



Année universitaire 2024/2025

Syllabus

Master LEA /LAI Langues, Affaires, Interculturalité spécialisations : Événementiel/Economie du Vin-Œnotourisme/ Transfrontalier-Coopération

UNITE DE FORMATION ET DE RECHERCHE DE LANGUES ET CIVILISATIONS

Responsable du Master

Carmela MALTONE, Maîtresse de conférences

Responsable du 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 2024-2025

	Formations avec contrôle terminal	Formations avec contrôle continu intégral
Journées de rentrée - Accueil Licence 1ère année	du lundi 02 au vendredi 06 septembre 2024	idem
Début des enseignements du 1er semestre (S1) * sauf cas particuliers (ex: Arts... consultez votre UFR)	Cours magistraux et Travaux dirigés : le lundi 09 septembre 2024	idem
Interruption des cours pour les filières non professionnelles (Automne)	Du samedi 26 octobre au soir au lundi 04 novembre 2024 au matin	idem
Interruption des cours (Noël)	Du vendredi 20 décembre 2024 à midi au lundi 06 janvier 2025 au matin	idem
Fin des enseignements du 1er semestre sauf pour les filières professionnelles	Vendredi 20 décembre 2024 à midi	Vendredi 10 janvier 2025 au soir
Examens de 1er semestre (1ère session)	Du lundi 06 au samedi 11 janvier 2025 inclus (+ 18 et 19 décembre 2024 pour le DAEU) Consultez le calendrier des examens	Contrôle continu intégral, pas de période d'examens.
Début des enseignements du 2nd semestre (S2)	Cours magistraux et travaux dirigés : lundi 13 janvier 2025	idem
Interruption des cours pour les filières non professionnelles (Hiver)	Du samedi 1er mars au soir au lundi 10 mars 2025 au matin	idem
Interruption des cours pour les filières non professionnelles (Printemps)	Du samedi 26 avril au soir au lundi 05 mai 2025 au matin	idem
Fin des enseignements du 2nd semestre	Samedi 26 avril 2025 au soir	Samedi 24 mai 2025 au soir
Examens de 2nd semestre (1ère session)	Du lundi 05 au jeudi 15 mai 2025 inclus Consultez le calendrier des examens	Contrôle continu intégral, pas de période d'examens.
Examens (2nde session Sem. 1 et Sem. 2)	Du lundi 16 au vendredi 27 juin 2025 inclus (dont le samedi 21 juin 2025) Consultez le calendrier des examens	Contrôle continu intégral, pas de période d'examens.

Périodes de fermeture de l'université

- vendredi 1^{er} novembre 2024 (Toussaint)
- lundi 11 novembre 2024 (Armistice)
- du samedi 21 décembre 2024 au soir au lundi 6 janvier 2025 au matin (Noël)
- lundi 21 avril 2025 (Pâques)
- jeudi 1^{er} mai 2025 (Fête du travail)
- jeudi 08 mai 2025 (Victoire 1945)
- jeudi 29 et vendredi 30 mai 2025 (Ascension)
- lundi 09 juin 2025 (Pentecôte)
- lundi 14 juillet 2025 (Fête Nationale)
- du samedi 26 juillet au soir au lundi 18 août 2025 au matin (période estivale)

Organigramme

Responsable de la formation et des stages

Carmela Maltone-Bonnefant, Maîtresse de conférences
Carmela.Maltone-Bonnefant@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.discala@u-bordeaux-montaigne.fr
accueil-ufr-langues-masters@u-bordeaux-montaigne.fr

Enseignants et intervenants

Aire Culturelle anglophone :

M1, S1-S2

- Joël Richard (parcours Événementiel) **MCF**, UBM
- Lhorine François (Parcours transfrontalier) **MCF**, UBM
- Magalie Fleurot (parcours Vin) **MCF**, UBM
-

M2

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

Aire Culturelle germanique :

- **Tristan Coignard Pr**, UBM
- Tinette Schnatterer
- Alexia Valembois

Aire Culturelle arabe

- **Marie-Hélène Avril MCF**, UBM
- Mehdi Ghouirgate, PR, UBM

Aire Culturelle Chinoise :

- **Baoqing Shao MCF**, UBM
- Maylis Bellocq **MCF**, UBM
- Darotchette-Yue Isabelle
- Ruohauai Lu

Aire Culturelle Hispanique :

- **Jesus Javier Alonso Carballes Pr**, UBM
- Aránzazu SARRIA BUIL **MCF**, UBM
- Marie Lorinquer-Hervé **MCF**, UBM
- Joy Paillocher, PRAG, UBM
- Mélanie Moreau **MCF**, UBM

Aire Culturelle Italienne :

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

Aire Culturelle Japonaise :

- **Jérémy Corral MCF**, UBM,
- Takaaki Shochi, **MCF**, UBM
- Elli Suzuki **MCF**, UBM,
- Guillaume Muller
- Urasoko Rie

Aire culturelle Coréenne

- **Damien Peladan MCF**, UBM,
- Philippe Lopes

Aire Culturelle Lusophone :

- **Soraya Lani Silva MCF**, UBM,
- Ilana Heineberg **MCF**, UBM,
- Silvia Amorim **MCF**, UBM,
- Elizabeth Blanc **MCF**, UBM

Aire Culturelle Russe :

- **Olga Gille-Belova MCF**, UBM,
- Didier Dupuy **MCF**, UBM,
- Daria Kuntsevitch

Tronc commun Intervenants Bordeaux Montaigne :

- **Catherine Pascal, MCF** en communication
- **Machefert**, Pôle documentaire UBM
- **Nathalie Champagnol**, Pôle documentaire UBM
- **Pascal Hauquin**, Responsable Pôle Orientation, Stage, Insertion Professionnelle
- **Annick Monseigne**, MCF Sciences de la communication, IUT, UBM
- **Pascale Massias**, MCF en Informatique
- **Emmanuel Labarbe**, MCF en économie
- **Jean Michel Baudequin** directeur et Chef de projet, Direction du système d'information (DSI)
- **Tronc commun Intervenants extérieurs :**
- **Patricia Sibella**, *Consultante en Marketing international (Past Master LAI)*
- **Henri Elophe** MCF, spécialiste en web graphisme, UBM
- **Remi Gazard-Maurel**, enseignant certifié en économie et gestion

Parcours management des projets événementiels :

- **Catherine Pascal, MCF** en Théorie des organisations et communication, UBM
- **Hélène-Roche Dalay**, spécialiste en communication, Mairie Le Bouscat
- **Clothilde Chauveau**, Responsable agence événementielle COEVENTED SARL
- **Quitterie de Galard**, Consultante en mécénat et communication institutionnelle

Parcours économie et œnotourisme du vin :

- **De Pins Estelle**, Experte en œnotourisme on line
- **Aurélié Degoul**, consultante en marketing du vin, propriétaire du vin
- **Romuald Rossi**, Géographe, spécialiste en œnotourisme

- **Thierry Iturria**, Responsable Logistique du vin, Groupe Balguerie, Bruges

- **Antonio Spiga**, Conseil, Formation & Recherche en Marketing

Parcours Montage de projets coopération internationale et transfrontalière

- **Elisabeth Silva**, Responsable projets Européens, Cap Ulysse
- **BOUBA NOUHOU** Maître de conférences en Géopolitique, UBM
- **Irina Simion**, Directrice Relations Internationales, Université Strasbourg, audit Commission européenne
- **Deborah Didio**, Directrice Relations Internationales, Université Bordeaux Montaigne
- **Anna Raimat**, spécialiste en développement international, Directrice Association Climate Chance
- **Ludovic Lareynie**, Chef de service Europe, Direction coopérations, Pôle Europe et International, Région Nouvelle Aquitaine
- **Azcona Leyre**, Manager de projets Eurorégion Nouvelle Aquitaine- Euskadi- Navarre

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, Géoéconomique, 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...)
- Pour les étudiants titulaires d'une licence L.E.A., certification CLES niveau 1 ou équivalent pour une troisième langue
- Certification C2i fortement recommandée,
- Pour les étudiants étrangers, 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 en 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

- Le redoublement est 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 1ère ANNÉE

ENSEIGNEMENTS : 8 UE – 60 CREDITS

CONTROLE DES CONNAISSANCE DES MATIERES THEORIQUES EN SESSION UNIQUE

	UNITÉS D'ENSEIGNEMENT (Coef. 30 - Crédits : 30)		UNITÉS D'ENSEIGNEMENT (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 -DROIT COMMERCIAL INTERNNTIONAL -GESTION FINANCIERE ET BUDGETAIRE -BILAN COMPETENCES Crédits ECTS 6 1MMPU3 ECONOMIE ET DROIT POUR TRANSFRONTALIERS -DROIT INTERNATIONAL ET EUROPEEN -GESTION FINANCIERE ET BUDGETAIRE -BILAN COMPETENCES CRÉDITS ECTS 9	UE 3	2MMMU3/2MMVU3/2MMPU3 COMMUNICATION DIGITALE -COMMUNICATION CORPORATE -PILOTAGE DE PROJET -COMMUNITY MANAGEMENT -GRAPHISME WEB EVENEMENTIEL - Campagne digitale CRÉDITS ECTS 9
UE 4	1MMMU4/1MMVU4 Spécifique parcours Economie du vin Contenu : -RELATIONS INTERCULTURELLES -MARKETING INTERNATIONAL -MANAGEMENT STRATEGIQUE CRÉDITS ECTS 9 1MMPU4 Spécifique parcours Transfrontaliers Contenu : - RELATIONS INTERCULTURELLES -MANAGEMENT STRATEGIQUE -RELATIONS CULTURELLES INTERNATIONALES CRÉDITS ECTS 9	UE 4	2MMMU4 MONTAGE DE PROJETS EVENEMENTIELS -SEMINAIRE OUVERTURE -COMMUNICATION EVENEMENTIELLE -INGENIERIE DE PROJETS EVENEMENTIELS -ORGANISATION EVENEMENT -CREATION RESEAU EVENEMENTIEL CRÉDITS ECTS 9 2MMVU4 COMMERCE ET MARKETING -SEMINAIRE OUVERTURE -MARCHE ET COMMERCE DU VIN -MARKETING DU VIN -LOGISTIQUE DU VUN -LEGISLATION DEVELOPPEMENT -MOBILISATION COMPETENCES/CREATION RESEAU CRÉDITS ECTS 9 2MMPU4 MONTAGE DE PROJET DE COOPERATION INTERNATIONALE OU TRANSFRONTALIERE -COOPERATION ET GEOPOLITIQUE -DISPOSITIFS DE COOPERATION EUROPEENNE ET INTERNTIONALE -INGENIERIE PROJETS COOPERATION TERRITORIALE ET INTERNATIONALE -MOBILISATION COMPETENCES/CREATION R2SEAU -SEMINAIRE OUVERTUE CRÉDITS ECTS 9

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

Crédits ECTS 6

Responsable : JOËL RICHARD, MAGALIE FLEUROT, LHORINE FRANCOIS

Enseignants : JOËL RICHARD, MAGALIE FLEUROT, LHORINE FRANCOIS

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

PROGRAMME :

- 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:

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

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

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.

1MMDY21	AIRE CULTURELLE GERMANIQUE	Semestre 1
----------------	-----------------------------------	-------------------

Crédits ECTS 6

Responsable : TRISTAN COIGNARD

Enseignants : TRISTAN COIGNARD, ALEXIA VALEMBOS

- **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 VALEMBOS**

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

PROGRAMME

✓ EXPRESSION ÉCRITE ET ORALE : MARIE-HELENE AVRIL

PROGRAMME :

Compréhension et expression écrite et orale :

- 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

OBJECTIFS

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 GEOPOLITIQUE ARABE : MARIE-HELENE AVRIL

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/>.

Racif 22, <https://raseef22.net/>

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

EXPRESSION ÉCRITE ET ORALE

Type : Contrôle Continu

CULTURE ET GEOPOLITIQUE ARABE

Type : Contrôle Continu

1MMRY21	AIRE CULTURELLE CHINOISE	Semestre 1
----------------	---------------------------------	-----------------------

Crédits ECTS 6

Responsable : SHAO BAOQING

Enseignants : EMMANUEL LABARBE, SHAO BAOQING, MAYLIS BELLOCO, LU RUOHAI, DAROTCHETCHE-YUE ISABELLE

PROGRAMME

✓ ECONOMIE DE LA CHINE CRÉDITS ECTS 2 (9H CM/9h TD) : EMMANUEL LABARBE

✓ THEME CREDITS ECTS 1 (24H TD) : SHAO BAOQING

✓ VERSION 1 CRÉDITS ECTS 1 (24H TD) : MAYLIS BELLOCO

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 ;

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

✓ LANGUE CHINOISE ORALE CRÉDITS ECTS 1 (24H TD) : LU RUOHAI

Descriptif cours Chinois Spécialisé – Master LAI

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, 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).

Bibliographie :

- 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

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

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

Type : Contrôle Continu

1MMEY21	AIRE CULTURELLE HISPANIQUE	Semestre 1
----------------	-----------------------------------	-----------------------

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

Les références bibliographiques seront données 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 l'étude de l'action culturelle extérieure de l'Espagne et du processus d'internationalisation de son économie. 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 dans la scène internationale. Comprendre les dynamiques et le processus d'internationalisation de l'économie espagnole. Pour chaque parcours, considérer les caractéristiques et spécificités du cas espagnol.

COMPETENCES VISEES

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.

- 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.
- GONZALEZ Juan Jesús y REQUENA Miguel (eds.), *Tres décadas de cambio social en España*, Alianza Editorial, Madrid. 2008.
- 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 el 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.
- SEGUI Luis, *España ante el desafío multicultural*, Siglo XXI, Madrid. 2002.

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

- **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 faire à approfondir les thématiques du cours.

Thématiques

- Réflexions sur les conséquences existentielles, sociales et économiques de la pandémie et des crises économiques.
- Les grands changements du XXI siècles :
 - nouveaux équilibres géoéconomiques au niveau mondial. La place de l'économie italienne
 - crises énergétiques, climatiques, agricoles de 2022.
 - Conséquences sociales, remèdes à moyen et long terme au niveau mondial, européen, italien . Le plan de relance italien
 - Le green deal italien
 - montée des inégalités sociales et de la paupérisation de la population mondiale et italienne
 - la fin de la classe moyenne en Italie et son déclassement social face à la 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

ATELIERS ETUDIANTS :

Les étudiants organisés en petit groupe seront invité.e. s à effectuer un travail de recherche autour du thème suivant :

Quels défis pour un nouveau monde ?

Suite à la pandémie, à la guerre en Ukraine, à la crise climatique et énergétique, le monde a profondément changé, les équilibres géopolitiques ont volé en éclat.

OBJECTIFS

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

COMPETENCES VISEES

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

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages à consulter

- 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
- Marco Gallegati, Acrescita, Per una nuova economia, Einaudi, 2016
- Fabrizio Saccomanni, Crepe nel sistema. La frantumazione dell'economia globale, Mulino, 2018
- Elena Pulcini, Salvatore Veca, Enrico Giovannini, responsabilità, uguaglianza, sostenibilità. Tre parole chiave per interpretare il futuro, EDB edizioni, 2017
- Arnaldo Bagnasco, La questione del ceto medio. Un racconto del cambiamento sociale, Mulino, 2016
- Branco Milanovic, Inégalité mondiale. Le destin des classe moyenne. Les ultra-riches et l'égalité des changes, La Decouverte, 2019.
- Muhmmaud 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) :**

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 E 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

1MMHY21	AIRE CULTURELLE JAPONAISE	Semestre 1
----------------	----------------------------------	-----------------------

Crédits ECTS 6

Responsable : **TAKAAKI SHOCHI**

Enseignants : - TAKAAKI SHOCHI, Elli SUZUKI, GUILLAUME MULLER, URASOKO RIE

Programmes:

LECTURE RAPIDE ET LEXICOLOGIE CRÉDITS ECTS 1 (12h TD) : URASOKO RIE

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**

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) TAKAAKI SHÔCHI**

L'objectif de ce cours est d'apprendre la technique de la traduction du français vers la langue cible (japonais) sans être dépendant du dictionnaire français-japonais. Les étudiants apprennent également des expressions japonaises fréquemment utilisées dans des textes variés.

▪ **EXPRESSION ORALE CRÉDITS ECTS 1 (18H TD) ELLI SUZUKI**

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'année, 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 COMMUNIQUÉS 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) : YURI MOURAO FALCAO**

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 COMMUNE AUX DEUX COURS :

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/economies_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 GILLE-BELOVA

Enseignants : OLGA GILLE-BELOVA, DIDIER DUPUY

▪ **GÉOPOLITIQUE DE LA RUSSIE CRÉDITS ECTS 3 (12H CM/12H TD) : OLGA GILLE-BELOVA**

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 Sportokratia sous Vladimir Poutine. Une géopolitique du sport russe*, Paris : Bréal, 2021.
 Blum Alain, Daucé Françoise, Elie Marc & Ohayon Isabelle, *L'âge soviétique. Une traversée de l'empire russe au monde postsoviétique*, Paris : Armand Colin, 2021.
 CARRERE D'ENCAUSSE Hélène, *La Russie entre les deux mondes*, Paris : Fayard, 2010.
 DE TINGUY Anne (dir.), *La Russie dans le monde*, Paris : CNRS Editions, 2019.
 FAVAREL-GARRIGUES Gilles et ROUSSELET Kathy (dir.), *La Russie contemporaine*, Paris : Fayard, 2010.
 KASTOUÉVA-JEAN Tatiana, *La Russie de Poutine (en 100 questions)*, 2^e éd. Paris : Tallandier, 2020.
 Laruelle Marlène « *Soft power russe : sources, cibles et canaux d'influence* », *Russie.Nei.Visions*, n° 122, Ifri, avril 2021.
 LIMONIER Kevin, *Ru.Net. Géopolitique du cyberspace russophone*, Paris : l'Inventaire, 2018.
 MONGRENIER Jean-Sylvestre, *Le monde vu de Moscou : Géopolitique de la Russie et de l'Eurasie post-soviétique*, 2020
 PINOT Anne, REVEILLARD Christophe (dir.), *Géopolitique de la Russie. Approche pluridisciplinaire*, Paris : Editions SPM, 2019.
 RADVANYI Jean, Laruelle Marlène, *La Russie entre peurs et défis*, Paris : Armand Colin, 2016.
 TEURTRIE David, *Russie. Le retour de la puissance*, Paris : Armand Colin, 2021

▪ **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, vie des médias, démographie et migrations, politique étrangère et géopolitique)

BIBLIOGRAPHIE

- 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.
Le russe économique et commercial, Paris : Pocket, 1996.
 TRANNOV Lylia, VONTELEVA 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 : **DAMIEN PELADAN**

Enseignants : OKYANG CHAE-DUPORGE, DAMIEN PELADAN

- **CULTURE CORÉENNE CRÉDITS ECTS 3 (24H TD) : OKYANG CHAE-DUPORGE**

PROGRAMME

Ce cours explore la culture coréenne à travers l'étude de divers supports écrits et audiovisuels. Nous mettons principalement l'emphase 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) : 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'emphase sur la langue écrite et la compréhension de textes coréens, l'objectif étant de développer l'autonomie des étudiants dans la recherche documentaire.

BIBLIOGRAPHIE COMMUNE AUX DEUX COURS : (sera 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) :

PROGRAMME :

En attente

- **GESTION FINANCIERE ET BUDGETAIRE CRÉDITS ECTS 3 (14H CM) : EMMANUEL LABARBE POUR LES 3 SPÉCIALISATIONS**

PROGRAMME :

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

Thèmes abordés :

- Calculs de coûts liés au projet évènementiel
- L'analyse différentielle : Le seuil de rentabilité
- Le calcul de coût et analyse différentielle
- Charges et produits spécifiques aux projets évènementiels
- Budgétisation évènementielles : budgets des encaissements, budgets des décaissements
- Etats financiers liés à l'organisation évènementielle

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

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

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 : EMMANUEL LABARBE

Matière réservée à la spécialisation Coopération Internationale et Transfrontalière

- **Droit international et européen CRÉDITS ECTS 4 (4H CM/14H TD) :**
- **PROGRAMME ET BIBLIOGRAPHIE ENE ATTENTE**

- **GESTION FINANCIERE ET BUDGETAIRE CRÉDITS ECTS 3 (14H CM) : EMMANUEL LABARBE POUR LES 3 SPÉCIALISATIONS**

PROGRAMME :

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

Thèmes abordés :

- -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 (6 H TD) : PASCAL HAUQUIN, GROUPES DEDIES POUR CHAQUE SPECIALISATION**

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 entrepreneurial et partenarial.

BIBLIOGRAPHIE : communiquée en début de cours

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	MARKETING/MANAGEMENT/INTERCULTURALITE	Semestre 1
---------------------------	--	-------------------

Crédits ECTS : 9

Responsable : CARMELA MALTONE-BONNENFANT

Intervenants : ALAIN KIYINDOU, PATRICIA SIBELLA, BOUBA NOUHO

PROGRAMME :

- **RELATIONS INTERCULTURELLES CRÉDITS ECTS 3 :**
- ANNICK MONSEIGNE (6H CM)
- ELISABETH SILVA (10H TD) POUR CHAQUE SPECIALISATION

- **Programme ANNICK MONSEIGNE (6H CM)**

En s'adossant aux auteurs fondamentaux de la discipline des Sciences de l'Information et de la Communication, ce cours dresse un panorama des thématiques structurantes en SIC qui s'articulent autour du concept d'anthropologie. Il propose une ouverture aux problématiques récentes, aux courants de pensées et pratiques émergentes.

OBJECTIFS :

L'approche pédagogique tient compte des connaissances préalablement acquises par les étudiants, connaissances qui, du reste, seront revues lors du premier cours.

L'ensemble de ce module (soit 12 heures de cours) sera organisé sous forme d'exposés magistraux, d'études de cas, de discussions et de mises en situation. Il est, en effet, important que les étudiants, futurs professionnels, puissent s'approprier cette démarche interculturelle du marketing et ainsi être à même de savoir gérer les différentes situations interculturelles auxquelles ils seront confrontés.

Plan de cours

Partie 1 -Apports de l'anthropologie aux théories des SIC

- L'objet d'étude de l'anthropologie
- Environnement théorique (Lévi Strauss) et concepts clés (culture et altérité)
- Ethnographie – Ethnologie – Anthropologie
- Birdwhistell et la kinésique
- Goffman, Hall
- Extraits du documentaire « *Eux et moi, un ethnologue en papouasie occidentale* »

Partie 2 – Les bases de l'anthropologie sociale et culturelle

- Quelques généralités
- Caractéristiques fondamentales de la culture
- Eléments d'anthropologie culturelle
- Exemples de thématiques

Partie 3 – L'anthropologie de la communication

- Winkin et l'approche anthropologique de la communication
- La méthode du parcours et du silhouettage
- Le cas du marché de Saint-Etienne

Modalités d'évaluation

Un compte rendu de recherche bibliographique sur une problématique donnée.

Ou

Une question en lien avec l'actualité et permettant de construire une réflexion argumentée à partir des éléments de cours.

Bibliographie

Copans Jean, *Introduction à l'ethnologie et à l'anthropologie*, Armand Colin, 3^{ème} édition, 2012.

Goffman Erving, *La Mise en scène de la vie quotidienne*. Paris, Les Éditions de Minuit, Tome 1 : *La présentation de soi* - Tome 2 : *Les relations en public*, 1973.

Hall Edward T., *La Dimension cachée*, Paris, Le Seuil, coll. « Points » 1971.

Rivière Claude, *Introduction à l'anthropologie*, Paris, Hachette Supérieur, 3^{ème} édition, 2013.

Lévi-Strauss, Claude, *Tristes tropiques*, Paris, Pocket, (2013 [1955]).

Winkin Yves (éd.), *La Nouvelle Communication*, Paris, Le Seuil, coll. « Points », 1981.

Winkin Yves, *Anthropologie de la communication. De la théorie au terrain*, Paris, Le Seuil, coll. « Points » 200

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, THIERRY ITURRIA, ANTONIO SPIGA, COURS DEDIE POUR CHAQUE SPECIALISATION**

PROGRAMME :

- 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
- ETUDES DE CAS ECONOMIE DU VIN : THIERRY ITURRIA
- ETUDES DE CAS EVENEMENTIEL ET TRANSFRONTALIERS/COOPERATION INTERNATIONALE : ANTONIO SPIGA

- **MARKETING INTERNATIONAL CRÉDITS ECTS 3 (22H TD) : PATRICIA SIBELLA POUR EVÉNEMENTIEL ET ECONOMIE DU VIN**

PROGRAMME :

Marketing and its Interculturality

What is marketing today? Identity and image of marketing in the face of new challenges.

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

Objectifs : To offer theoretical and practical knowledge about general ideas/concepts and specificities of the interculturality, sustainability and ethics of today's marketing

Compétences visées : Critical analysis skills and competences

Bibliographie : Provided during the course

- **RELATIONS CULTURELLES INTERNATIONALES CRÉDITS ECT 3 (16H TD) : BOUBA NOUHOU COURS POUR GROUPE TRANSFRONTALIER ET COOPERATION 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 large joue un rôle beaucoup plus important dans les relations internationales, que celui des diplomates.

Objectifs : L'objectif est d'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

2MMM1/2 MMVU1/2 MMPU1	AIRE CULTURELLE ANGLOPHONE	Semestre 2
--	-----------------------------------	-------------------

Crédits ECTS 6

Responsable : MAGALIE FLEUROT

Intervenants : JOËL RICHARD, MAGALIE FLEUROT, LHORINE FRANCOIS

- LANGUE ET CULTURE CRÉDITS ECTS 6, 1 GROUPE PAR SPÉCIALISATION

PROGRAMME :

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.

BIBLIOGRAPHIE : Communiquée en cours

DICTIONNAIRES :

1-Dictionnaires unilingues:

The longman Dictionary of English Language and Culture
The Cambridge International Dictionary, CUP, 2ième ed, 1998
The New Oxford Dictionary of English, 1ère ed., 1998
Webster's Third New International Dictionary

2-Dictionnaires bilingues :

Robert et Collins Senior (dernière edition 1998)
Robert et Collins Super Senior (2 vol.), 1995
Grand Dictionnaire Larousse, (1vol) 1995, (2vol.) 1994

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

LANGUE ET CULTURE

Type : Contrôle Continu

2MMDY21	AIRE CULTURELLE GERMANIQUE	Semestre 2
----------------	-----------------------------------	-------------------

Crédits ECTS 6

Responsable : TRISTAN COIGNARD

Enseignants : TINETTE SCHNATTERER, ALEXIA VALEMOIS

- **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 VALEMOIS**

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

2MMBY21	AIRE CULTURELLE ARABE	Semestre 2
----------------	------------------------------	-----------------------

Crédits ECTS 6

Responsable : MARIE-HÉLÈNE AVRIL

Enseignants : MARIE-HÉLÈNE AVRIL

PROGRAMME :

- **CIVILISATION DU MAGHREB CONTEMPORAIN CRÉDITS ECTS 3 (24 H TD) : MARIE-HELENE AVRIL**
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/>.
Racif 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) : MARIE-HELENE AVRIL**

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

OBJECTIFS

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, RÉMI CASTETS, NI CHUNXIA

- **Relations entre l'UE et la Chine CRÉDITS ECTS 2 (24H TD) : RÉMI CASTETS**

PROGRAMME :

Comprendre les réalités et les évolutions des échanges entre la Chine et l'UE, souvent changeants et fortement codifiés. Saisir l'importance des relations internationales et leur impact sur les échanges entre les deux continents, et l'interdépendance entre les aspects économiques, culturels, politiques et technologiques des différents états. Comprendre par le biais des données micro-économiques comment les nations se positionnent dans un monde fortement concurrentiel et tentent de répondre à leurs besoins tout en faisant face aux nouveaux défis environnementaux, sociétaux, économiques et culturels.

COMPÉTENCES VISÉES : Acquérir une expertise sur les enjeux structurant les relations sino-européennes et maîtriser les fondamentaux de la relation économique entre ces deux ensembles.

BIBLIOGRAPHIE:

[Giuseppe Balducci & Jing Men](#), *Prospects and Challenges for EU-China Relations in the 21st Century - The Partnership and Cooperation Agreement*, Bruxelles, Berne, Berlin, Frankfurt, New York, Oxford, Vienne, Cahiers du Collège d'Europe, Vol. 12, 2010.

Katinka Barysch, *Embracing the dragon : the EU's partnership with China*, Londres, Centre for European reform, 2005.

Nicola Casarini, *Remaking Global Order: The Evolution of Europe-China Relations and its Implications for East Asia and the United States*, Oxford, Oxford University Press, 2009.

Stanley Crossick & Etienne Reuter, *China-EU: A Common Future*, Singapour, World Scientific Publishing Company, 2007.

John Fox & Francois Godement, "[Power Audit of EU-China Relations](http://ecfr.eu/page/-/documents/A_Power_Audit_of_EU_China_Relations.pdf)", *European Council on Foreign relations*, avril 2009, http://ecfr.eu/page/-/documents/A_Power_Audit_of_EU_China_Relations.pdf

Liu Fei & David Kerr, *The International Politics of EU-China Relations*, Oxford, Oxford University Press, 2008.

Pierre Dhomps, *Réussir en Chine ? - L'expérience d'une longue marche*, l'Harmattan, Paris, 2014

- ✓ **THÈME/RÉSUMÉ 2 CRÉDITS ECTS 1 (24H TD) : SHAO BAOQING**
PROGRAMME & Bibliographie communiqués en cours

- ✓ **VERSION/ RÉSUMÉ 2 CRÉDITS ECTS 1 (24H TD) : MAYLIS BELLOCQ**
PROGRAMME & Bibliographie communiqués en cours

- ✓ **CHINOIS DES AFFAIRES 2 CRÉDITS ECTS 1 (12H TD) : NI CHUNXIA**
PROGRAMME & Bibliographie communiqués en cours

- **LANGUE CHINOISE ORALE 2 CRÉDITS ECTS 1 (12H TD) : NI CHUNXIA**

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

Épreuves : Economie de la Chine, Thème/Résumé, Version/Résumé, Chinois des affaires, Langue orale chinoise

Type : Contrôle Continu

2MMEY21	AIRE CULTURELLE HISPANIQUE	Semestre 2
----------------	-----------------------------------	-----------------------

Crédits ECTS 6

Responsable : JESUS JAVIER ALONSO CARBALLE

Enseignants : MÉLANIE MOREAU, Marie Lorinquer-Herve

- **CULTURE DES AIRES HISPANQUES CRÉDITS ECTS 3 (24H TD) : MELANIE MOREAU**

PROGRAMME :

NON COMMUNIQUÉ

- **PRATIQUE DE LA LANGUE ESPAGNOLE CRÉDITS ECTS 3 (12H CM/12H TD) : LORINQUER-HERVE MARIE**

PROGRAMME :

Ce cours a pour but d'exercer les étudiant-es à l'expression et à la compréhension écrites et orales de la langue espagnole appliquée aux trois domaines de spécialité du parcours LAI.

Exercices de mise en situation professionnelle, travaux de groupes, études et synthèses de documents portant sur l'actualité des sociétés hispano-américaines, présentations orales, constitution de glossaires.

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

- **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.

OUVRAGES A CONSULTER:

Carmela Maltone, Welfare State et travail précaire dans six pays de l'Europe occidentale, in Vers un modèle social européen, PUB, Bordeaux, de p 107-126, 2012

Martin Ford, Futuro senza lavoro. Accellazioni tecnologiche e macchine intelligenti, saggiatore, 2017

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

Domenico De Masi, Lavoro 2025. Il futuro dell'occupazione e della disoccupazione, Marsilio, 2017

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

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

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 :

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

2MMHY21	AIRE CULTURELLE JAPONAISE	Semestre 2
----------------	----------------------------------	-----------------------

Crédits ECTS 6

Responsable : **JEREMY CORRAL**

Enseignants : TAKAAKI SHÔCHI, ELLI SUZUKI, GUILLAUME MULLER, URASOKO RIE

Programme

- **EXPRESSION ÉCRITE CRÉDITS ECTS 2 (18H TD) : URASOKO RIE**
- **PROGRAMME :**

L'objectif de ce cours est, comme en S1, d'apprendre la technique de la traduction du français vers la langue cible (japonais) sans être dépendant du dictionnaire français-japonais. Les étudiants apprennent également des expressions japonaises fréquemment utilisées dans des textes variés. Parallèlement, ils apprennent à écrire des lettres professionnelles dans des contextes variés.

- **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, les sujets qui concernent directement les étudiants, par exemple « recherche d'emploi 就職活動 » sont proposés.

- **LECTURE RAPIDE CRÉDITS ECTS 1 (12H TD) : URASOKO RIE**

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 vous seront communiqués 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, ainsi qu'un contrôle à la fin du semestre des progrès réalisés.

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 STEREOTYPES, NOTAMMENT CEUX VEHICULES PAR LA PUBLICITE ET LES MEDIAS, NOUS PROPOSONS UNE REFLEXION SUR LA FAÇON DONT LES PAYS LUSOPHONES ET LEURS HABITANTS SE PERÇOIVENT ENTRE EUX ET SONT PERÇUS À L'ÉTRANGER. NOUS VERRONS ÉGALEMENT QUELS CLICHES ET STEREOTYPES 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 REFLEXIONS, 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, ÉCHANGES 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 Idiomas 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, portugueses 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

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

2MMKY21	AIRE CULTURELLE RUSSE	Semestre 2
----------------	------------------------------	-----------------------

Crédits ECTS 6

Responsable : OLGA GILLE--BELOVA

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 :

AMACHER Korine, AUNOBLE Eric, PORTNOV Andrii (eds.), *Histoire partagée, mémoires divisées. Russie, Ukraine, Pologne*, Genève : Antipodes, 2021.

BALCI Bayram, *Renouveau de l'islam en Asie centrale et dans le Caucase*, Paris : CNRS Editions, 2017.

BREAULT Yann, JOLICOEUR Pierre, LEVESQUE Jacques, *La Russie et son ex-empire*, Paris : Presses de Science Po, 2003.

GOUJON Alexandra, *L'Ukraine : de l'indépendance à la guerre*, Paris : Le Cavalier Bleu, 2021.

LARUELLE Marlène, PEYROUSE Sébastien, *Asie centrale, la dérive autoritaire. Cinq républiques entre héritage soviétique, dictature et islam*, Paris : Editions Autrement, 2006.

MONGRENIER Jean-Sylvestre, *Le monde vu de Moscou : Géopolitique de la Russie et de l'Eurasie post-soviétique*, 2020

ROY Olivier, *L'Asie centrale contemporaine*, Paris : PUF, coll. « Que sais-je », 2010.

RADVANYI Jean, (ed.), *Les Etats post-soviétiques : identités en construction, transformations politiques, trajectoires économiques*, Paris : A. Colin, 2011.

RUPNIK Jacques (dir.), *Géopolitique de la démocratisation. L'Europe et ses voisinages*, Presses de Sciences Po (Références), 2014.

▪ **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 :

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.

Le russe économique et commercial, Paris : Pocket, 1996.

TRANNOV Lylia, VONTELEVA 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 : **DAMIEN PELADAN**

Enseignants : PHILIPPE LOPES, DAMIEN PELADAN

- **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'emphase 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) : DAMIEN PELADAN**

PROGRAMME

Dans la continuité du premier semestre, 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'emphase sur la langue écrite et la compréhension de textes coréens, l'objectif étant de développer l'autonomie des étudiants dans la recherche documentaire.

BIBLIOGRAPHIE : (LA BIBLIOGRAPHIE SERA DONNÉE EN COURS)

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

CULTURE CORÉENNE

Type : Contrôle Continu

SOCIÉTÉ CORÉENNE

Type : Contrôle Continu

2MMMU3/ 2MMVU3/2 MMPU3	COMMUNICATION DIGITALE, PILOTAGE PROJET	Semestre 2
---------------------------------------	--	-----------------------

Crédits ECTS 9

Responsable : CARMELA MALTONE-BONNENFANT

Enseignants : CATHERINE PASCAL, Henri Elophe, PASCALE MASSIAS, J-M. BAUDEQUIN

- **COMMUNITY MANAGEMENT-STORYTELLING CREDITS ECTS 2 (14H TD) : CATHERINE PASCAL, GROUPE DEDIE POUR CHAQUE SPÉCIALISATION**

PROGRAMME

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, Mediaticritic, 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.

Ressources pragmatiques

-Être community manager en 2023,

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

GRAPHISME Événementiel WEB CRÉDITS ECTS 1 (12H TD) : Henry Elophe, GROUPE DEDIE POUR CHAQUE SPÉCIALISATION

Programme conception graphique :

Les compétences induites par le Design d'UI (User interface)

- -Usages des formes, des typographies, des couleurs, des images
- -Le web design : système de grille (agencement de l'espace) / spécificité du web / les formats de fichier web
- -Éléments de chartre graphique (comment concevoir et réaliser une chartre graphique autour d'un évènement)
- Inscription en ligne sur Canvas et Figma
- Mise en place du travail d'équipe sur Figma.
- Projet collectif application d'une chartre graphique autour d'un évènement. Le tout avec 3 logiciels : Affinity Photo et Canvas et Figma.

- Affinity photo et Canva servant à manipuler et créer les éléments graphiques : Figma à faire la mise en page d'application web.
- Prise en main de Figma, découvrir les outils, ajout de plug-ins
- Manipulation de Figma pour créer un prototype animé de maquette web pour un événement.

COMPETENCES VISEES :

- Ce cours est destiné à apporter aux étudiants des connaissances élémentaires relatives à la création graphique : réalisation de charte graphique et déclinaison sur des documents papiers et numériques.
- **COMMUNICATION CORPORATE CREDITS ECTS 2 (10H CM) : CATHERINE PASCAL/HELENE ROCHE-DALLAY, GROUPE DEDIE POUR CHAQUE SPÉCIALISATION**

PROGRAMME

Créer une communication corporate digitale en contexte de crise

OBJECTIFS : NOTE DE SYNTHÈSE AVEC ANALYSES ET PRECONISATIONS. Pour les 3 parcours : les objectifs sont

A partir des travaux effectués en communication, les étudiants regroupés en groupe projet ont à :

- Proposer pour l'organisation choisie précédemment une communication de 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 :

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

Ressources pragmatiques

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, GROUPE DEDIE 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
 Création d'une base de données pour gérer les abonnés avec **Access Mailchimp** : élaboration de la campagne de newsletter
 Création et paramétrage du compte
 Configuration d'une audience
 Personnaliser le formulaire d'inscription
 Créer une campagne de newsletter
 Publier la newsletter sur les réseaux sociaux
 Consulter les rapports de campagne

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) JEAN-MICHEL BAUDEQUIN, GROUPE DEDIE POUR CHAQUE SPÉCIALISATION**

PROGRAMME :

LA GESTION DE PROJETS EST UNE DEMARCHE VISANT AU BON DEROULEMENT D'UN PROJET DE BOUT EN BOUT. CE COURS EST UNE INITIATION AUX METHODES DE GESTIONS DE PROJETS ET AUX OUTILS SUPPORTANT CES METHODES.

METHODOLOGIE :

1-VUE MACROSCOPIQUE : LE PROJET, SON ENVIRONNEMENT, LES ACTEURS, LES ENJEUX

2-LES COMPETENCES TECHNIQUES : PROCESSUS, METHODES, OUTILS, COMMUNICATION...PERMETTANT D'ORGANISER ET DE DEROULER UN PROJET

3-LES COMPETENCES HUMAINES : ASPECT MANAGERIAL DEVANT LES PROBLEMES ET

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

2MMM4	MONTAGE PROJET EVENEMENTIEL	Semestre 2
--------------	------------------------------------	-----------------------

Crédits ECTS 9

Responsable : CARMELA MALTONE-BONNENFANT

Intervenant : CATHERINE PASCAL, HELENE ROCHE-DALLAY, CLOTILDE CHAUVEAU, CARMELA MALTONE, PATRICIA SIBELLA, DOSIP

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 :

1-Définitions et cadre

- A- Définitions
- B- Les types d'évènements
- C- Les 12 postes budgétaires
- D- Les risques
- E- Les « niveaux » de prestations évènementiels

2-Méthodologie

- A- Cahier des charges, son utilité ?
- B- Comment se rédige un cahier des charges ?
- C- Les questions essentielles

3-Cas pratiques

- A- La conception d'évènements
- B- Le chiffrage d'évènements
- C- La gestion de projets évènementiels
- D- Le « On site »
- E- Le « Post » évènement

4- Focus sur les nouveaux formats évènementiels

A – L'évènement 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'évènementiel » et ses supports

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

PROGRAMME

EN CONTINUITE DU PROGRAMME INGÉNIERIE DE PROJET ÉVÉNEMENTIEL MISE EN APPLICATION DES CONNAISSANCES DANS UN DOSSIER DE PRESENTATION D'UN EVENEMENT

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, AURELIE DEGOUL, THIERRY ITHURRIA, DOSIP, CARMELA MALTONE, PATRICIA SIBELLA

UE réservée à la spécialisation Vin

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

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.

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 consommateurs : les nouveaux consommateurs ;
 - IV. L'approche stratégique par la marque ;

COMPÉTENCES VISÉES/CAPACITÉS ACQUISES PAR L'ÉTUDIANT À L'ISSUE DU COURS :

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 PÉDAGOGIQUES :

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) : AURÉLIE DEGOUL**

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/CAPACITÉS ACQUISES PAR L'ÉTUDIANT À L'ISSUE DU COURS :

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 :

Cours magistral
Exposés à l'oral par groupe
Cas pratiques (individuels)

BIBLIOGRAPHIE :

Guide pratique de l'export du vin d'Evelyne 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 ITHURRIA**

PROGRAMME :

- TRANSPORT INTERNATIONAL
- PASSAGE EN DOUANE
- ES INCOTERMS

-

● **LEGISLATION DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS LE SECTEUR VITI--VINICOLE CRÉDITS ECTS 1 ((10H TD) : ANTONIO SPIGA**

PROGRAMME :

Eve 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.

CONTENU :

1. Le Développement Durable : définition générale, les enjeux principaux ;
2. Le DD et la filière viticole : panorama mondial, EU et nouveau monde ;
3. Les certifications globales: ISO 26000, B Corp, etc.
4. Les certifications de filière: HVE, AB, Biodyvin, Demeter, etc.
5. La situation en France et à Bordeaux ;
6. Une approche stratégique : les outils de base ;

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

BIBLIOGRAPHIE :

- **Livres**
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)**
- **IA GENERATIVE, BON USAGE ET ETIQUÉ (6HTD) : NATHALIE CHAMPAGNOL SCD**

PROGRAMME : NON COMMUNIQUÉ

- **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 TRANSFRONTALIÈRE	Semestre 2
---------------	---	-------------------

Crédits ECTS 9

Responsable : Carmela MALTONE-BONNENFANT

Intervenants : NOUHOU BOUBA, Deborah Didio, ANNE RAIMAT

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) EN ATTENTE**

PROGRAMME ET BIBLIOGRAPHIE EN ATTENTE

- **INGENIERIE PROJETS COOPERATION TERRITORIALE ET INTERNATIONALE CREDITS ECTS 2 (22H TD) : DEBORAH DIDIO/ANNE RAIMAT**

PROGRAMME : Deborah Didio

Cycle de la vie d'un projet : les outils de travail, collecte d'information prospection, veille des appels d'offre, écriture du projet, les contraintes, les objectifs, le budget, la gestion, mise en cohérence des acteurs, dissémination (les résultats), mesure de l'impact.

PROGRAMME : Anne RAIMAT

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 RESEAUX 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 PROJETS 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 limité. 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 CREDITS

CONTROLE DES CONNAISSANCE DES MATIERES THEORIQUES 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 - Patrimoine viticole et œnotourisme -Symbolique du vin dans les cultures Crédits : 6 3MMPU4 Spécifique parcours Transfrontaliers Contenu : - 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 -Séminaire recherche/action -Documentation -Méthodologie- Suivi stage- Rapport-Mémoire Crédits ECTS 6		

3MMMUI1/ 3MMVU1/3 MMPU1	AIRE CULTURELLE ANGLOPHONE	Semestre 3
--	-----------------------------------	-----------------------

Crédits ECTS : 6

Responsable : SOPHIE RACHMUEHL

Enseignants : SOPHIE RACHMUEHL, MAGALIE FLEUROT, SOPHIE KOPPE

Programme

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 avec Mme François en M1. Ils feront également des présentations individuelles de type veille d'actualité.

BIBLIOGRAPHIES SERONT COMMUNIQUES EN COURS

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

AIRE CULTURELLE ANGLOPHONE

Type : Contrôle continu

3MMDY21	AIRE CULTURELLE GERMANIQUE	Semestre 3
----------------	-----------------------------------	-----------------------

Crédits ECTS : 6

Responsable : Tristan COIGNARD

Enseignants : SABINE TASCHER, ANNE-KATRIN MINN

PROGRAMME

▪ **L'INTERCULTUREL DANS LA COOPÉRATION FRANCO-ALLEMANDE CRÉDITS ECTS 3 (24H TD) : SABINE TASCHER**

Claire Géhin, intervenante extérieure, professionnelle dans l'événementiel franco-allemand (4 séances)

Doris Ladiges-Evans, intervenante extérieure, Goethe-Institut Bordeaux (2 séances)

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) + : ANNE-KATRIN MINN

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 : COMMUNIQUÉE EN COURS

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

SESSION UNIQUE

REGIME GENERAL

L'INTERCULTUREL DANS LA COOPÉRATION

Type : Contrôle continu

MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE

Type : Contrôle continu

3MMBY21	AIRE CULTURELLE ARABE	Semestre 3
----------------	------------------------------	-----------------------

Crédits ECTS : 6

Responsable : **MARIE-HÉLÈNE AVRIL**

Enseignants : MEHDI GHOUIRGATE, MARIE-HÉLÈNE AVRIL

Programme

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

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 sommaire :

- 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 : MARIE-HELENE AVRIL

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

OBJECTIFS

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 .

BIBLIOGRAPHIE

COMMUNIQUÉE EN COURS

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

RELATIONS INTERNATIONALES ECONOMIQUE

Type : Contrôle continu

EXPRESSION ÉCRITE ET ORALE

Type Contrôle continu

MMR3Y11	AIRE CULTURELLE CHINOISE	Semestre 3
----------------	---------------------------------	-----------------------

Crédits ECTS : 6

Responsable : SHAO BAOQING

Enseignants : SHAO BAOQING

Programmes

- **LANGUE CHINOISE APPLIQUÉE À L'ÉTUDE CONSEIL CRÉDITS ECTS 3 (24H TD) : REMI CASTETS**
 Les étudiants seront formés à la synthèse en Français de documents en langue chinoise. Ces techniques doivent permettre aux étudiants en master recherche d'améliorer leur capacité à analyser et synthétiser rapidement des données issues de documents en langue chinoise. Ce cours doit par ailleurs permettre aux étudiants de continuer à se familiariser avec les textes issus de la presse tout en approfondissant leur maîtrise des registres de vocabulaire spécialisés.
 Les savoir-faire acquis sont par ailleurs mobilisables dans le cadre des activités de consulting ou de veille de marché réalisées par les entreprises occidentales implantées en Chine. Le cours est aussi destiné aux étudiants désirant préparer les épreuves de synthèse de documents en langue chinoise de divers concours administratifs (cadre d'Orient du Ministère des Affaires étrangères, administrateur du Sénat...).
- **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 pratique de méthode : écouter, prendre des notes, registre de langue, etc.

BIBLIOGRAPHIE COMMUNIQUEES 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

3MMEY21	AIRE CULTURELLE HISPANIQUE	Semestre 3
----------------	-----------------------------------	-----------------------

Crédits ECTS : 6

Responsable : JESUS JAVIER ALONSO CARBALLES

Enseignant : JESUS JAVIER ALONSO CARBALLES

- **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.

I.- España ante los desafíos del siglo XXI

0.- Introducción sobre la situación política actual en España

1.- *El pasado que no pasa*: la memoria de las víctimas de la guerra civil y el franquismo: ¿una cuenta pendiente para la modernidad?

2.- El vino español: *retos y realidades actuales*. ¿A la conquista del mundo?

3.- España, meca de eventos nacionales e internacionales. Breve panorama

4.- España ante los desafíos globales: seguridad, emigración, terrorismo.

5.- España y los desafíos europeos y regionales: una potencia media que busca protagonismo

6.- España en positivo

OBJECTIFS :

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) : JESÚS ALONSO CARBALLÉS**

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 HISPANIQUES

Type : Contrôle continu

Contenu : commentaire et/ ou question de cours

PRATIQUE DE LA LANGUE ESPAGNOLE

Type : Contrôle continu

3MMFY21	AIRE CULTURELLE ITALIENNE	Semestre 3
----------------	----------------------------------	-----------------------

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 capitaliste. 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.

Atelier 3 panorama de l'économie du vin italien. Le vin italien sur le marché mondial. Le vin dans la culture italienne.

OBJECTIFS :

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

Colli Andrea, *Capitalismo familiare*, Mulino, 2007

Bucci A., Codeluppi V., Ferraresi M., *Il Made in Italy. Natura, settori, problemi*, Carocci, 2011

Alberto Bagnai, *L'Italia può farcela. Equità, flessibilità e democrazia. Strategia per vivere nella globalizzazione*, Saggiatore, 2014

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.

BIBLIOGRAPHIE ET SITOGRAPHIE

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)

OBJECTIFS :

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

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

3MMHY21	AIRE CULTURELLE JAPONAISE (3)	Semestre 3
----------------	--------------------------------------	-------------------

Crédits ECTS : 6

Responsable : **Jérémy Corral**

Enseignants : **Jérémy Corral**

- **EXPRESSION ÉCRITE CRÉDITS ECTS 2 (18H TD) : Jérémy Corral**
- **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...)

- **ORAL CRÉDITS ECTS 2 (18H TD) TAKAAKI SHOCHI**

PROGRAMME :

Ce cours destiné aux étudiants ayant atteint le niveau B2 du Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues (CECRL) se propose d'enrichir le vocabulaire et les expressions nécessaires à tout exposé professionnel dans le cadre du marketing. En effet, l'apprentissage de cette compétence orale et écrite est important pour les étudiants souhaitant intégrer le monde professionnel des entreprises japonaises.

OBJECTIF GLOBAL :

Comprendre l'ordre et le contenu d'un exposé professionnel au Japon.

DESCRIPTIF DU COURS :

Ce cours s'articule autour des trois points suivants :

*comprendre un vocabulaire et des expressions spécifiques

*pratiquer sous forme orale et écrite la présentation d'un produit de vente dans un contexte professionnel virtuel.

COMPETENCES VISEES :

- a) Acquisition de connaissances en vocabulaire et expressions spécialisées.
- b) Acquisition des méthodes de rédaction de rapports et de présentation orales avec des outils tels que Power Point, Flash, Excel et logiciels de statistiques.
- c) Prise de conscience des enjeux interculturels.

- **LANGUE JAPONAISE/COMPRÉHENSION CRÉDITS ECTS 2 (24H TD) TAKAAKI SHOCHI**

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

3MMJY21	AIRE CULTURELLE LUSOPHONE (3)	Semestre 3
----------------	--------------------------------------	-----------------------

Crédits ECTS : 6

Responsable : **SORAYA LANI SILVA**

Enseignants : ILANA HEINEBERG, SILVIA AMORIM, E. BLANC, SORAYA LANI SILVA

- **SPÉCIFICITÉS INTERCULTURELLES DANS L'ESPACE LUSOPHONE CRÉDITS ECTS 3 (24H TD) : MME HEINEBERG/MME 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.
- CECHELLA, Cristiano, *A Globalização e a Internacionalização das Empresas Brasileiras em Portugal*, Cascais, Príncipe 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&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 Pentead, 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 Macjenzie*, 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) MME BLANC/Mme LANI SILVA**

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'affaire, 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 (3)	Semestre 3
----------------	----------------------------------	-----------------------

Crédits ECTS : 6

Responsable : DIDIER DUPUY

Enseignants : DARIA KUNTSEVITCH, DIDIER DUPUY

CONFLITS ET SOCIÉTÉS POST-SOVIETIQUE CRÉDITS ECTS 3 (24H TD) : DARIA KUNTSEVITCH

PROGRAMME:

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**

OBJECTIFS :

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 :

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.

Le russe économique et commercial, Paris : Pocket, 1996.

TRANNOV Lylia, VONTELEVA 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

3MMCY21	AIRE CULTURELLE CORÉENNE	Semestre 3
----------------	---------------------------------	-----------------------

Crédits ECTS : 6

Responsable : **DAMIEN PELADAN**

Enseignants : OKYANG CHAE-DUPORGE, DAMIEN PELADAN

- **CULTURE CORÉENNE CRÉDITS ECTS 3 (24H TD) : OKYANG CHAE-DUPORGE**

PROGRAMME

Construisant sur les acquis de l'année précédente, ce cours explore la culture coréenne à travers l'étude de divers supports écrits et audiovisuels. Nous mettons particulièrement l'emphase 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, en particulier dans un cadre professionnel.

- **SOCIÉTÉ CORÉENNE CRÉDITS ECTS 3 (24H TD) : DAMIEN PELADAN**

PROGRAMME

Dans la continuité de la première année, ce cours a pour objectif de parfaire la maîtrise des textes et du vocabulaire en rapport avec leur parcours de spécialité LAI. Nous mettons principalement l'emphase sur la langue écrite et la compréhension de textes coréens. L'objectif est qu'à l'issue de la formation, les étudiants aient pleinement accès aux sources en langue coréenne de leur domaine de spécialité et puissent ainsi les exploiter dans un cadre professionnel.

BIBLIOGRAPHIE : (sera communiquée par l'enseignant en cours)

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

CULTURE CORÉENNE

Type : Contrôle continu

SOCIÉTÉ CORÉENNE

Type : Contrôle continu

3MMM3U3/ 3MMVU3/3 MMPU3	INTERCULTURALITÉ ET COMMUNICATION	Semestre 3
--	--	-----------------------

Crédits ECTS : 6

Responsable : CARMELA MALTONE-BONNEFANT

Enseignants : PATRICIA SIBELLA, DOSIP

- **MANAGEMENT INTERCULTUREL CRÉDITS ECTS 4 (4H CM/16H TD) : PATRICIA SIBELLA, GROUPES DÉDIÉS POUR CHAQUE SPECIALISATION**

PROGRAMME :

Intercultural management/communication and the factors that shape and influence it
 How cultures interact within an international managerial context
 Intercultural communicative competences
 How to select the right strategy and the right tactics when dealing with other cultures

Objectifs et compétences visés : To be able to identify and describe fundamental theoretical concepts and principles. To gain insight into the concept of culture, cultural differences and how culture can influence verbal and non-verbal behavior. To be able to reflect critically

Bibliographie : Provided during the course

- **COMMUNICATION INTERPERSONNELLE (12H TD) : QUITTERIE DE GALLARD GROUPE DEDIE VIN ; COURS COMMUN ÉVÉNEMENTIEL ET TRANSFRONTALIERS**

PROGRAMME :

Se connaître personnellement afin d'optimiser sa communication professionnelle

Partie 1 - Les mécanismes de la communication

I Les différents types de communication

II La communication interpersonnelle

III Les formes de communication : l'importance du non verbal dans la communication

IV Les freins à la communication

Partie 2 - La connaissance de soi et notre "vision du monde"

I La connaissance de soi

II La personnalité

Partie 3 - Connaître les fonctionnements individuels

I Connaître les fonctionnements individuels

II Prendre l'autre en compte : intégrer le contexte socioculturel

Partie 4 - La communication dans la relation de groupe

I Les relations dans un groupe

II La dynamique de groupe

Partie 5 - Les techniques de communication interpersonnelle

I Ecoute active et empathie

II Assertivité

III Méthodes

- **SENSIBILISATION À L'ENTREPRENEURIAT CRÉDITS ECTS 1 (6H TD) : Maité Bouchaut (DOSIP) GROUPES DÉDIÉS 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 terminal

Contenu : Rapport/dossier sans soutenance

COMMUNICATION INTERPERSONNELLE

Type : Contrôle continu

SENSIBILISATION À L'ENTREPRENEURIAT

TYPE : Contrôle terminal

Contenu : Rapport/Dossier sans soutenance

3MMM4	MONTAGE ET PROMOTION DE PROJETS ÉVÉNEMENTIELS	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 évènement
- B- Le chiffrage d'évènements – 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.

ORGANISATION DES ENSEIGNEMENTS :

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

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 :

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^{ème} 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 Debieesse, 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

- 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)

- évaluation

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

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

PROGRAMME :

DES TERRITOIRES DU VIN, DE LA PRODUCTION A L'OENOTOURISME

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

Sortie 1 : Grand domaine viti-vinicole en Pessac Léognan

Plan général :

I/ vins et vignobles dans le monde

II/ les paysages viticoles comme patrimoine

III/ l'œnotourisme dans tous ses états.

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.

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

• **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

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

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 DOCUMENTE ET PROBLEMATISE DE 10 PAGES (REMISE AU 26 DECEMBRE 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, IRINA SIMION, 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 thématique 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) : IRINA SIMION**

Programme :

- Session 1 Le cadrage : de l'idée au projet
- Session 2 La planification et mise en œuvre (le cadre logique)
- Session 3 Le suivi/pilotage et l'évaluation

Politique de la coopération internationale de l'UBM et université de Strasbourg.

Etude de cas sur les projets :

- Programmes Erasmus (mobilité et recherche)
- Soutiens aux pays émergents et programmes 'Alliance entreprise-université.

✓ **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

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

REGIME GENERAL

MONTAGE DE PROJETS TRANSFRONTALIERS INTRA OU EXTRA UE

Type : Contrôle terminal

Contenu : Rapport/dossier sans soutenance

MONTAGE PROJETS INTERNATIONAUX UNIVERSITAIRES

Type : Contrôle terminal

Contenu : Rapport/dossier sans soutenance

MONTAGE PROJETS DE MOBILITÉ INTERNATIONALE (ERASMUS+)

Type : Contrôle terminal

Contenu : Rapport/dossier sans soutenance

3MMMU5/ 3MMVU5/ 3MMPU5	SÉMINAIRES ET MÉTHODOLOGIE	Semestre 3
---------------------------------------	-----------------------------------	-----------------------

Crédits ECTS : 6

Responsable : CARMELA MALTONE- BONNENFANT

Intervenants : CARMELA MALTONE-BONNENFANT, PATRICIA SIBELLA, 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)

Parcours transfrontalier :

THEMATIQUE 2024: Comprendre l'Europe au travers de ses frontières géographiques et mentales par **Gwénaél Lamarque** et **CARMELA MALTONE**

Parcours événementiel :

THEMATIQUE 2024 : L'AVENIR DE L'ÉVÉNEMENTIEL

- **DOCUMENTATION CREDITS ECTS 1 (6H TD) : Matthieu Berger (SCD)**
- **Formation à l'IA (6h) : Nathalie Champagnol (SCD):**

Programme

Le cours portera essentiellement sur plusieurs aspects :

- 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 suivi stage :

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

Programme rédaction rapport-mémoire

Forme du rapport

☑ Langues : Le rapport est rédigé en français, il comprend également deux abstracts de trois à cinq pages chacun, un en français et l'autre dans la seconde langue.

L'expression écrite doit être parfaite dans les trois langues, vous devez prouver votre capacité à maîtriser les trois langues.

- Volume : 50 pages annexes non comprises.
 - La couverture : Un modèle normalisé sera sur le bureau virtuel
 - Remerciement des personnes qui vous ont aidé(e), en particulier le maître de stage
 - Un résumé d'une page maximum au début

- Sommaire détaillé
- Le contenu du rapport (voir 3)
- Sources : toute citation, ou extrait d'ouvrage, doit être précisément indiquée en note de bas de page ou en fin de rapport, toute citation ou extrait dont la source n'est pas citée est un plagiat.
- Bibliographie et Webographie

3 – APPROCHE ET CONTENU :

La ou les mission(s) que vous avez accomplie(s) s'inscrivent dans un environnement que vous devez présenter. Vous devez utiliser une démarche de résolution de problèmes : contexte, problème à résoudre, méthodologie, collecte des données, solutions, évaluation...

Le rapport comprendra :

- Une présentation du marché de l'entreprise pour mettre en évidence les opportunités et menaces. Cette étude se fera à partir de sources documentaires générales et professionnelles
- Une analyse de l'entreprise : structures, marchés, marketing mix... afin d'identifier ses forces et faiblesses.
- Un compte rendu de vos missions : description des tâches réalisées
- Dans une partie séparée, une analyse relative aux aspects interculturels reposant sur une problématique. L'interculturel est au cœur du master, le rapport ne peut faire l'impasse d'une réflexion approfondie.
- Un glossaire trilingue des termes techniques
- Une conclusion sur les résultats obtenus

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

4MMMU1/4 MMVU1/4 MMPU1	STAGE / RAPPORT MÉMOIRE	Semestre 4
---	--------------------------------	-----------------------------

Crédits ECTS : 30

Responsable : CARMELA MALTONE-BONNENFANT

SUIVI DE STAGE : PATRICIA SIBELLA

PROGRAMME :

1. Stage en entreprise de 6 mois
2. Suivi de Stage Patricia Sibella
3. Rédaction et soutenance orale du rapport-mémoire de stage

LE 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, vérifiez à nouveau celle-ci et cliquez 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 complétée 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 PIÈCES À FOURNIR À 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