Balland, 2001.

Catherine Kerbat-Orecchioni, Les interactions verbales, Armand Colin, « Linguistique », tome I, 1990 ; tome II, 1992 ; tome III, 1994.

Edward T. Hall et Mildred Redd Hall, Comprendre les Japonais, Seuil, 1994.

Edward T. Hall et Mildred Redd Hall, Guide du comportement dans les affaires internationales, Seuil, 1990.

Psychologie

Marc-Eric Bobillier-Chaumon et Philippe Sarnin (Coord.), Manuel de psychologie du travail et des organisations, De Boeck, 2012.

Communication

Dominique Wolton, Il faut sauver la communication, Flammarion, 2005.

Sociolinguistique

W. Labov, Le Parler ordinaire. La langue dans les ghettos noirs des Etats-Unis, Minuit, 1978.

W. Labov, Sociolinguistique, Minuit, 1976.

D. Sankoff (éd.), Linguistic Variation : Models and Methods, 1978.

B. Bernstein, Langage et Classes sociales, Minuit, 1975.

E. Goffman, Les Rites d'interaction, Minuit, 1974.

J.J. Gumperz, Sociolinguistique interactionnelle, L'Harmattan, 1979.

Philosophie

Michael Walzer, Sphères de justice. Une défense du pluralisme et de l'égalité, Seuil, 1997.

PROGRAMME : Elisabeth Silva 10h Td pour chaque parcours

- Introduction à l'approche interculturelle
 - La place de l'interculturalité dans nos pratiques
 - Un langage commun autour du concept de l'interculturalité
- Relation à l'autre
 - Le cadre de référence interculturel
 - L'origine et les mécanismes des stéréotypes, croyances et préjugés
- Communication interculturelle
 - Les conventions de communication en contexte interculturel
 - Les principaux modes de communication
 - Les stratégies de communication facilitantes
 - La communication positive en situation interculturelle
- Tolérance à l'ambiguïté
 - Qu'est-ce qu'une situation ambiguë ?
 - Sortir de sa zone de confort
- Empathie
 - Les mécanismes et la fonction empathique en groupe et en face-à-face
 - L'empathie comme un outil d'aide à la relation et au travail
 - La méthode des incidents critiques de M. Cohen-Emerique

MANAGEMENT STRATÉGIQUE CRÉDITS ECTS 3 (18H TD) : EMMANUEL LABARBE (9h TH), THIERRY ITURRIA (9hTH), ANTONIO SPIGA (9hTH)

1 groupe POUR CHAQUE SPECIALISATION

PROGRAMME (E. Labarbe)

- HISTORIQUE DU MANAGEMENT
- MANAGEMENT STRATÉGIQUE ET MANAGEMENT OPÉRATIONNEL

- DIFFÉRENTES DIMENSIONS DU MANAGEMENT
- DIMENSION ET RÔLES DU MANAGER
- EXERCICE DE L'AUTORITÉ
- CONCEPT ET THÉORIE DE LA MOTIVATION
- COMMUNICATION ET OUTILS DU MANAGER
- STYLES DE MANAGEMENT

PROGRAMME (T. Iturria)

- ETUDES DE CAS ECONOMIE DU VIN

PROGRAMME A. Spiga

- ETUDES DE CAS EVENEMENTIEL ET TRANSFRONTALIERS/COOPERATION INTERNATIONALE

MARKETING INTERNATIONAL CRÉDITS ECTS 3 (22H TD) : PATRICIA SIBELLA

POUR EVÉNEMENTIEL ET ECONOMIE DU VIN

PROGRAMME

- Marketing and its Interculturality
- Identity and Image of Today's Marketing
- Imperceptible Governance
- Building a Marketing Approach around the Notion of Value, Sustainability, and Ethics
- Marketing Strategy and Customer Well-being as the New Cement of Customer Relations
- Digital responsibility in the face of environmental challenges

Objectifs

To provide both theoretical foundations and practical insights into the general concepts and specific dimensions of interculturality, sustainability, and ethics in contemporary marketing.

Compétences visées

Critical analysis skills and open-mindedness

Bibliographie (More to be provided during the course)

Deloitte (2023). *Sustainability in Consumer Behavior: The Rise of the Green Consumer*.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley.

Leonidou, C. N., Katsikeas, C. S., & Morgan, N. A. (2013). "Greening the marketing mix: Do greeners lead to greener?" *International Journal of Business and Social Science*, 64(3), 126–145.

Nielsen IQ (2022). *The Changing Consumer: Sustainability as a Purchasing Driver*.

UNEP & WBCSD (2020). *Business and Marketing Strategies for Sustainability*.

RELATIONS CULTURELLES INTERNATIONALES CRÉDITS ECT 3 (16H TD) : BOUBA NOUHO

COURS POUR GROUPE TRANSFRONTALIER ET COOPÉRATION INTERNATIONALE

PROGRAMME

Le cours de Relations culturelles internationales vise à comprendre comment les acteurs des relations internationales se positionnent dans un jeu de représentations, de valeurs, de normes et de cultures qui impactent souvent leurs décisions. Le cours vise également à comprendre comment la diffusion des contenus culturels sur des populations plus larges joue un rôle beaucoup plus important dans les relations internationales, que celui des diplomates.

Objectif

Appréhender les enjeux géopolitiques à travers la diplomatie culturelle. Celle-ci, parfois appelée diplomatie publique, englobe à la fois le « soft power » et les échanges culturels.

Compétences visées : Capacité d'analyse critique des différents enjeux culturels dans les relations internationales.

Bibliographie

Communiqué en cours

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

Épreuve : RELATIONS INTERCULTURELLES

Type : Contrôle continu

Contenu : Devoir sur table plus synthèse des travaux de groupe

Épreuve : RELATIONS CULTURELLES INTERNATIONALES

Type : Contrôle continu

Épreuve : MARKETING INTERNATIONAL

Type : Contrôle Continu

Contenu : Présentation orale - Organisation d'événements en lien avec chacun des deux parcours

2MMMUI1/ 2MMVU1/ 2MMPU1	AIRE CULTURELLE ANGLOPHONE	Semestre 2
--	-----------------------------------	-----------------------

Crédits ECTS 6

Responsable : MAGALIE FLEUROT

Intervenants : MAGALIE FLEUROT, Andrew Milne, Bouba Nouhou, Sylvie Bergeneau

CRÉDITS ECTS 6

PROGRAMME parcours Economie Vin

communiqué en cours

PROGRAMME parcours coopération internationale et transfrontalière

Découverte du monde théorique de l'interculturalité, principalement conçu par les chercheurs anglo-américains. On y évoque les thèmes des stéréotypes et des identités avant de passer à des concepts interculturels plus larges.

Les étudiants travaillent la langue orale et écrite en salle multimédia. Ils travaillent uniquement en anglais et préparent des exposés, des présentations, des reportages, etc. A travers des études de cas, des jeux de rôles, et autres, ils apprennent les spécificités différentes des pays anglophones.

PROGRAMME parcours événementiel

communiqué en cours

BIBLIOGRAPHIE

Communiquée en cours

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

LANGUE ET CULTURE

Type : Contrôle Continu

Crédits ECTS 6

Responsable : TRISTAN COIGNARD

Enseignants : TINETTE SCHNATTERER, ALEXIA VALEMBOIS

**ESPACE GERMANOPHONE ET MONDIALISATION CRÉDITS ECTS 3 (24H TD) :
TINETTE SCHNATTERER****PROGRAMME**

À partir de l'actualité politique et économique de l'espace germanophone, l'accent est mis sur les relations extérieures, sur le commerce international et sur le rôle géopolitique des pays de langue allemande dans un contexte de mondialisation (rapports avec les institutions internationales et les régions du monde les plus influentes).

Bibliographie

L'allemand économique et commercial, éd. Presses Pock et (voir les chapitres 11 à 20)

Dictionnaire de l'allemand économique, A/F F/A, éd. Garnier

Dictionnaire de l'allemand économique, commercial et financier, A/F F/A, éd. PressesPocket

Les mots allemands -Droit et commerce, éd. Hachette

G. Ashauer, Grundwissen Wirtschaft, éd. Klett

F. Cede und C. Prosl: Anspruch und Wirklichkeit. Österreichs Außenpolitik seit 1945. Studien Verlag, Innsbruck/Wien/Bozen 2015.

J.P. Gougeon, L'Allemagne dans les relations internationales, éd. Colin

Schmidt, Siegmund / Hellmann Gunter / Wolf, Reinhard (Hg.): Handbuch zur deutschen Außenpolitik, Wiesbaden 2007.

A. Niederberger, P. Schink. Globalisierung: ein interdisziplinäres Handbuch. J.B. Metzler, 2011.

R. Schwok : Politique extérieure de la Suisse : Après la guerre froide. PPUR Presses polytechniques, 2012.

**TRADUCTION CONSÉCUTIVE CRÉDITS ECTS 3 (12 H TD) : ALEXIA
VALEMBOIS**

Entraînement à la traduction consécutive en laboratoire et/ou salle multimédia (interviews, articles de presse, documents visuels).

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

ESPACE GERMANOPHONE ET MONDIALISATION

Type : Contrôle continu

TRADUCTION CONSÉCUTIVE

Type : Contrôle continu

Crédits ECTS 6

Responsable : MARIE-HÉLÈNE AVRIL

Enseignants : MARIE-HÉLÈNE AVRIL - BACHAR BOU ASSI

**CIVILISATION DU MAGHREB CONTEMPORAIN CRÉDITS ECTS 3 (24 H TD) :
MARIE-HÉLÈNE AVRIL****PROGRAMME**

Nous examinerons les grands mouvements historiques et culturels au Maghreb depuis la fin de la période coloniale.

BIBLIOGRAPHIE

Ben Lagha Zaïneb, El Oifi Mohammed et Ghalioun Burhan (éd.), *Révolutions et transitions politiques dans le monde arabe*, Paris : Karthala, 2017.

Bessis Sophie, *Histoire de la Tunisie*, Paris, Tallandier, 2019 et 2022.

Bonnefoy Laurent et Catusse Myriam (dir.), *Jeunesses arabes. Du Maroc au Yémen : loisirs, cultures et politiques*, Paris, La Découverte, 2013.

Bonte Pierre, *Identité et changement socio-culturel dans l'Ouest saharien (Sahara occidental, Mauritanie, Maroc)*, Paris, Karthala, 2017.

Courreye Charlotte, Jomier Augustin et Lacroix Annick, *Le Maghreb par les textes, XVIIIe-XXe s.*, Paris, Armand Colin, 2020.

Jeune Afrique

Le Monde diplomatique

Orient XXI, <https://orientxxi.info/>.

Racîf 22, <https://raseef22.net/>

Vermeren Pierre, *Histoire du Maroc depuis l'indépendance*, Paris, La découverte, 2016.

Vermeren Pierre, *Histoire de l'Algérie contemporaine : de la Régence d'Alger au Hirak (XIXe-XXIe siècles)*, Nouveau monde éditions, 2022.

EXPRESSION ÉCRITE ET ORALE 2 CRÉDITS ECTS 3 (24H TD) : BACHAR BOU ASSI**PROGRAMME**

- Compréhension et expression écrite et orale :
- étude de documents authentiques écrits et audiovisuels de la presse arabe portant sur les domaines du master
- présentation orale et discussions d'informations choisies par les étudiants
- recherche documentaire en arabe autour de l'économie des 22 pays de la Ligue arabe, suivie d'une synthèse en arabe et / ou en français

- assimilation du langage utilisé par les professionnels et l'administration dans les pays arabes

Compétences visées

Maîtrise de la compréhension et de l'expression écrites et orales en arabe sur les domaines du master, avec prise en compte de la diversité des pays arabes et des stratégies langagières mises en œuvre en contexte professionnel interculturel.

BIBLIOGRAPHIE

NEJMEDDINE Khalfallah et JABER Fadi, L'arabe professionnel, Paris, 2019.

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

EXPRESSION ÉCRITE ET ORALE

TYPE : Contrôle Continu

CIVILISATION DU MAGHREB CONTEMPORAIN

TYPE : Contrôle continu

2MMRY21	AIRE CULTURELLE CHINOISE	Semestre 2
----------------	---------------------------------	-------------------

Crédits ECTS 6

Responsable : SHAO BAOQING

Enseignants : MAYLIS BELLOCQ, SHAO BAOQING, EMMANUEL LABARBE,
ISABELLE YUE-DAROTCHETCHE, YUAN YUJIE**THÈME/RÉSUMÉ 2 CRÉDITS ECTS 1 (24H TD) : SHAO BAOQING****PROGRAMME**

communiqués en cours

VERSION/ RÉSUMÉ 2 CRÉDITS ECTS 1 (24H TD) : MAYLIS BELLOCQ**PROGRAMME**

communiqués en cours

CHINOIS DES AFFAIRES 2 CRÉDITS ECTS 1 (12H TD) : ISABELLE YUE-DAROTCHETCHE**PROGRAMME**

communiqués en cours

LANGUE CHINOISE ORALE 2 CRÉDITS ECTS 1 (12H TD) : YUAN YUJIE

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL**Épreuves** : Economie de la Chine, Thème/Résumé, Version/Résumé, Chinois des affaires, Langue orale chinoiseType : Contrôle Continu

Crédits ECTS 6

Responsable : JESUS JAVIER ALONSO CARBALLES

Enseignants : MÉLANIE MOREAU, Marie Lorinquer-Herve

CULTURE DES AIRES HISPANQUES CRÉDITS ECTS 3 (24H TD) : DAVID DE LA FUENTE**PROGRAMME**

Communiqué en cours

PRATIQUE DE LA LANGUE ESPAGNOLE CRÉDITS ECTS 3 (12H CM/12H TD) : MÉLANIE MOREAU**PROGRAMME**

Ce cours a pour but d'exercer les étudiant.e.s à la pratique de la langue espagnole, à l'oral et à l'écrit afin d'approfondir leurs connaissances et améliorer les compétences qu'ils auront à faire valoir dans le milieu professionnel. La moitié du cours portera sur des thématiques relatives aux différents parcours (métiers du vin, évènementiel, transfrontalier), la seconde sur des questions liées à l'actualité des sociétés latino-américaines et caribéennes.

Les étudiant.e. s seront acteurs du cours, et leur participation évaluée sur des Dossiers de presse, traductions écrites, orales, exposés, travail en groupe.

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL**PRATIQUE DE LA LANGUE ESPAGNOLE 2**

Type : Contrôle Continu

CULTURE ESPAGNOLE 2

Type : Contrôle continu

2MMFY21	AIRE CULTURELLE ITALIENNE	Semestre 2
----------------	----------------------------------	-------------------

Crédits ECTS 6

Responsable : CARMELA MALTONE-BONNENFANT

Enseignants : CARMELA MALTONE, Laura Brizi

SOCIOLOGIE ÉCONOMIQUE ESPACE ITALIEN CRÉDITS ECTS 3 (24H TD) CARMELA MALTONE

PROGRAMME

Ce cours a pour but d'analyser les différents segments du marché du travail et aux politiques de l'emploi. L'Italie est un pays postfordiste. Le passage à une production automatisée, tertiaire et globalisée a entraîné des changements profonds dans le monde du travail.

Face aux mutations structurelles, à la globalisation, nous analyserons l'état du marché du travail. Une attention particulière sera consacrée au travail des femmes, au travail flexible ou précaire et leurs impacts sur la vie des individus, aux contrats jeunes et aux nouvelles politiques actives d'emploi ainsi qu'aux perspectives. Notre société future sera-t-elle fondée sur le travail ?

THÉMATIQUES :

- Le travail : hier et aujourd'hui. Etat des lieux
- Le travail des femmes
- Politique d'emploi pour les jeunes
- Uberisation du travail : Travail flexible, précaire
- coworking, télétravail, smartworking : ombres et lumières
- Chômage et amortisseurs sociaux
- La division internationale du travail
- Mobilité des hommes et marché du travail des immigrés
- Perspectives : un avenir sans travail ?

ATELIERS : Les étudiants organisés en petit groupe seront invités à effectuer un travail de recherche sur l'une des thématiques traitées en cours.

OBJECTIFS

Connaissance de la structure du marché du travail en Italie ; analyse critique de la situation économique et sociale.

COMPETENCES VISEES

Maniement de concepts et d'une terminologie spécifique au droit et à la sociologie du travail, savoir rédiger des notes de synthèse, des commentaires en italien.

Bibliografie

Domenico De Masi, Mappa mundi. Modelli di vita per una società senza orientamento, BUR editore, 2015

Domenico De Masi, Lavorare gratis, lavorare tutti. Perché il futuro è dei disoccupati, Rizzoli, 2017

De Masi, Il lavoro nel XXI secolo, Einaudi, 2018

Marta Fana, Non è un lavoro è sfruttamento, Laterza, 2017

Raffaele Alberto Ventura, Teoria della classe disagiata, ME, 2017

Panara Marco, La malattia dell'Occidente. Perché il lavoro non vale più, Laterza, 2010

Luciano Gallino, Il lavoro non è una merce. Contro la flessibilità, Laterza, 2008

STRATÉGIE DE COMMUNICATION DANS L'ESPACE ITALIEN CRÉDITS ECTS 3 (24H TD) : Laura Brizi

PROGRAMME

Ce cours vise à analyser les activités et les stratégies de la communication d'entreprise italienne sur le marché interne et international à travers l'étude de cas. Les étudiants seront formés à interpréter les différents langages de la communication publicitaire et à adopter une méthode d'apprentissage critique capable d'intégrer compétences théoriques et analyse empirique. La maîtrise du vocabulaire spécifique du marketing et de la communication d'entreprise sera également un objectif du cours.

BIBLIOGRAPHIE ET SITOGRAFIE

Les documents seront fournis pendant le cours.

Pour approfondir on recommande les ouvrages suivants :

Ferraresi M. (a cura di), *Pubblicità: teorie e tecniche*, Carocci, 2017.

Pastore A., Vernuccio M., *Impresa e comunicazione. Principi e strumenti per il management*, Apogeo, 2008.

Corvi E., *La comunicazione integrata di marketing. Teorie, strategie e politiche operative*, EGEA, 2018.

Lever F., Rivoltella P.C., Zancchi A. (edd.), *La comunicazione. Dizionario di scienze e tecniche*. www.lacomunicazione.it

OBJECTIFS

Connaissance du processus de communication

COMPETENCES VISEES

Savoir identifier les stratégies de communication d'entreprise

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

SOCIOLOGIE ÉCONOMIQUE ESPACE ITALIEN

Type : Contrôle continu

Contenu : Questions sur le programme et/ou rédaction et présentation d'un dossier

STRATÉGIE DE COMMUNICATION DANS L'ESPACE ITALIEN

Type : Contrôle Continu

Contenu : Étude de cas, étude de documents

Crédits ECTS 6

Responsable : Rie URASOKO

Enseignants : Rie URASOKO, Elli SUZUKI, Guillaume MULLER, Delphine VOMSCHEID

EXPRESSION ÉCRITE CRÉDITS ECTS 2 (18H TD) : Rie URASOKO**Programme**

Dans la continuité du premier semestre, ce cours a pour objectif d'approfondir les techniques de rédaction académique en japonais, notamment la dissertation et le rapport.

LANGUE ORALE CRÉDITS ECTS 2 (18H TD) : Elli SUZUKI**Programme**

Chaque cours commence par une activité appelée « shadowing : シャドーイング ». Elle a pour objectif de sensibiliser les étudiants à l'intonation japonaise qu'ils ont rarement travaillée en licence à cause d'un effectif important. Les thèmes traités seront proposés par l'enseignante et décidés avec les participants. À part les actualités, des sujets qui concernent directement les étudiants, par exemple des « recherches d'emploi 就職活動 », du doublage en japonais de films, d'animés, de comédies musicales, sont également proposés.

LECTURE RAPIDE CRÉDITS ECTS 1 (12H TD) : DELPHINE VOMSCHEID**Programme**

L'objectif de ce cours est d'entraîner les étudiant.e.s à la lecture synthétique, sans traduction, de documents de natures diverses et d'une longueur certaine. Il s'agira d'apprendre, non seulement à lire plus rapidement le japonais dans le texte, mais aussi à synthétiser, au fur et à mesure de la lecture, les informations-clés : développement de la pensée de l'auteur et articulation du discours, et données quantitatives majeures. Le cours cherche également à enrichir le lexique des étudiants par l'apprentissage du vocabulaire des textes.

Les textes seront choisis au fur et à mesure, en fonction de la progression des étudiants.

TRADUCTION CRÉDITS ECTS 1 (12H TD) : Guillaume MULLER**Programme**

Ce cours vise à former les étudiants aux techniques de la traduction et aux exigences formelles de l'exercice. Nous traduirons successivement deux textes de genres différents sur plusieurs séances, pour initier les étudiants à la traduction de textes longs ainsi qu'à la multiplicité des styles de traduction.

BIBLIOGRAPHIES

Seront données en cours

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

Epreuve 1 à 4

Type : Contrôle continu

LANGUE ORALE : L'évaluation se fait sur la base de la participation systématique aux cours et à la préparation des travaux en groupe.

2MMJY21	AIRE CULTURELLE LUSOPHONE	Semestre 2
----------------	----------------------------------	-------------------

Crédits ECTS 6

Responsable : SORAYA LANI SILVA

Enseignants : SILVIA AMORIM, ILANA HEINEBERG, ELISABETH BLANC, SORAYA LANI SILVA

AFFAIRES ET TRANSFERTS CULTURELS DANS LE MONDE LUSOPHONE CRÉDITS ECTS 3 (24H TD) SILVIA AMORIM/ILANA HEINEBERG

PROGRAMME

À travers l'étude des stéréotypes, notamment ceux véhiculés par la publicité et les médias, nous proposons une réflexion sur la façon dont les pays lusophones et leurs habitants se perçoivent entre eux et sont perçus à l'étranger. Nous verrons également quels clichés et stéréotypes sur les pays étrangers circulent dans l'espace lusophone (comment les principaux partenaires commerciaux sont-ils perçus ? quelles cultures sont particulièrement valorisées ?). Cette approche nous permettra d'aborder les phénomènes d'hybridisme culturel et de contacts entre différentes cultures tout en étudiant les grands mouvements migratoires au Portugal et au Brésil. À l'issue de ces réflexions, nous proposerons des solutions pour gérer les différences culturelles dans le cadre de l'entreprise et de la négociation interculturelle.

BIBLIOGRAPHIE (Portugal) :

AMARAL, Isabel, Imagem e Internacionalização. Como ter Êxito no Mercado de Trabalho, Lisboa, Verbo, 2000.
 BASTOS, Mónica (org.), Cadernos do LALE nº6 « A Competência de Comunicação Intercultural: Olhares sobre a natureza do conceito e suas dinâmicas de desenvolvimento », Universidade de Aveiro, 2014.
 HATTON, Barry, Os portugueses (trad. Pedro Vidal), Lisboa, Clube do Autor, 2011.
 GIL, José, Portugal, Hoje. O Medo de Existir, Lisboa, Relógio d'Água, 2007.
 LOURENÇO, Eduardo, A Nau de Ícaro, seguido de Imagem e Miragem da Lusofonia, Lisboa, Gradiva, 2004 (1999).
 ROCHA-TRINDADE, Maria Beatriz, Das Migrações às Interculturalidades, Porto, Afrontamento, 2014.

Bibliographie (Brésil) :

CALLIGARIS, Contardo. "Do homem cordial ao homem vulgar", Folha de São Paulo, 12/12/1999.
 HACKRADT, Lucas. « Interculturalidade. Você sabe o que é? » Entrevista com Milton Bennett, Revista *Época*, 25/07/2011.
 HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*, Rio de Janeiro, DP&A Editora, 2006.
 MATTA, Roberto da. *O que faz o Brasil Brasil?*, Rio de Janeiro, Rocco, 1986.
 HOLLANDA, Sérgio Buarque de. "O homem cordial", In: *Raízes do Brasil*, Rio de Janeiro, José Olympio, 1969 (1936).

ROCHA. João César. « Nenhum Brasil existe », Folha de São Paulo, 9/01/2000.

WAINBERG, Jacques A. « Os estudos interculturais e a cabeça do brasileiro », *Revista Famecos*, Porto Alegre, nº 38, abril 2009.

COMMUNICATION INTERCULTURELLE EN LANGUE PORTUGAISE CREDITS ECTS 3 (24hTD) : ELISABETH BLANC/SORAYA LANI SILVA

PROGRAMME

IL S'AGIRA DE TRAVAILLER LE BON USAGE DE LA LANGUE PORTUGAISE DANS LE MILIEU DES AFFAIRES : TRADUCTION CONSÉCUTIVE ET IMPROVISÉE, ECHANGES VERBAUX SPHÈRE PRIVÉE/SPHÈRE PROFESSIONNELLE.

BIBLIOGRAPHIE

Dicionário Verbo Multilingue de Economia, Gestão e Comércio Port.-Ing.-Fr.-Alem.-Ita.-Esp., Lisboa/São Paulo, Ed. Verbo, 1995.

BERNARD & COLLI, *Dicionário Económico e Financeiro* - Port.-Ing.-Fr.-Esp. (adaptação a Portugal coordenada por A. C. Carvalho do *Dictionnaire économique et financier*, éd. Seuil, 1989), Lisboa, Pub. Dom Quixote, 2 vol. s, 1997.

CAHUZAC et alii, *Vocabulaire économique et commercial* - Fr.-Alem. -Ing. -Esp.-Port. -Ita., Brest, ERLA/UBO, 2^{ème} éd.

MATTOS & BRETAUD, *Dicionário de Idiomatismos Fr.-Port. / Port.-Fr.*, Rio de Janeiro, Ed. Marques Saraiva, 1990.

CUNHA & CINTRA, *Nova Gramática do Português Contemporâneo*, Lisboa, Ed. JSC.

MALCATA Hermínia, *Português Jurídico para alunos de PLE*, Lisboa, Ed. Lidel.

SANTOS Denise e SILVA Gláucia V., *Bons negócios, português do Brasil para o mundo do trabalho*, Disal, Ed. 2013.

Dictionnaires spécialisés, glossaires et listes de termes :
http://www.linguateca.pt/lex_esp.html#lxe2dib

http://www.economiabr.net/dicionario/economes_d.html

<http://www.iapmei.pt/>

<http://www.e-commerce.org.br/dicionario.htm>

[http://www.portaldomarketing.com.br/Dicionario de Propaganda.html](http://www.portaldomarketing.com.br/Dicionario_de_Propaganda.html)

glossário Terminológico Multilingue : <http://www.instituto-camoes.pt/glossario/>

Glossário de termos técnicos em inglês de economia, finanças e e-comércio :

<http://www.ipv.pt/econogloss/>

glossário de turismo :

http://www.icep.pt/glossario/glo_turismo.asp

<http://www.bportugal.pt/pt->

<http://www.portugalglobal.pt>

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

INTERCULTURALITÉ, ESPACE LUSOPHONE

Type : Contrôle Continu

LANGUE DU MONDE ÉCONOMIQUE

Type : Contrôle Continu

Crédits ECTS 6

Responsable : Olga Bronnikova

Enseignants : OLGA GILLE--BELOVA, DIDIER DUPUY

GÉOPOLITIQUE DE L'EUROPE ORIENTALE CREDITS ECTS 3 (24H TD) OLGA GILLE-BELOVA**PROGRAMME**

Ce cours est consacré à l'analyse de la recomposition de l'espace post-soviétique et les transformations politiques, économiques et sociales dans les pays voisins et de leurs relations avec la Russie. Ce sont tout d'abord les différentes organisations de coopération créées dans la région qui sont analysées : la CEI, l'OTSC, l'Etat unifié russo-bélarussien, l'Union économique eurasiennne. Puis c'est la politique de voisinage de l'UE à l'égard de certains pays de cet espace et ses effets qui sont évoqués. Le cours se poursuit par la présentation détaillée des pays de la région européenne (l'Ukraine, le Bélarus, la Moldavie), puis des principales évolutions dans les pays du Caucase (la Géorgie, l'Arménie et l'Azerbaïdjan) et de l'Asie centrale (le Kazakhstan, l'Ouzbékistan, le Kirghizstan, le Tadjikistan et le Turkménistan).

BIBLIOGRAPHIE :

communiquée au début du cours

LANGUE RUSSE DU MONDE ÉCONOMIQUE CRÉDITS ECTS 3 (24H TD) DIDIER DUPUY**PROGRAMME**

Entraînement à la lecture, à la traduction, à l'analyse et à la synthèse de textes (en français et en russe) abordant les différents aspects de la société, de l'économie et des relations extérieures des pays de l'espace post-soviétique.

BIBLIOGRAPHIE

BOUVIER-VASHCHENKO Alla, *Manuel de russe commercial*, Paris : Ellipses, 2015.

COSSON Yves-Marie, KARNYCHEFF André, SELAUDOUX Marie-José, TUJA Noëlle, VANEL Valentina, *Le russe économique et commercial*, Paris : Pocket, coll. « Langues pour tous », 1996.

DUPUY Didier et UKHOVA Polina, *Cahier de grammaire pratique du russe B1–B2*, Paris : Ellipses, 2020.

GIRAUD Robert, *Dictionnaire français-russe et russe-français de l'homme d'affaires*, Moscou : Russo, 2002.

IVANOVA G., *Dictionnaire français-russe des affaires*, Paris : Editions Librairie du Globe, 2001.

KARNYCHEFF André, TUJA Noëlle, SELADOUX Marie-José, *Lexique du russe des affaires*, Paris : Ellipses, 2002.

SERGIENKO-SOLER Vladislava, *Chitayem Gazéty – Toutes les clés pour lire et traduire la presse russe : A2–B1–B2*, Paris : Ellipses, 2024.

SHCHERBA L.-V. (Lev Vladimirovič), *Grand dictionnaire russe-français : 200 000 mots et expressions* (8^e éd. revue et augmentée), Paris : Librairie du Globe, 2014.

TRANNOY Lylia, VOITELEVA Natalia, *Le russe du commerce et des affaires : leçons, exercices avec corrigés, annales, abréviations*, Paris : Ed. Librairie du Globe, 1995.

VOSKRESENSKAÏA I., *Dictionnaire russe-français du commerce et des affaires*, Paris : Editions Librairie du Globe, 2001.

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

GÉOPOLITIQUE DE L'EUROPE ORIENTALE

Type : Contrôle Continu

Contenu : rédaction et présentation à l'oral d'un dossier, questions sur programme.

LANGUE RUSSE DU MONDE ÉCONOMIQUE

Type : Contrôle Continu

Contenu : traduction, rédaction, synthèse

2MMCY21	AIRE CULTURELLE CORÉENNE	Semestre 2
----------------	---------------------------------	-------------------

Crédits ECTS 6

Responsable : Okyang Chae-Duporge

Enseignants : Stéphane Couralet, Philippe Lopes

CULTURE CORÉENNE CRÉDITS ECTS 3 (24H TD) : Philippe Lopes

PROGRAMME

Dans la continuité du premier semestre, ce cours explore la culture coréenne à travers l'étude de divers supports écrits et audiovisuels. Nous mettons particulièrement l'accent sur la compréhension et la pratique de la langue orale, afin d'accroître l'aisance des étudiants dans les situations où ils doivent s'exprimer en coréen.

SOCIÉTÉ CORÉENNE CRÉDITS ECTS 3 (24H TD) : Stéphane Couralet

PROGRAMME

Ce cours vise à renforcer les compétences de lecture, de compréhension écrite et de traduction des étudiants à partir de textes authentiques en coréen, issus de contextes professionnels, institutionnels, médiatiques ou académiques. Les documents sélectionnés reflètent des problématiques en lien avec les grands enjeux de la société coréenne contemporaine (économie, éducation, culture, environnement, relations internationales, etc.) et les axes de spécialisation du parcours LAI. Les étudiants apprendront à repérer les informations essentielles, analyser la structure discursive, saisir les implicites culturels et traduire de manière précise et contextualisée. Le cours développe également l'autonomie en recherche documentaire et la capacité à s'orienter vers des sources spécialisées. Un accent particulier est mis sur la lecture critique, la reformulation, et la restitution orale d'un contenu, en vue de préparer les étudiants aux situations de communication professionnelle ou académique.

BIBLIOGRAPHIE

Elle sera donnée en cours

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

CULTURE CORÉENNE

Type : Contrôle Continu

SOCIÉTÉ CORÉENNE

Type : Contrôle Continu

2MMMUI3/ 2MMVU3/ 2MMPU3	COMMUNICATION DIGITALE, PILOTAGE PROJET	Semestre 2
-------------------------------	---	------------

Crédits ECTS 9

Responsable : CARMELA MALTONE-BONNENFANT

Enseignants : Magali Angès, Henry Elophe, PASCALE MASSIAS

COMMUNITY MANAGEMENT-STORYTELLING CREDITS ECTS 2 (14H TD) 1 GROUPE POUR CHAQUE SPÉCIALISATION (Magali Angès)

PROGRAMME A confirmer

Créer une réactualisation d'un site numérique existant (choix par secteur en lien avec les trois parcours du Master LAI), afin d'analyser l'identité voulue par l'organisation, l'identité perçue par une analyse sémio-pragmatique et enfin poser les possibles actualisations souhaitables en prenant en compte les usages des internautes. Pour atteindre cela : une introduction à la sémio-pragmatique est envisagée comme base théorique.

Objectifs

note de synthèse avec analyses et préconisations.

COMPETENCES VISEES

Analyser, créer et pratiquer les outils numériques pour instaurer une communication digitale avec une stratégie de Community management critique et créative en contenus (storytelling inclus) et réseaux.

BIBLIOGRAPHIE

Fanny Georges. Éléments pour une analyse sémio-pragmatique de l'identité numérique. Hélène Bourdeloie; David Douyère. *Méthodes de recherche sur l'information et la communication*, Mare & Martin, pp.187-208, 2014, Mediacritic, ISBN 978-2849341445. hal-01575176

<https://hal.science/hal-01575176>

Roger Odin et Julien Péquignot, De la sémiologie à la sémio-pragmatique, du texte aux espaces mentaux de communication
Entretien avec Roger Odin, réalisé par Julien Péquignot, *From Semiology to Semio-pragmatic, From Text to Mental Spaces of Communication. Conversation with Roger Odin, conducted by Julien Péquignot*, 2017, pp. 120-140 <https://doi.org/10.4000/communiquer.2296>

Roger Odin, Les espaces de communication, . *Introduction à la sémio-pragmatique*, Presses Universitaires de Grenoble, 2000.

-Être community manager en 2023,

<https://www.journalducmm.com/community-manager-en-2023/>

COMMUNICATION sur le WEB PAR LA VIDÉO CRÉDITS ECTS 1 (12H TD) : Henry Elophe

1 GROUPE POUR CHAQUE SPÉCIALISATION

Programme

Les compétences induites par la vidéo comme outil de présentation de projet, de produit ou de personne. Comprendre les codes visuels d'une vidéo de présentation professionnelle (ton, rythme, structure). Organisation du message : teaser, pitch, démonstration, témoignage. Initiation au montage sur DaVinci Resolve : interface, gestion des rushes, découpe, transitions, titrage, sound design, éléments fondamentaux d'une captation réussie ; soit en studio soit sur site : cadrage, éclairage, prise de son. Travail sur l'identité visuelle du projet (intro, habillage, générique, palette graphique).

Inscription en ligne sur DaVinci Resolve (version gratuite) et Notion. Mise en place du travail d'équipe sur Notion et ou le Google Drive (planification, scénario, suivi de production). Projet collectif : réalisation d'une vidéo de 60 à 120 secondes présentant un projet, une personne ou un produit, avec un scénario structuré et un montage professionnel. Utilisation de 2 outils principaux : DaVinci Resolve (montage, titrage, son) et Notion (gestion du projet, script, découpage technique). Prise en main de DaVinci Resolve : découverte des principaux espaces (cut, edit, color, fusion), ajout de transitions, intégration de musique, export optimisé. Manipulation de DaVinci Resolve pour créer une vidéo claire et percutante, avec un rendu soigné destiné à être présenté dans un portfolio, une réunion, un salon ou une plateforme web institutionnelle.

COMPÉTENCES VISÉES

Ce cours est destiné à apporter aux étudiants les bases du montage vidéo à des fins de communication de projet. Il leur permet de concevoir et produire des vidéos de présentation de projets, d'idées, ou de parcours, en utilisant DaVinci Resolve comme outil central, avec un souci de clarté, de lisibilité et d'impact.

COMMUNICATION CORPORATE CREDITS ECTS 2 (10H CM) : CATHERINE PASCAL/HELENE ROCHE-DALLAY

Cours commun au 3 parcours

PROGRAMME

- Proposer un plan de communication de gestion de situation crise avec communiqué de presse sur site accompagné d'un événement spécifique avec ouverture à l'international (uniquement numérique sur site, avec matrice canva).
- Budgétiser (avec google Sheets)
- Evaluer seulement l'événement.

COMPETENCES VISEES :

Créer une communication corporate digitale en contexte de crise. À partir des travaux effectués en communication, les étudiants regroupés en groupe projet ont à :

A partir des exemples donnés en professionnalisation de la Communication Corporate et des exemples de la communication digitale analysée et posée en cours de community management, il s'agira de concrétiser une stratégie de communication corporate particulière, par exemple en situation de crise.

Bibliographie :

Thierry Libaert, *La communication de crise*, , Paris, Pearson France, 2018

Budget / <https://billetto.fr/blog/comment-preparer-et-gerer-le-budget-de-votre-evenement-comme-un-pro/> et

Com Crise / <https://www.meltwater.com/fr/blog/gerer-une-communication-de-crise-en-10-etapes>

CAMPAGNE DIGITALE CRÉDITS ECTS 2 (12H TD) PASCALE MASSIAS

1 GROUPE POUR CHAQUE SPÉCIALISATION

PROGRAMME

Lors de ce cours nous allons voir comment élaborer une campagne de Newsletter avec **Mailchimp** qui est le plus gros leader de l'industrie. Il va vous aider dans vos stratégies de marketing par email. Vous allez pouvoir gérer vos listes d'abonnés et concevoir plusieurs campagnes de manière ingénieuse.

La suite Affinity : Dans les newsletters, on utilise beaucoup les images. Il est donc important de faire une initiation à :

- PHOTO pour retoucher des images
- DESIGNER pour créer un logo

Excel : Création d'une base de données pour gérer les abonnés

Mailchimp : élaboration de la campagne de newsletter

- Création et paramétrage du compte
- Configuration d'une audience
- Personnaliser le formulaire d'inscription à la newsletter
- Créer une campagne de newsletter
- Publier la newsletter sur les réseaux sociaux
- Consulter les rapports de campagne

OBJECTIFS

Étudier et analyser les différentes étapes d'une campagne de Newsletters.

EVALUATION

A la fin du semestre, les étudiants devront me rendre un dossier complet sur la campagne de newsletter qu'ils auront faite.

PILOTAGE DE PROJETS CRÉDITS ECTS 3 (4H CM/10 HTD), Henry Elophe 1 GROUPE POUR CHAQUE SPÉCIALISATION

PROGRAMME

Les compétences induites par le pilotage de projet en contexte créatif ou organisationnel. Initiation à la gestion de projet : définitions, rôles, cycle de vie d'un projet. Méthodologies classiques et agiles : cascade, Kanban et Scrum. Les outils essentiels de gestion de projet (diagramme de Gantt, méthode PERT, rétroplanning, backlog, todo liste. Identification des ressources, des jalons, des livrables, analyse des risques, gestion des imprévus. Élaboration d'un plan de projet à partir d'un brief : objectifs, équipe, budget, échéances. Inscription en ligne sur Trello et Notion. Mise en place du travail d'équipe avec Trello (organisation des tâches) et Notion (base documentaire du projet). Deux Cm sont prévus pour mettre en place des bases théoriques. Puis 12H TD ou un travail par groupe sur la conception et le pilotage d'un projet de géocaching qui sera réalisé dans la ville de bordeaux.

Chaque équipe pourra expérimenter et mettre en œuvre les concepts de pilotage de projet étudier en théorie au travers de ce projet pratique.

COMPÉTENCES

VISÉES

Ce cours est destiné à apporter aux étudiants les bases fondamentales du pilotage de projet, leur permettant de structurer une réponse organisée à un besoin réel ou fictif, en s'appuyant sur des outils numériques adaptés et des méthodes éprouvées de gestion collaborative.

EVALUATION

A la fin du semestre, les étudiants devront me rendre un dossier complet sur la conception et la réalisation qu'ils auront faite. Présentation finale du projet avec livrables et calendriers et réalisation pratique de ce dernier.

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

COMMUNITY MANAGEMENT- STORYTELLING

Type : Contrôle Continu

GRAPHISME WEB EVENEMENTIEL

Type : Contrôle Continu

COMMUNICATION CORPORATE

Type : Contrôle Continu

CAMPAGNE DIGITALE

Type : Contrôle terminal

PILOTAGE DE PROJETS

TYPE : Contrôle continu

Crédits ECTS 9

Responsable : CARMELA MALTONE-BONNENFANT

Intervenant : CATHERINE PASCAL, HELENE ROCHE-DALLAY, CLOTILDE CHAUVEAU, PATRICIA, Carmela Maltone

UE réservée spécialisation Événementiel

**COMMUNICATION EVENEMENTIELLE CRÉDITS ECTS 3 (18H TD) :
CATHERINE PASCAL/HELENE ROCHE-DALLAY**

PROGRAMME

- Dimension théorique : Les impacts culturels de la globalisation
- Les notions et concepts de culture dans les sciences sociales : culture, acculturation, syncrétisme
- Management interculturel : intervention et interculturalité, veille (risque et enjeux) avec scénarii prospectifs
- Dimension recherche appliquée anthropologique de l'organisation multinationale ou autre avec méthodologie Audit/Dossier étude de cas demandé pour évaluation
- Identité de l'organisation avec contexte, structure, environnement, histoire, cultures, communication...
- Analyse identité et image pour une réflexion interculturelle entre culture distinctes (à l'interne ou à l'externe) : corpus d'écrits ou d'images à choisir par chaque étudiant.
- Diagnostique et création d'une politique et communication avec stratégie événementielle interculturelle.

**INGÉNIERIE DE PROJET ÉVÉNEMENTIEL CRÉDITS ECTS 3 (18 HTD) :
CLOTILDE CHAUVEAU**

PROGRAMME**Définitions**

- Les types d'évènements

Les 12 postes budgétaires

Les risques

Les « niveaux » de prestations événementiels

Méthodologie

Cahier des charges, son utilité ?

Comment se rédige un cahier des charges ?

Les questions essentielles

- Cas pratiques

La conception d'évènements

Le chiffrage d'évènements

La gestion de projets événementiels

Le « On site »

Le « Post » événement

Focus sur les nouveaux formats événementiels

A – L'événement digitalisé et « tracké »

B – Interactivité avec les participants

C – Modérateurs et animateurs adaptables

TD : Répartition des étudiants par groupe de 3 à 5 étudiants (maximum 30 étudiants)

3 cas pratiques à faire en groupe :

2 cas pratiques pour aborder le cas pratique final

1 cas pratique pour l'examen final.

OBJECTIF :

-Définir l'événementiel » et ses supports

ORGANISATION EVÈNEMENT CULTUREL CRÉDITS ECTS 1 (12 HTD) : CLOTILDE CHAUVEAU

PROGRAMME

EN CONTINUITÉ DU PROGRAMME INGÉNIERIE DE PROJET ÉVÉNEMENTIEL MISE EN APPLICATION DES CONNAISSANCES DANS UN DOSSIER DE PRÉSENTATION D'UN ÉVÉNEMENT

Bibliographie

Communiqué en cours

SÉMINAIRE OUVERTURE : workshops professionnels CRÉDITS ECTS 1 (8H TD) : Carmela Maltone

Thématique Parcours Événementiel : à définir

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

COMMUNICATION ÉVÉNEMENTIELLE

Type : Contrôle terminal

INGÉNIERIE DE PROJET EVÉNEMENTIEL

Type : Contrôle terminal

ORGANISATION EVÈNEMENT CULTUREL

Type : Contrôle terminal

Séminaire ouverture : workshops professionnels

Type : Contrôle terminal

2MMVU4	COMMERCE ET MARKETING DU VIN	Semestre 2
---------------	-------------------------------------	-------------------

Crédits ECTS 9

Responsable : CARMELA MALTONE-BONNENFANT

Intervenants : ANTONIO SPIGA, THIERRY ITHURRIA, DOSIP, CARMELA MALTONE

UE réservée à la spécialisation Vin

MARCHE ET COMMERCE DU VIN CRÉDITS ECTS 2 (18H TD) : ANTONIO SPIGA

PROGRAMME

- 1. L'industrie du vin dans le monde : introduction générale**
 - I. Le vin et son espace compétitif : passé, présent, futur ;
 - II. Les principales forces économiques ;
 - III. Les acteurs principaux : les pays producteurs ;
 - IV. Les marques collectives et les marques individuelles ;

- 2. La consommation du vin : les marchés entre tradition et innovation**
 - I. Définir un marché, les insight consommateur ;
 - II. Segmentation d'un marché : les styles de vie ;
 - III. Les différentes modalités de distribution ;
 - IV. Les différentes tendances de consommation ;

- 3. Le futur de l'industrie : stratégie & marque**
 - I. Changement climatique et Développement Durable : définitions ;
 - II. Les défis pour les producteurs : les nouveaux business modèles ;
 - III. Les défis pour les producteurs : les nouveaux consommateurs ;
 - IV. L'approche stratégique par la marque ;

OBJECTIF

Un premier objectif est celui de présenter l'industrie du vin comme un environnement compétitif. On analysera donc les structures existantes, les acteurs principaux, les principales forces compétitives, et les nouvelles tendances de consommation de vin dans le monde.

Ensuite, le deuxième objectif est celui d'offrir aux étudiants une perspective stratégique de l'entreprise, avec les nouvelles modalités de gestion de la propriété viticole, de distribution, ainsi que le rôle sociétal de l'entreprise et les enjeux du changement climatique.

Enfin, le troisième objectif sera de présenter une approche de développement par la marque.

COMPÉTENCES VISÉES

Après avoir participé à ce module, les étudiants auront acquis une vision stratégique de l'entreprise vitivinicole. Ils seront capables de concevoir et piloter l'innovation, ainsi que d'accompagner le développement d'une marque collective ou individuelle.

MÉTHODES

Cours magistral, exemples et cas pratiques, développement de projets, exposés à l'oral. Les étudiants seront évalués sur la base de leur performance individuelle (devoirs assignés, études de cas, participation en classe), et de groupe (développement de projet). La note sera attribuée en fonction de : la connaissance théorique et mise en pratique des outils présentés, b) style d'écriture, c) créativité, d) style de présentation.

BIBLIOGRAPHIE :

Cardebat, J-M. (2017). *L'Économie du vin*. La Découverte.

Charters, S., & Gallo, J. (2014). *Wine Business Management*. Montreuil: Pearson France.

Ouvrard, S., Jasimuddin, S., Spiga, A. (2020). Does sustainability push to reshape business models? Evidence from the European wine industry. *Sustainability*, 12, 2561.

Kapferer, J.-N. (2014). *The New strategic brand management*. London : Kogan Pages

Ouvrard, S., Spiga, A. (2017). Relationship between business model and strategy in the wine industry: an explorative study. *Wine Business Research Conference, Sonoma, CA*.

Spiga, A., McCluskey, T. (2017). The impact of sustainability drivers in the European SME sector: an explorative study. *American Association of Wine Economists, Sonoma, CA*.

MARKETING DU VIN CRÉDITS ECTS 3 (18H TD) intervenant communiqué ultérieurement

PROGRAMME

- Les éléments du mix marketing appliqués au vin
- Comment s'établit le prix du vin ?
- Les canaux de distribution
- Les outils de promotion du vin
- Qu'entend-on par marque en vin ?
- Les spécificités du vin : la dimension interculturelle
- Marchés spécifiques
- Vins « tendances »
- Exploration des pays producteurs de vin
- Enjeux pour le futur de la filière

OBJECTIF

Ce cours a pour objectif de présenter les spécificités du marketing international appliquées à la filière de distribution des vins. A partir des notions marketing conceptuelles incontournables (4P), on explorera les spécificités du produit vin, en les déclinant par zones géographiques.

COMPÉTENCES VISÉES

Les étudiants auront une vision internationale de la filière vin, de son histoire, des pays producteurs et des spécificités des pays consommateurs. Les notions abordées ont une dimension essentiellement pratique, visant à donner aux étudiants des clefs concrètes pour leurs premières expériences professionnelles à venir.

MÉTHODOLOGIE

Exposés à l'oral par groupe

Cas pratiques (individuels)

BIBLIOGRAPHIE

Guide pratique de l'export du vin d'Evelyn RESNICK, James de ROANAY, Editions DUNOD

Bonnes pratiques en marketing du vin/20 études de cas de vins du monde de Pierre MORA et Yohann Castaing, Collections Pratiques Vitivinicoles - Editions DUNOD/La vigne

Lexivin, terminologie de la vigne et du vin, Editions Paul CADIEU,

SITOGRAPHIE :

Ubifrance et les missions économiques www.ubifrance.fr

<https://www.greatwinecapitals.com/best-of-wine-tourism/>

<https://sopexa.com/fr/portfolio/wine-trade-monitor/>

<https://export.agence-adocc.com/fr>

LOGISTIQUE INTERNATIONALE DU VIN CRÉDITS ECTS 1 (10H TD) : THIERRY ITURRIA

PROGRAMME

- TRANSPORT INTERNATIONAL
- PASSAGE EN DOUANE
- ES INCOTERMS

LEGISLATION DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS LE SECTEUR VITIVINICOLE CRÉDITS ECTS 1 (10H TD) : ANTONIO SPIGA

PROGRAMME

- Le Développement Durable : définition générale, les enjeux principaux ;
- Le DD et la filière viticole : panorama mondial, EU et nouveau monde ;
- Les certifications globales : ISO 26000, B Corp, etc.
- Les certifications de filière : HVE, AB, Biodyvin, Demeter, etc.
- La situation en France et à Bordeaux ;

- Une approche stratégique : les outils de base ;

Exercice de groupe : Intégrer les pratiques de DD dans la stratégie d'entreprise

Objectif

L'objectif de ce cours est celui d'offrir aux étudiants, un aperçu opérationnel des pratiques de développement durable. Le sujet sera traité dans le contexte sectoriel vitivinicole au sens large (production, commercialisation, tourisme, etc...). A l'issue de ce cours, les étudiants seront capables de comprendre l'approche générale et la réflexion de base derrière chaque choix lié au DD, ainsi que de montrer une connaissance de chaque outil afin de proposer des choix cohérents au sein de l'entreprise en harmonie avec ses décisions stratégiques.

BIBLIOGRAPHIE s

Berger, A., De Perthuis, Penin, N. (2015). Le Développement Durable : Retenir l'essentiel. Paris: Nathan.

Gilinsky, A. (2015). Crafting Sustainable Wine Businesses : Concept and cases. New York : Palgrave MacMillan.

• Articles

Ouvrard, S., Jasimuddin, S., & Spiga, A. (2020). Does sustainability push to reshape business models: Evidence from the European wine industry. Sustainability, 12, 20561.

En outre, une sélection de publications académiques et professionnelles seront utilisés pendant le cours.

CREATION RESEAU VIN CRÉDITS ECTS 1 (6H TD) : PASCAL HAUQUIN (DOSIP)

Programme

Communiquée en cours

SEMINAIRE OUVERTURE : WORKSHOPS PROFESSIONNELS CRÉDITS ECTS 1 (8H TD) : CARMELA MALTONE

THEMATIQUE

Les mots et les représentations du vin dans les différentes langues et cultures **CARMELA MALTONE/ Magalie Fleurot**

Les routes du vin. Œnotourisme, enjeux pour la valorisation du patrimoine immatériel. Table ronde

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

MARCHÉ ET COMMERCE DU VIN

Type : Contrôle Continu

MARKETING DU VIN

Type : Contrôle Continu

LOGISTIQUE DU VIN

Type : Contrôle Continu

LEGISLATION DÉVELOPPEMENT

Type : Contrôle Continu

MOBILISATION COMPETENCES/ CREATION RESEAU VIN

Type : Contrôle terminal

Séminaire ouverture : workshops professionnels

Type : Contrôle terminal

2MMPU4	MONTAGE DE PROJETS DE COOPÉRATION INTERNATIONALE OU TRANSFRONTALIERE	Semestre 2
---------------	---	-------------------

Crédits ECTS 9

Responsable : Carmela MALTONE-BONNENFANT

Intervenants : NOUHOU BOUBA, Carlos Alves, Deborah Didio, Delphine Langlade

UE réservée à la spécialisation transfrontalière et coopération internationale

COOPÉRATION ET GÉOPOLITIQUE CRÉDITS ECTS 2 (14H TD) : NOUHOU BOUBA

PROGRAMME

Dans les sociétés de plus en plus ouvertes mais complexes, les cours de géopolitique des territoires européens vers d'autres espaces : atlantiques, pacifiques, asiatiques, Moyen-Orient, ou Afrique permettront aux étudiants de comprendre les nouvelles réalités internationales. Les mutations structurelles, les transformations des équilibres politiques et économiques ont amené des territoires vers la coopération. Le cours consiste à étudier et analyser les espaces de coopération entre territoires, régions, États avec des études de cas. Outre l'histoire des relations entre États au sens classique du terme, nous aborderons les grands phénomènes inter- et transnationaux. Nous verrons comment s'organise un ensemble de relations entre un certain nombre d'acteurs au sein de la société internationale. La problématique de la "souveraineté" de l'État et des acteurs interférents ; la spécificité des relations internationales par rapport à l'approche théorique ; les enjeux et conflits et la problématique de la sécurité globale seront également abordés.

DISPOSITIFS DE COOPÉRATION EUROPÉENNE ET INTERNATIONALE CRÉDITS ECTS 2 (14H TD) : Carlos Alves

PROGRAMME

Des travaux pratiques (projets de coopération internationale, notamment). L'idée est de permettre aux étudiants d'assimiler les contraintes juridiques inhérentes à l'action internationale dans tous les domaines et à tous les niveaux de coopération. Par exemple, dans une perspective de montage et de gestion de projets interrégionaux, il s'agira d'être en mesure d'identifier les différents acteurs, leurs compétences, les mécanismes d'engagement de la responsabilité, etc.

Plan du cours

- INTRODUCTION – Vous avez dit « coopération internationale » ?
- 4 PARTIES :
- PARTIE 1 - HISTORIQUE DE LA COOPÉRATION INTERNATIONALE
- PARTIE 2 - CADRE INSTITUTIONNEL DE LA COOPÉRATION INTERNATIONALE
- PARTIE 3 - ACTEURS ET SECTEURS DE LA COOPÉRATION INTERNATIONALE

PARTIE 4 - IMPORTANCE DE LA COOPÉRATION INTERNATIONALE

MÉTHODOLOGIE :

- Des leçons de droit international applicable aux différents enjeux et acteurs de la coopération internationale ;
- Des leçons de droit de l'Union européenne en tant que cadre d'intégration et de coopération
- Des travaux dirigés (TD)
- Des travaux pratiques (projets de coopération internationale, notamment). L'idée est de permettre aux étudiants d'assimiler les contraintes juridiques inhérentes à l'action internationale dans tous les domaines et à tous les niveaux de coopération. Par exemple, dans une perspective de montage et de gestion de projets interrégionaux, il s'agira d'être en mesure d'identifier les différents acteurs, leurs compétences, les mécanismes d'engagement de la responsabilité, etc.

OBJECTIF

L'objectif de ce cours est de former les étudiants à une pratique courante et concrète de la coopération internationale, ce qui suppose une bonne connaissance du droit international applicable aux différents domaines de la coopération (droits de l'Homme, droit humanitaire, droit économique, droit environnemental, etc.), ainsi que du milieu et des pratiques des organisations multilatérales et des acteurs non-gouvernementaux dans ces domaines.

BIBLIOGRAPHIE :

Neframi, E. (2010). L'action extérieure de l'Union européenne fondements, moyens, principes (Systèmes droit). Paris: LGDJ.

Forteau, M., Pellet, A., Daillier, P., & Nguyễn, Q. (2017). Droit international public (9e ed.). Paris: LGDJ.

Clergerie, J., Gruber, A., & Rambaud, P. (2018). Droit institutionnel et matériel de l'Union européenne (12e édition. ed., Précis). Paris : Dalloz.

Lagrange, &., Sorel, J., & Ndior, V. (2014). Droit des organisations internationales. Paris: LGDJ-Lextenso éditions.

INGENIERIE PROJET S COOPERATION TERRITORIALE ET INTERNATIONALE CREDITS ECTS 2 (22H TD) Deborah Didio, Delphine Lenglade

PROGRAMME : Deborah Didio

Présentations générales du cours ; Définition du périmètre ; Présentation des objectifs et des compétences à acquérir ; Feedback et échange sur les attendus ;

Concepts-clés : coopération internationale universitaire, de la stratégie au projet ; évolutions et changements dans le domaine universitaire, focus sur le contexte français ; comment appréhender les niveaux macro et micro dans l'élaboration des projets de coopération internationale.

Fondamentaux de l'ingénierie de coopération internationale : étapes et cycle, acteurs, outils, gestion des risques et prise en compte des « déviations » ; Etude d'un ou plusieurs cas pratiques en modalité collective.

Gestion de projets de coopération internationale : budget, planification et suivi des activités, pilotage et répartition des tâches, évaluation et KPI, dissémination et impact, actions de développement ; Etude d'un ou plusieurs cas pratiques en modalité collective.

Pitch de présentation en anglais des projets élaborés en groupe.

COMPETENCES VISEES :

- Connaître et comprendre les enjeux géopolitiques et les stratégies de la coopération internationale.
- Savoir analyser les principes fondamentaux de la gestion de projet dans un contexte international.
- Maîtriser et appliquer les techniques de gestion de projets de coopération internationale.
- Développer des compétences pratiques pour concevoir, planifier, exécuter et évaluer des projets.

Compétences développées : adaptabilité en contexte multiculturel, résolution de problèmes, diplomatie, pilotage, gestion financière, développement stratégique, planification, coordination.

SITOGRAFIE :

https://commission.europa.eu/funding-tenders/find-funding/eu-funding-programmes_en

<https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/diplomatie-scientifique-et-universitaire/>

<https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/francophonie-et-langue-francaise/>

<https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/diplomatie-culturelle/>

<https://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/fr/analyses-d-impact-scientifique-des-programmes-de-recherche-internationaux-bilateraux-46580>

<https://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/fr/grow-france-programme-pour-accueillir-les-doctorants-de-la-nsf-dans-des-laboratoires-francais-46373>

<https://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/fr/horizon-europe-49982>

PROGRAMME : Delphine Langlade

Les collectivités territoriales et établissements publics français s'investissent de plus en plus fortement dans l'action extérieure (ou coopération décentralisée).

On dénombrerait ainsi près de 10 700 projets de coopération conduits par près de 4 720 collectivités françaises. Des partenariats sont ainsi engagés avec quelque 8 100 collectivités étrangères dans 133 pays (source Atlas de la coopération décentralisée. Ministère des Affaires Etrangères).

Cette richesse d'actions témoigne de la volonté des territoires de s'inscrire dans la globalisation à une échelle qui va bien au-delà de leur périmètre institutionnel ou géographique.

Comment ces projets de coopération naissent-ils ? Quels sont leurs objectifs et motivations ? Comment les mener jusqu'à leur terme en répondant aux besoins des populations concernées en France comme à l'étranger ?

En s'appuyant sur des cas concrets tirés de l'action internationale de Bordeaux Métropole (liens particuliers avec quatre pays : Cameroun, Mexique, Inde, Turquie) l'intervention traitera des sujets suivants :

- Les fondements et le cadre juridique de l'action extérieure : quels sont les préalables à respecter ?
- La genèse d'un projet de coopération : quel est le fait générateur de l'action ?
- Les objectifs et motivations de l'action extérieure : solidarité ? développement économique ? rayonnement ? etc...
- Les acteurs locaux, nationaux, internationaux à impliquer dans les partenariats
- Les co-financements possibles (et souvent indispensables...)
- Les moyens à y consacrer
- Les facteurs de réussite ou d'échec
- Les compétences à développer pour les professionnels de l'action internationale
- Des exemples de « success stories »
- Un travail sur un cas d'école en groupe

MÉTHODOLOGIE :

Montage et management du projet

BIBLIOGRAPHIE

communiquée en cours

MOBILISATION COMPETENCES/CREATION RÉSEAUX TRANSFRONTALIERS CRÉDITS ECTS 1 (6 TD) : PASCAL HAUQUIN (DOSIP)

PROGRAMME

COMMUNIQUÉ EN COURS

SEMINAIRE OUVERTURE/ WORKSHOPS CRÉDITS ECTS 1 (8H TD) : CARMELA MALTONE

- **Thématique : mobilité transfrontalière, Carmela Maltone Bouba Nouhou**

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

COOPÉRATION ET GÉOPOLITIQUE

Type : Contrôle Continu

Contenu : Etude de projet

DISPOSITIFS DE COOPERATION EUROPEENNE ET INTERNATIONALE

Type : Contrôle Continu

INGÉNIERIE PROJET S COOPÉRATION TERRITORIALE ET INTERNATIONALE

Type : Contrôle terminal

MOBILISATION COMPETENCES/ CREATION RESEAU VIN

Type : Contrôle terminal

Séminaire ouverture : workshops

Type : Contrôle terminal (mémo de recherche)

Master Professionnel LAI

2ème année

Conditions d'accès, Inscriptions

Spécialité à capacité d'accueil limitée. Admission uniquement sur dossier et/ou entretien :

Présélection sur dossier avec lettre de motivation + relevé de notes. Une très bonne connaissance des 2 langues sera exigée :

- Pour les étudiants titulaires d'une licence L.E.A., certification (CLES – CLUB) niveau 1 ou équivalent pour une troisième langue + C2I. (fortement recommandé)
- Pour les étudiants étrangers, l'obtention du TEF C1 est impérative.
- Les candidats extérieurs y accèdent sur présentation d'un dossier et sélection de l'équipe de formation.

Le redoublement est autorisé uniquement par décision du jury, sur présentation d'une lettre du candidat.

Il faut valider le Master 1 pour passer en Master 2.

Contrôle des connaissances

- Le contrôle des connaissances du Master 2 LEA est organisé en session unique.
- La note obtenue aux matières du 3^{ème} semestre **n'est pas compensable** avec la note obtenue à l'oral de la soutenance du rapport-mémoire de stage.

Assiduité obligatoire

- L'assiduité obligatoire implique la justification par écrit de toute absence aux cours.
- Trois absences injustifiées entraînent la non-autorisation à se présenter aux examens.

MASTER 2ÈME ANNÉE

ENSEIGNEMENTS : 8 UE – 60 CRÉDITS

CONTRÔLE DES CONNAISSANCE DES MATIÈRES THÉORIQUES DU SEMESTRE 3

EN SESSION UNIQUE

	UNITÉS D'ENSEIGNEMENT (Coef. 30 - Crédits : 30)		UNITÉS D'ENSEIGNEMENT (Coef. 30 - Crédits : 30)
UE 1	3MMMU1/3MMVU1/3MMPU1-Aire culturelle anglophone CRÉDIT ECTS 6	UE 1	4MMMU1/4MMVU1/4MMPU1 Stage et Mémoire Crédits ECTS 30
UE 2	3MMLX2 AIRE CULTURELLES (1 choix parmi) ALLEMAND, Arabe, Chinois, Coréen, Espagnol, Italien, Japonais, Portugais, Russe Crédits ECTS 6		
UE 3	3MMMU3/3MMVU3/3MMPU3 INTERCULTURALITE ET COMMUNICATION -MANAGEMENT INTERCULTUREL -COMMUNICATION INTERPERSONNELLE SENSIBILISATION À L'ENTREPRENEURIAT POUR les trois PARCOURS Crédits ECTS 6		
UE 4	3MMMU4 Spécifique parcours Événementiel Contenu : - Marketing événementiel - Organisation événements d'affaires -Sponsoring et mécénat Crédits : 6 3MMVU4 Spécifique parcours Economie du vin Contenu : - Œnotourisme en France et dans le monde		

	<ul style="list-style-type: none"> - Patrimoine viticole et œnotourisme -Symbolique du vin dans les cultures Crédits : 6 3MMPU4 Spécifique parcours Transfrontaliers Contenu : <ul style="list-style-type: none"> - Montage projets transfrontaliers intra ou extra UE - Montage de projets internationaux universitaires -Montage de projets de mobilité internationale (ERASMUS+) Crédits : 6		
UE5	3MMMY5 SEMINAIRE ET MÉTHODOLOGIE <ul style="list-style-type: none"> -Séminaire recherche/action -Documentation -Méthodologie- Suivi stage- Rapport-Mémoire Crédits ECTS 6		

3MMMUI1/ 3MMVUI1/ 3MMPUI1	AIRE CULTURELLE ANGLOPHONE	Semestre 3
--	-----------------------------------	-------------------

Crédits ECTS : 6

Responsable : SOPHIE RACHMUEHL

Enseignants : SOPHIE RACHMUEHL, MAGALIE FLEUROT, SOPHIE KOPPE

PROGRAMME ÉVÉNEMENTIEL : SOPHIE RACHMUEHL (36H TD)

Les étudiants devront organiser un événement réel en anglais en groupes, et le présenter, une fois réalisé, sous forme orale et écrite.

Ils travailleront un CV à cible nord-américaine - exercice intéressant d'adaptation interculturelle.

Ils devront lire la presse spécialisée événementielle anglophone, et présenter un point d'actualité ou une problématique pertinente dans leur domaine.

PROGRAMME ECONOMIE DU VIN : Magalie Fleurot (36H TD)

Les étudiants travailleront en groupes à l'élaboration d'un dossier sur des châteaux et domaines sur des thématiques différentes chaque année (marketing, œnotourisme, communication digitale...), en France ou à l'étranger. Ils feront des présentations individuelles, et travailleront selon les besoins et les partenariats avec des châteaux (missions de traduction de sites internet, développement d'une offre œnotouristique, création de cocktails, communication sur les réseaux sociaux...).

PROGRAMME TRANSFRONTALIERS, SOPHIE KOPPE (36H TD)

Les étudiants travailleront en groupes à l'élaboration d'un dossier sur un projet transfrontalier en mobilisant les connaissances acquises en M1. Ils feront également des présentations individuelles de type veille d'actualité.

BIBLIOGRAPHIES

COMMUNIQUES EN COURS

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

AIRE CULTURELLE ANGLOPHONE

Type : Contrôle continu

Crédits ECTS : 6

Responsable : Tristan COIGNARD

Enseignants : TRISTAN COIGNARD, TANIA KUSTER

L'INTERCULTUREL DANS LA COOPÉRATION FRANCO-ALLEMANDE CRÉDITS ECTS 3 (24H TD) : TRISTAN COIGNARD

PROGRAMME

La première partie du cours a pour objectif d'initier les étudiants aux théories du management interculturel entre l'Allemagne et la France. Les séances assurées par les intervenantes extérieures les mettront en contact avec la réalité des pratiques de l'interculturel dans un contexte franco-allemand.

MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE CRÉDITS ECTS 3 (24H TD) : TANIA KUSTER

PROGRAMME

Approfondissement du vocabulaire économique, commercial et juridique ; entraînement à la traduction écrite et orale de contrats, d'actes juridiques, de fiches produits ; simulations, jeux de rôles, discussions, négociations.

BIBLIOGRAPHIE

COMMUNIQUEE EN COURS

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

SESSION UNIQUE

REGIME GENERAL

L'INTERCULTUREL DANS LA COOPÉRATION

Type : Contrôle continu

MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE

Type : Contrôle continu

Crédits ECTS : 6

Responsable : MARIE-HÉLÈNE AVRIL

Enseignants : MEHDI GHOUIRGATE - BACHAR BOU ASSI

CULTURE ET GÉOPOLITIQUE ARABE CRÉDITS ECTS 3 (24H TD) : MEHDI GHOUIRGATE

Programme

En ce début de XXI^e siècle, le cycle d'instabilités au Moyen-Orient commencé en 2003 et qui s'est accéléré depuis 2011 a pris une dimension particulièrement dangereuse. Et l'on se donne l'impression d'être dans une situation nouvelle. En réalité, le Moyen-Orient a connu, tout au long du XIX^e siècle, des crises dites d'Orient. Dans un jeu d'ingérences et d'implications entre acteurs locaux, régionaux et internationaux, au point que l'on ne sait plus qui manipulait l'autre, ces crises opposèrent des intérêts et des projections culturelles contradictoires, aussi bien des Européens sur les pays dits orientaux que de ces derniers vers ce que l'on appelait le « monde civilisé ». Les États affrontèrent une violence parfois extrême, répondant dans l'urgence par des solutions politiques souvent boiteuses. C'est ainsi que ce cours se propose de donner des perspectives aux problèmes que connaissent actuellement les pays du monde arabe.

Bibliographie

FILIU j.-p., Le Milieu des mondes - Une histoire laïque du Moyen-Orient depuis 395, Paris, Seuil, 2023.

LAURENS H., Les crises d'Orient, Paris, Fayard, 2017.

LUIZARD P.-J., Les racines du chaos. Irak, Syrie, Libye, Yémen et Liban. Cinq États arabes faillis, Paris, Tallandier, 2022.

EXPRESSION ÉCRITE ET ORALE : BACHAR BOU ASSI

PROGRAMME

Compréhension et expression écrite et orale :

étude de documents authentiques écrits et audiovisuels de la presse arabe portant sur les domaines du master présentation orale et discussions d'informations et de documents choisis par les étudiants recherche documentaire en arabe autour de l'économie des 22 pays de la Ligue arabe, suivie d'une synthèse en arabe et / ou en français restitution en français d'informations tirées de documents en arabe et vice-versa une attention particulière sera apportée aux variations linguistiques en arabe dans la communication professionnelle et à la dimension interculturelle des échanges à l'intérieur même du monde arabe.

BIBLIOGRAPHIE

COMMUNIQUÉE EN COURS

Compétences visées

Maîtrise de la compréhension et de l'expression écrites et orales en arabe sur les domaines du master, avec prise en compte de la dimension interculturelle et des stratégies langagières mises en œuvre en contexte professionnel dans le monde arabe.

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

RELATIONS INTERNATIONALES ECONOMIQUE

Type : Contrôle continu

EXPRESSION ÉCRITE ET ORALE

Type Contrôle continu

3MMRY21	AIRE CULTURELLE CHINOISE	Semestre 3
----------------	---------------------------------	-------------------

Crédits ECTS : 6

Responsable : SHAO BAOQING

Enseignants : SHAO BAOQING, CÉCILE LABARDE

LANGUE CHINOISE CRÉDITS ECTS 3 (24H TD) CÉCILE LABARDE

Programme

communiqué en cours

INITIATION À L'INTERPRÉTARIAT CHINOIS/FRANCAIS CREDITS ECTS 3 (24H TD) : SHAO BAOQING

Ce cours pratique vise à préparer les étudiants à la pratique élémentaire d'interprétation consécutive, en insistant sur des questions pratiques de méthode : écouter, prendre des notes, registre de langue, etc.

BIBLIOGRAPHIE

COMMUNIQUÉS EN COURS

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

LANGUE CHINOISE APPLIQUÉE À L'ÉTUDE CONSEIL

Type : Contrôle continu

INITIATION À L'INTERPRÉTARIAT CHINOIS/FRANCAIS

Type Contrôle continu

Crédits ECTS : 6

Responsable : JESUS JAVIER ALONSO CARBALLES

Enseignant : JESUS JAVIER ALONSO CARBALLES, Marie Lorinquer-Herve

CULTURE DES AIRES HISPANQUES CRÉDITS ECTS 3 (24H TD) : JESUS ALONSO CARBALLES

PROGRAMME

A mi-chemin entre l'histoire du temps présent et l'analyse des questions d'actualité politique, sociale, économique et culturelle, le cours évoquera notamment comment l'Espagne affronte les défis de la modernité dans ce début du XXI^e siècle. Nous analyserons cette question à partir de l'analyse de différentes problématiques étroitement liées aux domaines thématiques abordés au sein du master : les rapports transfrontaliers, le monde du vin et l'organisation d'événements.

Les rapports diplomatiques de l'Espagne avec ses voisins et au sein de l'Europe, la culture et l'économie du monde du vin, ou l'organisation d'événements d'une grande portée internationale feront l'objet d'une attention particulière.

- España ante los desafíos del siglo XXI
- Introducción sobre la situación política actual en España
- *El pasado que no pasa* : la memoria de las víctimas de la guerra civil y el franquismo: ¿una cuenta pendiente para la modernidad?
- El vino español: *retos y realidades actuales*. ¿A la conquista del mundo?
- España, meca de eventos nacionales e internacionales. Breve panorama
- España ante los desafíos globales: seguridad, emigración, terrorismo.
- España y los desafíos europeos y regionales: una potencia media que busca protagonismo
- 6.- España en positivo

OBJECTIF

L'objectif de ce cours est de donner aux étudiants les clés nécessaires pour comprendre la réalité économique, politique, sociale et culturelle de l'Espagne de ces dernières années, mais aussi pour mieux connaître les enjeux auxquels la société espagnole doit faire face en ce début de XXI^e siècle.

COMPETENCES VISEES :

Analyse des problématiques qui traversent la réalité de l'Espagne d'aujourd'hui et compréhension des enjeux qui déterminent ses rapports avec le reste du monde.

BIBLIOGRAPHIE :

BARON-YELLES Naima, Atlas de l'Espagne. Une métamorphose inachevée ? Paris, Autrement, 2009.

PEREIRA, Juan Carlos, La política exterior de España, Madrid, Ariel, 2010.

SEGUI Luis, España ante el desafío multicultural, Madrid, Siglo XXI, 2002.

STEINBERG, Federico, ANCHUELO, Alvar, La unión hace la fuerza: Europa ante los desafíos del siglo XXI, Barcelona, Deusto ediciones, 2019.

TOLOSA PLANET, Luis, Marketing del enoturismo. 12 errores fundamentales, 12 propuestas alternativas, Winebooks, 2017.

PRATIQUE DE LA LANGUE ESPAGNOLE CRÉDITS ECTS 3 (24H TD) : Marie Lorinquer-Herve

PROGRAMME

Ce cours a pour but d'exercer les étudiantes et les étudiants à la pratique de la langue espagnole, à l'oral et à l'écrit afin d'approfondir leurs connaissances et améliorer les compétences qu'ils auront à faire valoir dans le milieu professionnel. La moitié du cours portera sur des thématiques relatives aux différents parcours (métiers du vin, événementiel, transfrontalier), la seconde sur des questions liées à l'actualité de l'Espagne et de l'Amérique Latine. Les étudiant.e.s seront en partie acteurs du cours, et leur participation évaluée sur des orales, exposés, traductions écrites, travail en groupe.

BIBLIOGRAPHIE

COMMUNIQUES EN COURS

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

RÉGIME GÉNÉRAL

CULTURE DES AIRES HISPANIKES

Type : Contrôle continu

Contenu : commentaire et/ ou question de cours

PRATIQUE DE LA LANGUE ESPAGNOLE

Type : Contrôle continu

Crédits ECTS : 6

Responsable : CARMELA MALTONE-BONNENFANT

Enseignants : CARMELA MALTONE-BONNENFANT, LAURA BRIZI

SOCIOLOGIE ÉCONOMIQUE ESPACE ITALIEN CRÉDITS ECTS 3 (24 H TD) CARMELA MALTONE

PROGRAMME

En continuité avec les cours de la première année, ce cours a pour but d'analyser le modèle industriel italien fondé sur PMI, aux secteurs d'excellence. Nous examinerons donc le fonctionnement des PME italiennes, leurs forces et faiblesses ainsi que l'organisation en réseaux. Une attention particulière sera consacrée aux économies alternatives à : celle capitalistique. Nous brosserons l'état des lieux de ce modèle alternatif. Aujourd'hui, en raison de la crise et du désengagement de l'Etat dans le domaine social, l'économie sociale et solidaire (ESS) a pris une place encore plus grande.

THÉMATIQUES :

- Menaces et nouveaux équilibres dans l'économie italienne
- Réflexions sur l'insécurité
- Le modèle industriel italien : le PME, organisation, forces et faiblesses
- Le 'made in Italy', les pôles d'excellence matériels et immatériels
- Les Start-up : un nouveau souffle per l'économie italienne
- Sharing économie
- L'économie digitale : lumières et ombres
- Économie sociale et solidaire

Ateliers en relation avec les spécialisations

Atelier 1

Concept de frontière appliqué à l'espace territorial italien.

La coopération internationale, les Accords bilatéraux entre l'Italie et les pays tiers.

Les relations transfrontalières, les programmes interreg des régions italiennes transfrontalières. Le rôle de l'Italie dans l'espace méditerranéen.

Atelier 2 internationalisations des événements italiens, coopération internationale dans l'évènementiel.

OBJECTIF

Appréhender le système industriel et économique italien.

COMPETENCES VISEES

Connaissance du marché italien économique italien ; savoir rédiger, commenter, synthétiser des textes complexes en italien.

BIBLIOGRAPHIE

Giuseppe Berta, Che fine ha fatto il capitalismo italiano? Mulino, 2016

Enrico Giovannini, L'utopia sostenibile, Laterza, 2018

Mario Maggioni, Capire la sharing economy. Chi guadagna, chi perde, Mulino, 2017

Francesco Ramella, Cecilia Manzo, L'economia della collaborazione, Mulino, 2018

Vincenzo Comito, La sharing economy. Dai rischi incombenti alle opportunità possibili, Ediesse, 2016

<https://altreconomia.it/>

L'étudiant pourra choisir entre un ouvrage et un travail de recherche personnelle en accord avec l'enseignant et sur un sujet traité en cours. Pendant les cours les étudiants seront invités à s'organiser en groupe pour préparer des exposés.

COMMUNICATION ÉVÉNEMENTIELLE DANS L'ESPACE ITALIEN CRÉDITS ECTS 3 (24H TD) Laura Brizi

En relation avec les trois spécialisations du master, ce cours se propose de suivre l'activité événementielle en Italie dans le secteur viticole, culturel et des ONLUS. La première partie du cours sera dédiée à l'analyse de l'événement comme moyen de communication; la deuxième partie sera consacrée à l'études de cas : Vinitaly-Salone Internazionale dei vini e distillati, Salone internazionale del gusto di Torino, Expo Milano, Notte Europea dei Ricercatori, Salone internazionale del libro di Torino, La Biennale di Venezia/il Festival del Cinema di Venezia, Bologna Children's Book Fair, Salone internazionale del Mobile, BIT (Borsa Internazionale del Turismo), Festival dello Sviluppo Sostenibile, Fa' la cosa giusta.

OBJECTIF

Savoir lire et analyser un événement dans le contexte culturel italien

COMPETENCES VISEES

Maîtrise des techniques de communication et de marketing événementiel en vue de la préparation d'un événement pour un public italien

BIBLIOGRAPHIE ET SITOGRAFIE

Varriale L., L'organizzazione degli eventi ; Giappichelli 2008

Eventi e strategie di marketing territoriale : i network, gli attori e le dinamiche relazionali ; Raffaele Cercola, Francesco Izzo, Enrico Bonetti ; Milano 2010

Deloitte Private (2019). Le fiere come strumento di internazionalizzazione del Made in Italy. (report completo disponibile online)

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

SOCIOLOGIE ÉCONOMIQUE ESPACE ITALIEN

Type : Contrôle continu

Contenu :-Questions sur le programme et/ou rédaction et présentation d'un dossier

COMMUNICATION ÉVÉNEMENTIELLE DANS L'ESPACE ITALIEN

Type : Contrôle Continu

Crédits ECTS : 6

Responsable : Rie URASOKO

Enseignants : Rie URASOKO, Chieko SHIROTA, Delphine VOMSCHEID

EXPRESSION ÉCRITE CRÉDITS ECTS 2 (18H TD) : Rie URASOKO

Programme

Ce cours a pour objectif de développer les compétences rédactionnelles en japonais académique, notamment en matière de rédaction de rapports. Il vise à maîtriser la structure, les expressions spécifiques et les techniques d'argumentation propres à ce type d'écrit.

ORAL CRÉDITS ECTS 2 (18H TD) : Chieko SHIROTA

Programme

Ce cours destiné aux étudiants ayant atteint le niveau B2 du Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues (CECRL) se propose d'apprendre à faire une présentation ou un exposé nécessaire pour intégrer le monde professionnel des entreprises ou des organisations académiques japonais.

LANGUE JAPONAISE/COMPRÉHENSION CRÉDITS ECTS 2 (24H TD) : Delphine VOMSCHEID

Programme

Le cours a pour objectif de sensibiliser les étudiants à la précision de la traduction orale, au choix des mots de vocabulaire, et également de les entraîner aux exercices pratiques de l'interprétation à travers des documents sonores tels que les émissions de radio et sur des thèmes variés (politique, culture, problèmes de société, technologie, etc...).

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

EXPRESSION ÉCRITE

Type : Contrôle continu

ORAL

Type : Contrôle continu

LANGUE JAPONAISE/COMPRÉHENSION

Type : Contrôle continu

Crédits ECTS : 6

Responsable : SORAYA LANI SILVA

Enseignants : ILANA HEINEBERG, SILVIA AMORIM, ELISABETH BLANC, SORAYA LANI SILVA

SPÉCIFICITÉS INTERCULTURELLES DANS L'ESPACE LUSOPHONE CRÉDITS ECTS 3 (24H TD) : MME ILANA HEINEBERG/MME SILVIA AMORIM

PROGRAMME :

Ce cours fait suite au cours de Master 1 « Spécificités interculturelles de l'espace lusophone » où il s'agissait, à travers l'étude des stéréotypes, d'aborder les phénomènes de contact et d'hybridisme culturel tout en étudiant les grands mouvements migratoires dans l'espace lusophone. Ce semestre, l'accent sera mis sur la gestion des différences culturelles au sein de l'entreprise et dans le cadre de la négociation interculturelle.

BIBLIOGRAPHIE :

-AGUIAR, Cristina, NHOUYVANISVONG, Khamliène, *Guide pratique de la négociation internationale*, Paris, L'Harmattan, 2010.

-AGUIAR BARRETO, Marco Aurélio, *Globalização e Mercado de Trabalho. Um Estudo sobre a Situação dos Brasileiros em Portugal*, Coimbra, Almedina, 2008.

-AMARAL, Isabel, *Imagem e Internacionalização. Como ter Êxito no Mercado de Trabalho*, Lisboa, Verbo, 2000.

-CEHELLA, Cristiano, *A Globalização e a Internacionalização das Empresas Brasileiras em Portugal*, Cascais, Princípa Editora, 2011.

-CIMBALISTA, Silmara. « Cultura da empresa: a sua influência no cotidiano do trabalho e na vida dos trabalhadores do setor automóvel brasileiro e português », e-cadernos ces [Online], 08 | 2010, colocado online no dia 01 Junho 2010, consultado a 16 Julho 2015. URL: <http://eces.revues.org/507> ; DOI : 10.4000/eces.507.

-CHU, Rebeca Alves, & WOOD JR., Thomaz. (2008). Cultura organizacional brasileira pós-globalização: global ou local?. *Revista de Administração Pública*, 42(5), 969-991. Retrieved September 09, 2015, from [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-76122008000500008](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-76122008000500008&lng=en&tlng=pt) &lng=en&tlng=pt. 10.1590/S0034-76122008000500008.

-HELSTELA, Hana Maria. « Going global, aprendizagem intercultural como desafio empresarial », in Boog, Gustavo et Boog, Magdalena. *Manual de Treinamento e Desenvolvimento - Processos e Operações da ABTD*, Rio de Janeiro, Pearson, 2014. [disponible en ligne]

-MOURA, Cláudia Peixoto de. et Ferrari, Maria Aparecida (org). *Comunicação, interculturalidade e organizações : faces e dimensões da contemporaneidade*, Porto Alegre, PUCRS, 2015. [disponible en ligne]

-PEDROSO, José Pedro Penteado, MASSUKADO-NAKATANI, Márcia et MUSSI, Fabrício Baron. “A relação entre o jeitinho brasileiro e o perfil empreendedor: possíveis interfaces no contexto da atividade empreendedora no Brasil”, RAM – Revista de Administração Macenzie, V. 10, N. 4, São Paulo, Jul/Ago 2009, p. 100-130.

-QUELHAS BRITO, Pedro, ALVES, José Augusto, SILVA, Libório Manuel (coord.), *Experiências de Internacionalização. A Globalização das Empresas Portuguesas*, V.N. Famalicão, Centro Atlântico, 2002.

-SILVA, Marco Antonio Oliveira Monteiro da, CORREIA, Manuela Faia, SCHOLTEN, Marc, & GOMES, Luiz Flavio Autran Monteiro. (2008). Cultura nacional e orientação empreendedora: Um estudo comparativo entre Brasil e Portugal. *Comportamento Organizacional e Gestão*, 14(1), 65-84. Recuperado em 09 de setembro de 2015, de http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0872-96622008000100005&lng=pt&tlng=pt.

LANGUE PORTUGAISE EN SITUATION CREDITS ECTS 3 (24H TD) VIVIANE DIAS

Ce cours permettra aux étudiants de travailler de façon intensive la communication orale dans le monde des affaires, notamment en situation d’interculturalité. Il s’agira en particulier de s’entraîner à l’épreuve de l’entretien devant des professionnels et à la conduite de négociations ou de conversations plus ou moins formelles (déjeuner d'affaires, convivialité avec des collègues de travail, prise de contact avec des clients ou des confrères...).

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

SPÉCIFICITÉS INTERCULTURELLES DANS L’ESPACE LUSOPHONE

Type : Contrôle continu

LANGUE PORTUGAISE EN SITUATION

Type : Contrôle continu

3MMKY21	AIRE CULTURELLE RUSSE	Semestre 3
----------------	------------------------------	-------------------

Crédits ECTS : 6

Responsable : Olga Bronnikova

Enseignants : OLGA BRONNIKOVA, DIDIER DUPUY

CONFLITS ET SOCIÉTÉS POST-SOVIETIQUE CRÉDITS ECTS 3 (24H TD) : OLGA BRONNIKOVA

Étude des enjeux actuels dans les relations entre les pays de l'espace post-soviétique à travers l'analyse des textes journalistiques et scientifiques, ainsi que des documents audio-visuels.

BIBLIOGRAPHIE :

sera communiqué par l'enseignant en cours

LANGUE RUSSE DU MONDE SOCIO-ÉCONOMIQUE CRÉDITS ECTS 3 (24H TD) : DIDIER DUPUY

PROGRAMME

Entraînement à la lecture, à la traduction, à l'analyse et à la synthèse de textes (en français et en russe) abordant les différents aspects de la vie économique de la Russie contemporaine (aspects juridiques et institutionnels, politique économique de l'Etat, vie des entreprises russes, investissements français en Russie)

COMPETENCES VISEES :

- Savoir traduire les textes spécialisés,
- Savoir rédiger un rapport et/ou une note de synthèse en russe,
- Être capable de mener les négociations avec des partenaires russes.

BIBLIOGRAPHIE :

BOUVIER-VASHCHENKO Alla, *Manuel de russe commercial*, Paris : Ellipses, 2015.

COSSON Yves-Marie, KARNYCHEFF André, SELAUDOUX Marie-José, TUJA Noëlle, VANEL Valentina, *Le russe économique et commercial*, Paris : Pocket, coll. « Langues pour tous », 1996.

DUPUY Didier et UKHOVA Polina, *Cahier de grammaire pratique du russe B1–B2*, Paris : Ellipses, 2020.

GIRAUD Robert, *Dictionnaire français-russe et russe-français de l'homme d'affaires*, Moscou : Russo, 2002.

IVANOVA G., *Dictionnaire français-russe des affaires*, Paris : Editions Librairie du Globe, 2001.

KARNYCHEFF André, TUJA Noëlle, SELADOUX Marie-José, *Lexique du russe des affaires*, Paris : Ellipses, 2002.

SERGIENKO-SOLER Vladislava, *Chitayem Gazéty – Toutes les clés pour lire et traduire la presse russe : A2–B1–B2*, Paris : Ellipses, 2024.

SHCHERBA L.-V. (Lev Vladimirovič), *Grand dictionnaire russe-français : 200 000 mots et expressions* (8^e éd. revue et augmentée), Paris : Librairie du Globe, 2014.

TRANNOY Lylia, VOITELEVA Natalia, *Le russe du commerce et des affaires : leçons, exercices avec corrigés, annales, abréviations*, Paris : Ed. Librairie du Globe, 1995.

VOSKRESENSKAÏA I., *Dictionnaire russe-français du commerce et des affaires*, Paris : Editions Librairie du Globe, 2001.

La lecture régulière de la presse de langue russe est indispensable : *Ekspert, Kommersant, etc...*

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

SESSION UNIQUE

REGIME GENERAL

LANGUE RUSSE DU MONDE SOCIO-ÉCONOMIQUE

Type : Contrôle continu

Contenu : traduction et/ou synthèse, exposé

CONFLITS ET SOCIÉTÉS POSTS-SOVIÉTIQUES

Type : Contrôle continu

Contenu : Questions sur le programme et/ou rédaction et présentation d'un dossier

Crédits ECTS : 6

Responsable : Okyang Chae-Duporge

Enseignants : Okyang Chae-Duporge, Suk-Hee Joo

CULTURE CORÉENNE CRÉDITS ECTS 3 (24H TD) : Okyang Chae-Duporge**PROGRAMME**

Ce cours a pour objectif de concevoir un programme touristique à destination des visiteurs coréens désireux de découvrir Bordeaux. Si Bordeaux est largement reconnue en Corée comme une région viticole, son riche patrimoine culturel demeure encore peu connu. Le projet proposé vise donc à créer un itinéraire touristique complet, associant la beauté de la ville, son héritage culturel et ses domaines viticoles, afin de répondre aux attentes spécifiques des touristes coréens tout en proposant un programme réaliste et applicable dans un avenir proche. Les étudiants seront amenés à concevoir un projet cohérent, croisant culture, vin et tourisme, en mobilisant les compétences acquises tout au long de leur formation. À chaque séance, ils seront invités à présenter brièvement, en coréen, l'état d'avancement de leur projet. Ce dernier donnera lieu à une présentation finale, également en coréen, qui devra être claire, structurée et adaptée au public cible.

SOCIÉTÉ CORÉENNE CRÉDITS ECTS 3 (24H TD) : Suk-Hee Joo**PROGRAMME**

Dans la continuité de la première année, ce cours a pour objectif de parfaire la maîtrise de la langue coréenne appliquée à l'étude et à la compréhension de grands enjeux de la société sud-coréenne d'aujourd'hui. Nous aborderons ces questions dans un premier temps sous l'angle des évolutions actuelles des modes de sociabilité qui traversent les différentes composantes de la société ; puis nous nous concentrerons plus spécifiquement sur les pratiques propres à la culture d'entreprise. Il s'agira systématiquement de travailler à partir de documents textuels ou audiovisuels illustrant différentes formes de discours médiatiques, en mettant l'accent sur le renforcement des compétences de compréhension et d'expression orale pour habituer les étudiants à mettre en pratique leurs capacités d'analyse et d'argumentation dans un cadre professionnel.

BIBLIOGRAPHIE

communiquée par l'enseignant en cours

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES**REGIME GENERAL****CULTURE CORÉENNE**

Type : Contrôle continu

SOCIÉTÉ CORÉENNE

Type : Contrôle continu

3MMMUI3/ 3MMVU3/ 3MMPU3	INTERCULTURALITE ET COMMUNICATION	Semestre 3
--	--	-----------------------

Crédits ECTS : 6

Responsable : CARMELA MALTONE-BONNENFANT

Enseignants : PATRICIA SIBELLA, DOSIP

**MANAGEMENT INTERCULTUREL CRÉDITS ECTS 4 (4H CM/16H TD) :
PATRICIA SIBELLA**

1 GROUPE POUR CHAQUE SPECIALISATION

PROGRAMME

The approach to intercultural management will be adapted to each specialization path.

Objectifs

To provide both theoretical foundations and practical insights into the following areas:

- The principles of intercultural management and communication, including the key factors that shape and influence them
- The acquisition and application of knowledge related to diverse cultural frameworks and worldviews
- The dynamics of intercultural interactions within international and multicultural contexts
- The development of intercultural communicative competence to enhance effective cross-cultural engagement
- The ability to recognize and evaluate situations in which successful negotiation is possible and advantageous
- The selection and implementation of appropriate negotiation strategies and tactics based on contextual analysis

Compétences visées

- To demonstrate the ability to identify and articulate key theoretical concepts and principles associated with intercultural management.
- To develop a comprehensive understanding of the concept of culture, recognize cultural differences, and analyze the impact of culture on both verbal and non-verbal communication within a business context.
- To critically evaluate and reflect upon intercultural management theories, principles, and behaviors in diverse organizational settings.

Bibliographie

Provided during the course

COMMUNICATION INTERPERSONNELLE (12H TD) : Sarah Lequette

1 groupe ÉVÉNEMENTIEL, 1 groupe commun Vin et coopération internationale et transfrontalière

PROGRAMME

Partie 1 - Les mécanismes de la communication

I- Les différents types de communication (numérique...)

II- La communication interpersonnelle

III- Les formes de communication : verbale, para verbale, non verbale

IV- Les biais dans la communication

V - La juste distance sociale

Partie 2 - Un voyage à la découverte de soi, des autres et du monde

I- Apprendre à se connaître (soft skills, mad skills, hard skills)

II- Les différents types de personnalité

III- Les outils de connaissance de soi

Partie 3 - Les fonctionnements individuels et collectifs

I - Les différents niveaux d'écoute

II- Prendre en compte le contexte socioculturel

III- L'entretien semi-directif

IV- Techniques journalistiques : l'interview / la modération d'événements / l'animation

Partie 4 - Maîtriser l'art de parler en public

I - Décrypter le langage corporel (non verbal)

II- La voix (para verbal)

III- Le choix conscients des mots (verbal)

IV- La place du silence

V- Le storytelling : prise en compte de l'histoire personnelle

VI- Techniques

Partie 5 - L'intelligence émotionnelle

I- Identifier les différents types d'émotions

II- La communication non violente (CNV)

III- Apprendre à partager de l'émotion

IV- Empathie & Leadership

Objectifs pédagogiques généraux

- Se connaître soi-même pour développer une posture adaptée et consciente en milieu professionnel
- Comprendre et maîtriser les mécanismes de la communication interpersonnelle dans leurs dimensions verbales, non verbales et para verbales

- Développer une intelligence émotionnelle favorisant l'écoute, l'empathie et la régulation des échanges
- Adapter sa communication aux contextes socioculturels et aux profils d'interlocuteurs divers
- Acquérir des compétences oratoires pour parler en public et s'exprimer avec impact et clarté en situation publique

Objectifs spécifiques par partie

Partie 1 – Mécanismes de la communication

- Identifier les types et formes de communication
- Décrypter les biais et ajuster la distance relationnelle

Partie 2 – Découverte de soi et des autres

- Repérer et valoriser ses soft, mad et hard skills
- Comprendre les typologies de personnalité
- Utiliser des outils de connaissance de soi pour améliorer les interactions

Partie 3 – Fonctionnements individuels et collectifs

- Différencier les niveaux d'écoute et les adapter selon le contexte
- Mener un entretien semi-directif avec précision
- Pratiquer des techniques journalistiques applicables à l'animation d'évènements professionnels ou au management

Partie 4 – Maîtriser l'art de parler en public

- Analyser les composantes du langage verbal, non verbal et para verbal
- Exploiter le silence et le storytelling comme leviers de communication
- Renforcer sa confiance et sa présence oratoire

Partie 5 – Intelligence émotionnelle

- Reconnaître et nommer les émotions
- Intégrer la communication non violente dans les échanges
- Exercer l'empathie dans une logique de leadership collaboratif

Compétences visées

Catégories	Compétences clés
------------	------------------

Savoir-être	Identifier son style relationnel & adopter une posture assertive
Interculturel	Adapter sa communication à des contextes socioculturels variés
Communication professionnelle	S'exprimer avec impact à l'oral et à l'écrit, conduire des entretiens
Intelligence émotionnelle	Reconnaître, exprimer et réguler ses émotions dans les interactions

Méthodologie

- Cours magistraux pour les apports théoriques
- Travaux dirigés : simulations/expérimentations, études de cas, jeux de rôle, scénarios interactifs
- Supports : articles scientifiques, vidéos thématiques, podcasts, documents professionnels

Modalités d'évaluation

Mise en situation concrète / cas pratique en groupe

Bibliographie indicative

Mécanismes de la communication

- Joseph DeVito – La communication interpersonnelle
- Paul Watzlawick et l'école de Palo Alto – Une logique de la communication

Communication interculturelle

- Edward T. Hall – La dimension cachée
- Geert Hofstede – Cultures and Organizations: Software of the Mind

Connaissance de soi & types de personnalité

- Daniel Goleman – L'intelligence émotionnelle
- Isabel Briggs Myers – Introduction au MBTI
→ Pratique pour explorer les types de personnalité

Expression orale & prise de parole en public

- Cyril Delhay – L'art oratoire

- Nancy Duarte – Resonate
- Docteur Edith Perreaut-Pierre - les Techniques d'Optimisation du Potentiel (TOP)
Intelligence émotionnelle & CNV
- Marshall Rosenberg – Les mots sont des fenêtres (ou des murs)
- Daniel Goleman – L'intelligence émotionnelle

SENSIBILISATION À L'ENTREPRENEURIAT CRÉDITS ECTS 1 (6H TD) : Maité Bouchaut (DOSIP)

1 GROUPE POUR CHAQUE SPECIALISATION

PROGRAMME

- Faire émerger une idée de projet, de création d'activité, en petit groupe. Définir clairement la proposition de valeur unique qu'elle représente.
- Commencer à cerner son environnement, son marché (caractéristiques, taille, cible, concurrence ...)
- Identifier son profil entrepreneur, son projet professionnel et personnel
 - Analyser pour chaque étape les contraintes, les points forts, et axes d'amélioration.
- Introduction au plan de financement du projet (besoins, ressources, sources de financement)
 - Evaluer globalement son idée, établir un plan d'action

Objectif

Initier les étudiants à l'entrepreneuriat, à la posture entrepreneuriale.

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

MANAGEMENT INTERCULTUREL

Type : Contrôle continu

Contenu : Présentation - Organisation d'événements interculturels en lien avec chaque parcours - Rapport/dossier sans soutenance

COMMUNICATION INTERPERSONNELLE

Type : Contrôle continu

SENSIBILISATION À L'ENTREPRENEURIAT

TYPE : Contrôle terminal

Contenu : Rapport/Dossier sans soutenance

3MMMU4	MONTAGE ET PROMOTION DE PROJETS EVENEMENTIELS	Semestre 3
---------------	--	-------------------

Crédits ECTS : 6

Responsable : CARMELA MALTONE-BONNENFANT

Intervenants : CLOTILDE CHAUVEAU, QUITTERIE DE GALARD

MARKETING EVENEMENTIEL CRÉDITS ECTS 3 (18H TD) : CLOTILDE CHAUVEAU

PROGRAMME

Communication visuelle et stratégies appliquées à l'événementiel. Mise en place d'un projet ou commande

ORGANISATION ÉVÉNEMENTS D'AFFAIRES CRÉDITS ECTS 2 (14H TD) : CLOTILDE CHAUVEAU

EN CONTINUITE DU PROGRAMME DE M1

A- La conception d'événements - Dossier de présentation commercial d'un événement

B- Le chiffrage d'événements – Budget correspondant

SPONSORING ET MÉCÉNAT CRÉDIT ECTS 1 (12H TD) : QUITTERIE DE GALARD

PROGRAMME

Le sponsoring et le mécénat se présentent comme des outils ou techniques de communication agissant sur la construction de l'image de l'entreprise. Intégrer le sponsoring et le mécénat dans la stratégie de communication globale de l'entreprise est un enjeu majeur.

Des objectifs différents : le sponsoring ou parrainage a un impact à court terme et répond à une stratégie de valorisation commerciale de la marque, d'un produit, d'un service. Le mécénat a un impact à plus long terme, il permet à une entreprise de soutenir une cause d'intérêt général sous différente forme et d'enrichir son identité vis-à-vis de l'opinion publique.

Les initiatives privées prennent le relais des pouvoirs publics pour apporter un soutien à certaines grandes causes d'intérêt général.

THÉMATIQUE

1/Le sponsoring ou parrainage des entreprises

Les domaines d'application du sponsoring (sport, culture, scientifique, éducatif, causes sociales, etc.) ; Les techniques et méthodes d'exploitation (relation presse, relations publiques, publicité média et réseaux sociaux).

2/Le mécénat des entreprises :

Les objectifs, les différentes formes de mécénat, la mise en œuvre d'une politique de mécénat, les principaux domaines, la convention de mécénat. Les modèles de mécénat dans les pays anglo-saxon, au Japon et en Chine : Regards sur l'étranger : une démarche citoyenne généreuse affirmée et médiatisée.

MÉTHODOLOGIE

Cours magistraux et TD/ Répartition des étudiants par groupe de thèmes à aborder (Groupe de 4 à 5 étudiants) et réalisation d'un dossier.

A partir de textes sur différentes thématiques du mécénat et du sponsoring, vous devrez extraire une problématique et élaborer un dossier qui s'appuiera sur des exemples français, européens ou internationaux.

BIBLIOGRAPHIE

Admical / (www.admical.org) association qui diffuse la pratique du mécénat d'entreprise, rassemble et représente tous les acteurs du mécénat.

Centre d'étude et de recherche sur la philanthropie (www.cerphi.org)

Fundraisers : association qui fédère les professionnels du fundraising de tous les secteurs de l'intérêt général (www.fundraisers.fr)

Mécénova / site d'IMS Entreprendre pour la cité (www.mecenova.org)

L'argent de l'influence- Les fondations américaines et leurs réseaux européens Ludovic Tournes, Ed. Autrement, 2010

Fundraising-Stratégie pour la recherche et l'enseignement, Nathalie Levallois-Midière, Marie-Stéphanie Maradeix-Eyrolle, Ed. Eyrolles, 2010

L'année de l'économie sociale et solidaire-Une alternative à redécouvrir en temps de crise, Jean-François Draperi, Ed. Dunod, 2010

Quand les ombres s'allongent-Petit traité de sagesse et d'impatience à l'usage des générations montantes, Jacques Rigaud, Ed de Fallois, 2010

Le nouvel âge des musées (2^{ième} édition), Jean-Michel Tobelem, Ed. Armand Colin 2010

La culture au risque du marché : Le mécénat face au développement durable, Alice Simon et Marianne Eshet-Editions Gallimard-2009

Communicator-Toute la communication d'entreprise, Marie-Hélène Westphalen, Thierry Libaert, Ed. Dunod, 2009

La nouvelle philanthropie réinvente-t-elle un capitalisme solidaire ? Virginie Seghers, Ed Autrement, 2009

Marketing et communication des associations, Karine Gallopel-Morvan, Pierre Birambeau, Sophie Le Mécénat, François Debiesse, Ed PUF, collection Que sais-je ? 2007

Parrainage, mécénat et fondations d'entreprise, Philippe Morel, Ed. Vuibert, 2007

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

MARKETING EVENEMENTIEL

Type : Contrôle terminal

Contenu : Rapport/dossier sans soutenance

ORGANISATION D'ÉVÉNEMENTS D'AFFAIRES

Type : Contrôle terminal

Contenu : Rapport/dossier sans soutenance

SPONSORING ET MÉCÉNAT

Type : Contrôle terminal

Contenu : Rapport/dossier sans soutenance

3MMVU4	OENOTOURISME ET PATRIMOINE VITICOLE	Semestre 3
---------------	--	-------------------

Crédits ECTS : 6

Responsable : CARMELA MALTONE-BONNENFANT

Intervenants : ESTELLE DE PINS, ROMUALD ROSSI

**OENOTOURISME EN FRANCE ET DANS LE MONDE CRÉDITS ECTS 2 (18H TD) :
ESTELLE DE PINS**

PROGRAMME

Comment développer l'œnotourisme d'un domaine viticole ?

- Comment le tourisme est-il structuré en France ?
- Quelle place pour l'œnotourisme sur le marché du tourisme et du vin ?
- Quelle place pour l'œnotourisme pour un territoire ?
- Quelle place de l'œnotourisme pour un vignoble ?
- Comment développer son centre de profit ?
- Cas réel de développement œnotouristique avec un vignoble

Évaluation

Remise d'une feuille de route à un domaine viticole d'une feuille de route de développement œnotouristique

Objectifs

Comprendre les enjeux de l'œnotourisme pour un vignoble viticole

Compétences

Stratégie d'entreprise, Marketing, Audit interne, Communication digitale, commercialisation

Bibliographie

Tourisme et vin « Réussir sa mise en marché (Atout France), Œnotourisme Mettez en valeur votre exploitation viticole (Castaing), L'œnotourisme en France (Sophie Lignon-Darmaillac)

**PATRIMOINE VITICOLE ET OENOTOURISME CRÉDITS ECTS 3 (20H TD) :
ROMUALD ROSSI**

PROGRAMME

Approche résolument géographique et historique permettant une identification des territoires du vin dans le monde avec des clefs de lecture, ainsi que leur mise en tourisme

Plan général :

- I/ vins et vignobles dans le monde
- II/ les paysages viticoles comme patrimoine
- III/ l'œnotourisme dans tous ses états.

Sortie 1 : Grand domaine viti-vinicole en Pessac Léognan

OBJECTIFS

Identification des territoires du vin dans le monde ainsi que leur mise en tourisme. Capacité de synthèse de l'information géographique et historique

BIBLIOGRAPHIE

Reckinger Rachel (2012), *Parler vin. Entre normes et appropriations*, éd. IEHCA, PUFR, PUR.
Dion Roger, 2012 (1959), *Histoire de la vigne et du vin en France*, Paris, CNRS
Lignon Darmaillac Sophie (2009), *l'œnotourisme en France*, Bordeaux, Edition Féret
Legouy François, Boulanger Sylvaine (2015), *Atlas de la vigne et du vin*, Armand Colin

SYMBOLIQUE DU VIN DANS LES CULTURES CRÉDITS ECTS 1 (12H TD) : ROMUALD ROSSI

PROGRAMME

De la transcendance à la médiation aux fondements de la place unique que tiennent la vigne et le vin dans le monde, la dimension culturelle voire civilisationnelle parfois qui la constituent. Quelle matérialité ? Quelle immatérialité ? Quelle(s) représentation(s) nous en est-il donné ? Une exploration par des sources multiples de pensées et de pratiques liées à l'objet vin.

Plan général :

- I/ La transcendance : vin, religion et philosophie
- II/ Le Goût du vin : nourrir, soigner, fêter, s'enivrer...
- III/ Voir et dire le vin : de la littérature au musée.

Sortie 2 : Domaine viticole en biodynamie pour une approche différente du monde du vin

VINS ET CULTURES

Comprendre le monde et l'univers des représentations du vin.

Compétences visées :

Avoir une approche anthropologique, critique et distanciée de l'objet de vin. Développer ses capacités d'analyse et de synthèse.

BIBLIOGRAPHIE

Schirmer Raphaël (2018), *Vignes et vins, paysages et civilisations millénaires*, Glénat

SESSION UNIQUE

REGIME GENERAL

OENOTOURISME EN FRANCE ET DANS LE MONDE

Type : Contrôle terminal

Contenu : Rapport/dossier sans soutenance

PATRIMOINE VITICOLE ET OENOTOURISME

Type : Contrôle terminal

Contenu : Rapport/dossier sans soutenance **DOSSIER DOCUMENTÉ ET PROBLÉMATISÉ DE 10 PAGES (REMISE AU 26 DÉCEMBRE 2022)**

SYMBOLIQUE DU VIN DANS LES CULTURES

Type : Contrôle terminal

Contenu : Soutenance 5'-**10'** en cours (**AVEC DEUX QUESTIONS**)

3MMPU4	MONTAGE PROJETS UNIVERSITAIRES ET INTERNATIONAUX	Semestre 3
---------------	---	-------------------

Crédits ECTS : 6

Responsable : CARMELA MALTONE-BONNENFANT

Intervenants : Ludovic Lareynie, AZCONA LEYRE, Deborah Didio, ELISABETH SILVA

MONTAGE DE PROJETS TRANSFRONTALIERS INTRA OU EXTRA UE CRÉDITS ECTS 2 (22H TD) : Ludovic Lareynie /AZCONA LEYRE

- ✓ Politiques et dispositifs de la coopération transfrontalière, transnationale et interrégionale de l'UE. **Ludovic Lareynie**

Programme

Introduction : Politique régionale et dispositifs de la coopération territoriale au sein de la politique de cohésion de l'UE.

1 Les 3 volets de la coopération territoriale de l'UE

- La coopération transfrontalière.
- La coopération transnationale.
- La coopération interrégionale.

2- La coopération de voisinage avec les pays tiers voisins de l'UE

3- Le cadre juridique de la coopération territoriale de l'UE

4- Groupement Européen de Coopération Territoriale-GECT

5- Trois thématiques à travailler par les étudiants :

A titre d'exemple ci-dessous les thématiques de 2023

- Les disparités économiques, sociales et territoriales de l'UE, et en particulier transfrontalières et transnationales.
- Régimes institutionnels, contraintes administratives, pouvoir local
- évaluation des programmes de coopération.

Modalités d'évaluation :

Dissertation sur l'une des thématiques ou l'étude d'un cas ou montage d'un projet organisé en groupe.

LA COOPÉRATION TRANSFRONTALIÈRE AZCONA LEYRE

Programme

Actions de coopération développées par l'Eurorégion Nouvelle-Aquitaine Euskadi Navarre

- La stratégie euro régionale 2020-2026
- Les instruments financiers au service de la coopération euro régionale
- La conduite de projets transfrontaliers : projets ESKOLA FUTURA et EMPLEO

Organisation des enseignements : études de cas
Compétences visées : montage des projets transfrontaliers

MONTAGE PROJETS INTERNATIONAUX UNIVERSITAIRES CRÉDITS ECTS 3 (16H TD) : Deborah Didio

Programme

La coopération internationale dans l'ESR : les cadres de référence (European Education Area, Choose France), l'alignement entre stratégie d'établissement et priorités nationales/européennes. Etude de cas : la stratégie internationale de deux universités françaises.

La synergie des sources de financement : cartographie des sources internationales, européennes, nationales, régionales, internes aux établissements. Etude de cas : l'approche intégrée appliquée au montage de projets et au développement international. Une attention particulière sera portée à la qualité de l'accompagnement et du suivi des projets de coopération internationale via l'élaboration et l'utilisation d'outils de gestion de projets.

La stratégie de coopération d'une université avec un pays : reconstitution historique d'une collaboration universitaire (ex : France-Japon, France-Colombie, France-Madagascar) ; analyse de la coopération (projets communs, formations délocalisées, échanges universitaires, co-publications, co-tutelles de thèse, etc...) ; contributions et impacts sur la stratégie internationale de l'établissement.

L'évaluation sera en contrôle continu en groupe et en individuel (QCM, projets et outils à élaborer, pitch).

OBJECTIFS

Dans la continuité des concepts vus précédemment (M1 Semestre 2), le contenu du cours présent et les travaux conduits visent à fournir les outils pour comprendre, concevoir et gérer des projets de coopération internationale dans le contexte de l'enseignement supérieur et de la recherche, en mettant en synergie les différentes échelles stratégiques (institutionnelle, nationale, européenne et internationale) et les sources de financement.

COMPETENCES VISÉES

Le cours permettra d'apprendre à articuler la stratégie d'une université avec des objectifs de coopération ciblés, en s'appuyant sur des cas concrets de partenariats, d'historiques de collaboration, et sur les mécanismes de financement disponibles, et ce en passant par l'analyse et la conception de projets, notamment en termes d'outils (gestion et planification des activités, suivi du budget, évaluation, dissémination et plan de communication, etc...).

SITOGRAFIE :

[HTTPS://EUR-LEX.EUROPA.EU/LEGAL-CONTENT/EN/TXT/?URI=CELEX%3A52020DC0625](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/text/?uri=CELEX%3A52020DC0625)

[HTTPS://EDUCATION.EC.EUROPA.EU/RESOURCES-AND-TOOLS/DOCUMENTS](https://education.ec.europa.eu/resources-and-tools/documents)

[HTTPS://EDUCATION.EC.EUROPA.EU/](https://education.ec.europa.eu/)

[HTTPS://WWW.CAMPUSFRANCE.ORG/FR/BIENVENUE-EN-FRANCE](https://www.campusfrance.org/fr/bienvenue-en-france)

[HTTPS://WWW.DIPLOMATIE.GOUV.FR/FR/POLITIQUE-ETRANGERE-DE-LA-FRANCE/DIPLOMATIE-SCIENTIFIQUE-ET-UNIVERSITAIRE/](https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/diplomatie-scientifique-et-universitaire/)

[HTTPS://WWW.CCOMPTES.FR/FR/PUBLICATIONS/UNE-EVALUATION-DE-LATTRACTIVITE-DE-LENSEIGNEMENT-SUPERIEUR-FRANCAIS-POUR-LES-ETUDIANTS](https://www.ccomptes.fr/fr/publications/une-evaluation-de-lattractivite-de-lenseignement-superieur-francais-pour-les-etudiants)

<https://www.horizon-europe.gouv.fr>

<https://agence.erasmusplus.fr/2025/06/25/zoom-sur-les-strategies-internationales-developpees-par-lenseignement-superieur-francais-grace-a-erasmus/>

MONTAGE PROJETS DE MOBILITÉ INTERNATIONALE (ERASMUS+) CRÉDITS ECTS 1 (12H TD) : ELISABETH SILVA

PROGRAMME

- Identifier le bon programme européen
- Animer un réseau de partenaires internationaux à distance
- Concevoir et suivre un plan d'évaluation
- Concevoir et suivre un plan de Communication et de dissémination

3MMMU5/ 3MMVU5/ 3MMPU5	SEMINAIRES ET METHODOLOGIE	Semestre 3
---------------------------------------	-----------------------------------	-----------------------

Crédits ECTS : 6

Responsable : CARMELA MALTONE- BONNENFANT

Intervenants : CARMELA MALTONE-BONNENFANT, SCD

SÉMINAIRE RECHERCHE/ACTION CREDITS ECTS 3 (8H TD) : CARMELA MALTONE

Programme Parcours vin

- Le vin. Quand les femmes s'en mêlent par Carmela Maltone/ Maylis Santa Cruz.
- Comment on boit à table selon les cultures et le genre, usages, images, représentations, rituels liés à l'art de boire du vin à table en France et à l'étranger (table ronde)
- Atelier de dégustation, Ecole du Vin, Bordeaux

Programme Parcours transfrontalier

La francophonie, outil de coopération, par Gabriel Hilal et Carmela Maltone (24 octobre 2025) (3h)

La dimension transfrontalière dans le sport, par Carlos Alves (2h)

Programme Parcours événementiel

Atelier théâtre du monde

DOCUMENTATION CREDITS ECTS 1 (6H TD) : Nathalie Champagnol (SCD)

Programme

Le cours portera essentiellement sur plusieurs aspects :

- Formation à l'IA (6h) :
- Trouver les articles scientifiques en français et en version originale - Distinguer les articles de presse et les articles scientifiques
- Savoir rechercher l'information, le document nécessaire pour un travail universitaire dans l'ensemble des ressources numériques mis à disposition gratuitement - Valider l'information
- Être autonome pour produire et communiquer ses travaux (et sur des travaux) de recherche
- Les moteurs de recherche à vocation universitaire
- Gestion et référence des outils bibliographiques (Zotero).

MÉTHODOLOGIE -SUIVI STAGE- RAPPORT- MÉMOIRES CRÉDITS ECTS 2 (8H TD) : CARMELA MALTONE/PATRICIA SIBELLA

Programme consignes stage

Consignes sur la recherche de stage, définition des missions, rédaction fiche navette, plateforme essor, rédaction convention, droits et obligations stagiaire, règles sur le suivi du stage.

Programme consignes rédaction rapport-mémoire

Forme du rapport, contenu, thématiques, sources.

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

SÉMINAIRE RECHERCHE/ACTION

Type : Contrôle continu

DOCUMENTATION

Type : Contrôle continu

Contenu : évaluation en ligne

MÉTHODOLOGIE -SUIVI STAGE- RAPPORT- MÉMOIRE

Type : Contrôle continu

Contenu : évaluation fiche navette

4MMMUI1/ 4MMVUI1/ 4MMPUI1	STAGE/RAPPORT MÉMOIRE	Semestre 4
--	------------------------------	-----------------------

Crédits ECTS : 30

Responsable : CARMELA MALTONE-BONNENFANT

SUIVI DE STAGE : **PATRICIA SIBELLA**

PROGRAMME

Stage en entreprise de 6 mois

- Suivi de Stage Patricia Sibella (4h, distanciel)
- Rédaction et soutenance orale du rapport-mémoire de stage

STAGE

Les stages en entreprise, de préférence à l'étranger, doivent être en relation à l'option choisie

Les VIE (volontariat International en Entreprise) sont acceptés, sous condition de présenter un rapport dans les délais prescrits, tout en prolongeant le stage selon la durée initialement prévue par le VIE.

Les démarches relatives à la recherche de stage ainsi que les consignes relatives à la rédaction du rapport de stage seront présentées lors de réunions d'information auxquelles vous devrez assister impérativement. Les étudiants recevront la procédure à suivre pour réaliser la demande de convention de stage par mail (sur l'adresse mail étudiante).

SOUTENANCE DU RAPPORT-MÉMOIRE DE STAGE

- Date limite de remise du rapport-mémoire :

Si le stage se finit au 30 Juin, le mémoire version numérique doit être remis au plus tard le 31 Juillet de l'année en cours.

Si le stage se termine en Juillet-Août, le mémoire version numérique doit être remis entre le 23 et le 31 août de l'année en cours

Le diaporama de présentation devra être remis numériquement.

Les différentes adresses de remise vous seront communiquées par mail.

Un exemplaire papier sera remis au jury le jour de la soutenance.

Soutenance

La soutenance a lieu la 2^{ème} semaine de septembre de l'année universitaire.

La soutenance s'effectue en deux étapes devant un jury composé d'enseignants et de personnalités extérieures

- Première étape : diaporama d'une dizaine de minutes, en complément du rapport et invitant à la discussion avec le jury

- Deuxième étape : réponses aux questions du jury

Présentation physique : La tenue doit être en adéquation avec la solennité de l'événement.

ATTESTATION DE STAGE

Avant de quitter le stage, pensez à demander, en double exemplaire, une attestation de stage précisant les dates de début et de fin, le service de rattachement et éventuellement les principales tâches.

Vous devrez en remettre un exemplaire, en même temps que les rapports, et en conserver l'original sans limite de temps. Il peut en effet vous être demandé par un futur employeur.

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

Epreuve : Oral

Type : Mémoire et soutenance orale

Contenu : soutenance du mémoire

Durée : 30 mn

Attention : la note obtenue à cet oral n'est pas compensable avec la note moyenne obtenue aux matières du semestre 3

SAISIE DE LA CONVENTION DE STAGE

PROCÉDURE

- 1) Rendez-vous sur le site étudiant de l'Université Bordeaux Montaigne.
- 2) Cliquez sur Convention de stage.
- 3) Cliquez sur Saisir Votre convention de stage
- 4) Lire le Règlement des stages et cocher la case
- 5) Cliquez sur Saisir ma convention de stage

Vous allez être redirigé sur la page Internet

<http://essor.u-bordeaux-montaigne.fr>

- 6) Identifier avec vos logins Bordeaux Montaigne : Vous entrez dans votre espace personnel (tableau de bord)
- 7) Vérifier vos données personnelles
- 8) Cliquez sur l'encart Mes conventions de stage puis sur Demande de convention cela générera une fiche navette.
- 9) Pensez à bien indiquer « obligatoire » et « formation initiale » et remplissez les informations demandées.

PS : Dans le champ « Rechercher un organisme d'accueil », tapez le nom de l'organisme hôte de stage, si celui-ci n'existe pas dans la base, un cadre orange apparaît, cliquez dessus pour saisir les informations relatives à l'organisme.

- 10) Une fois les informations saisies, vérifier à nouveau celle-ci et cliquer sur le bouton valider.

Votre responsable de stage recevra alors un mail indiquant que vous avez saisi une demande, il devra se connecter pour vérifier celle-ci et la valider si tout est en ordre, la refuser si les impératifs ne sont pas remplis ou vous demander des précisions.

- 11) Une fois validée par le tuteur, vous serez informé par mail (sur le mail étudiant), on vous demandera de vous connecter à nouveau pour compléter les éléments manquants de la convention de stage.
- 12) Une fois complété et vérifiée, cliquez sur Envoyer celle-ci, je recevrai alors un mail m'indiquant votre saisie
- 13) Je vérifierai que les règles du stage sont respectées (validation refus ou précision).

Pour les signatures, 2 solutions :

*soit vous passez au bureau A119 pour récupérer les exemplaires de la convention et vous chargez de les faire signer à l'entreprise puis retour au bureau.

*soit j'envoie directement la convention de stage à votre tuteur entreprise pour signature (vérifiez bien que l'adresse mail indiquée est la bonne).

Dans ce cas, prenez contact avec ce dernier pour récupérer les exemplaires ou pour qu'il me les fasse parvenir soit par courrier soit par mail.

POUR RAPPEL LES PIECES A FOURNIR A L'ADMINISTRATION

- L'attestation d'assurance responsabilité civile
- Le nom de votre tuteur enseignant
- Prendre contact avec le service RI pour stage à l'étranger

Pour les stages à l'étranger :

Prendre contact avec le service Relations internationales pour les informer de votre départ à l'étranger

- L'attestation de droits de sécurité sociale
- Un certificat de scolarité
- Une fiche de demande de Maintien AT/MP (voir UFR)
- Déclarer votre départ au plus tôt à votre centre de sécurité sociale
- Récupérer textes de la législation en vigueur concernant les stages dans le pays d'accueil