

**Master Domaine « Arts Lettres Langues »**

**Mention « LANGUES ÉTRANGÈRES APPLIQUÉES »**

**Parcours**

**« Relations Commerciales Internationales »**

**LIVRET 2022-2023**

**Master**  
 **LEA**RCI



## Sommaire

- Calendrier universitaire.....	2
- Annuaire / Personnel UJM.....	4
- Régime général des examens .....	5
- Études et handicap.....	8
- À ne pas oublier, à cocher.....	9
- Le Master RCI à l'UJM.....	10
- Présentation de la formation M1 RCI.....	11
- Présentation de la formation M2 RCI.....	12
- Unité de recherche ECLLA-UJM.....	13
- Stage de Master 1 et de Master 2.....	14
- Organisation par semestre.....	17
- Descriptif des cours et intervenant.e.s.....	21
- Bibliographie.....	36
- Compétences visées en fin de Master RCI.....	37
- Le PIX.....	39
- Étudier à l'étranger.....	41
- Destinations et critères de sélection.....	44
- Ouverture internationale.....	45
- Relations de l'étudiant-e avec l'extérieur.....	47
- Services numériques pour les étudiants.....	50
- Service des Publications.....	51
- Plan des sites ALL.....	53
- Services Universitaires / Maison de l'Université.....	54

# Calendrier universitaire

## Réunions de rentrée

Les réunions d'accueil de l'ensemble des étudiant-e-s ont lieu en septembre. Les dates et les salles sont affichées sur le site internet de la faculté.

**Réunion d'information du Master RCI – le jeudi 1 septembre de 16h à 18h en salle Tréfilerie SR9.**

Une information sera donnée ce jour-là à propos des **emplois du temps**, qui seront **consultables sur MyUJM**.

Les **plans des campus** sont consultables sur le site internet de l'université.

Le calendrier de la faculté ALL reproduit dans ce livret (2<sup>ème</sup> de couverture) peut être téléchargé sur le site internet de la faculté ALL : <http://fac-all.univ-st-etienne.fr>

**Début des cours : le lundi 05 septembre 2022 (conformément à l'emploi du temps)**

### ANNÉE UNIVERSITAIRE :

**Semestre 1** : du lundi 5 septembre 2022 au samedi 2 décembre 2022 (12 semaines).

**Semestre 2** : du lundi 16 janvier 2023 au vendredi 21 avril 2023 (12 semaines).

### VACANCES UNIVERSITAIRES :

**Toussaint** : du dimanche 30 octobre au dimanche 6 novembre 2022.

**Noël** : du mercredi 21 décembre 2022 au lundi 2 janvier 2023.

**Hiver** : du dimanche 12 février au dimanche 19 février 2023.

**Printemps** : du dimanche 9 avril au dimanche 14 avril 2023.

**Ascension** : du vendredi 18 au dimanche 21 mai 2023.

### **ATTENTION**

*Des modifications pourront être apportées à ce livret.*

*Les étudiant.es sont invité.e.s à consulter régulièrement, pour toutes informations relatives à leur scolarité leur messagerie universitaire, l'espace numérique de travail (MyUJM), ainsi que les panneaux d'informations*

# Calendrier de la Faculté Arts, Lettres, Langues

## Année universitaire 2022-2023

Septembre		Octobre		Novembre		Décembre		Janvier 2023	
1	Journées d'information	1		1	Vacances Toussaint	1		1	Vacances Noël
2		2		2		2		2	
3		3		3		3		3	
4		4		4		4		4	
5	Rentrée s. impairs	5		5		5		5	Examens Semestres impairs session 1
6		6		6		6		6	
7	1	7		7		7		7	
8		8		8		8		8	
9		9		9		9		9	
10		10		10		10		10	
11		11		11		11		11	Examens Semestres impairs session 1
12		12		12		12		12	
13		13		13		13		13	
14	2	14		14		14		14	
15		15		15		15		15	
16		16		16		16		16	
17		17		17		17		17	
18		18		18		18		18	
19		19		19		19		19	1
20		20		20		20		20	
21	3	21		21		21		21	
22		22		22		22		22	
23		23		23		23		23	
24		24		24		24		24	
25		25		25		25		25	
26		26		26		26		26	
27		27		27		27		27	
28	4	28		28		28		28	
29		29		29		29		29	
30		30		30		30		30	
31		Vacances Toussaint		31		31		31	

Février		Mars		Avril		Mai		Juin		Juillet	
1		1		1		1		1		1	Examens
2		2		2		2		2		2	
3	3	3		3		3		3		3	
4		4		4		4		4		4	
5		5		5		5		5		5	
6		6		6		6		6	Jurys	6	
7		7		7		7		7		7	
8	4	8		8		8		8		8	
9		9		9		9		9		9	
10		10		10		10		10		10	Jurys
11		11		11		11		11		11	
12		12		12		12		12		12	
13		13		13		13		13		13	
14		14		14		14		14		14	
15		15		15		15		15		15	
16		16		16		16		16		16	
17		17		17		17		17		17	
18		18		18		18		18		18	
19		19		19		19		19		19	
20		20		20		20		20		20	
21		21		21		21		21		21	
22		22		22		22		22		22	
23		23		23		23		23		23	
24		24		24		24		24		24	
25	5	25		25		25		25		25	
26	Notes sur Myujm	26		26		26		26		26	
27		27		27		27		27		27	
28		28		28		28		28		28	
29		29		29		29		29		29	
30		30		30		30		30		30	
31		31		31		31		31		31	

Début de l'année universitaire le 01 septembre 2022 - Fin de l'année universitaire le 31 août 2023.

Les jurys des Masters 2 et de la 3ème année de LEA (pour les étudiants ERASMUS) peuvent se tenir en septembre 2023.

Les formations MEEF sont annualisées, pas de diffusion des notes après les jurys.

Vote conseil UFR le 01/04/2022, Vote CFVU le 08/04/2022

## Annuaire / Personnel UJM

### MASTER LEA RCI :

<b>Responsables de formation</b>	Chantal BARONE	chantal.barone@univ-st-etienne.fr
	Christine DUALÉ	christine.duale@univ-st-etienne.fr
<b>Directrice du Département LEA</b>	Rosa Maria FREJAVILLE	rosa.maria.frejaille@univ-st-etienne.fr

### ADMINISTRATION :

<b>Directeur UFR ALL</b>	Emmanuel MARIGNO	emmanuel.marigno@univ-st-etienne.fr
<b>Responsable administratif</b>	Richard CHAPUIS	richard.chapuis@univ-st-etienne.fr
<b>Responsable de Scolarité</b>	.	
<b>Gestionnaire de Scolarité Master I et II</b>	Frédéric DETROIS	frederic.detroit@univ-st-etienne.fr Tél. : 04 77 42 13 22
<b>Gestionnaire des stages</b>	.	
<b>Gestion des moyens d'enseignement</b>	Sylvie FERRET	sylvie.ferret@univ-st-etienne.fr Tél. : 04 77 42 13 13

### PÔLE INTERNATIONAL :

<b>Chargé de Mission Relations Internationales</b>	Franck MARTIN	franck.martin@univ-st-etienne.fr Tél. : 04 77 42 16 37
<b>Secrétariat du Pôle International</b>	Julie ROURE	julie.roure@univ-st-etienne.fr Tél : 04 77 43 79 70

*Les étudiant-e-s sont invité-e-s à consulter régulièrement leur messagerie et l'espace numérique de travail (MyUJM) du site universitaire, pour toutes informations relatives à leur scolarité*

# RÉGIME SPÉCIFIQUE DES ÉTUDES FACULTÉ ARTS, LETTRES ET LANGUES

*Vu le Règlement Général des Études 2022-2023 de l'université Jean-Monnet (RGE), adopté en Commission de la Formation et de la Vie Universitaire (CFVU) du 08 mai 2022,*

*Vu le code de l'éducation,*

*Considérant les spécificités des formations de la faculté Arts, Lettres et Langues (ALL), il est fait précision ou dérogation aux dispositions du RGE par le présent Régime Spécifique des Études (RSE-ALL).*

*Le RSE-ALL assure la correspondance avec le RGE en reprenant la numérotation des articles concernés.*

## UNITÉS D'ENSEIGNEMENT D'OUVERTURE ET DE SENSIBILISATION (UEOS)

Tous les enseignements proposés en UE libre par la composante ALL ou une autre (étudiant.e.s de L2 et L3 LEA) ne donnent pas lieu à une épreuve de rattrapage sauf pour les cours de langues vivantes.

## VALIDATION DES CRÉDITS

### JURYS ET DÉLIVRANCE DES DIPLÔMES

#### JURYS DE PROGRESSION

Les jurys de progression sont organisés pour la validation de chaque année d'études. Ils se réunissent à l'issue de chaque session d'examens.

#### JURYS DE DIPLÔME

Le jury de diplôme est responsable d'attribuer l'une des mentions « très bien », « bien » ou « assez bien » au diplôme (licence et master) selon les règles d'attribution suivantes :

- Mention « très bien » : attribuée à tout étudiant.e ayant obtenu une moyenne égale ou supérieure à 16/20 à l'année terminant le parcours de formation menant au diplôme.
- Mention « bien » : attribuée à tout étudiant.e ayant obtenu une moyenne égale ou supérieure à 14/20 à l'année terminant le parcours de formation menant au diplôme.
- Mention « assez bien » : attribuée à tout étudiant.e ayant obtenu une moyenne égale ou supérieure à 12/20 à l'année terminant le parcours de formation menant au diplôme.

## **PRINCIPE DE SECONDE CHANCE**

Le rattrapage n'est pas obligatoire.

- Un.e étudiant.e ayant obtenu une note ou des notes inférieures à la moyenne dans les UE non acquises, en première session, a le choix de passer ou de ne pas passer les épreuves de rattrapage. En revanche, il ne peut repasser les épreuves pour lesquelles il a obtenu la moyenne.
- Un.e étudiant.e absent à une épreuve de rattrapage conservera la note obtenue aux épreuves semestrielles de contrôle continu ou de contrôle terminal correspondantes.
- Règle générale : L'étudiant.e qui a passé le rattrapage conserve la meilleure des deux notes obtenues, soit celle de la 1ère session, soit celle du rattrapage.

## **RÈGLES DE PROGRESSION ET REDOUBLEMENT**

### **Licence**

Une compensation annuelle est effectuée entre les deux semestres consécutifs d'une même année universitaire.

**Conditions à la poursuite des études du semestre 1 au semestre 4 avec un parcours antérieur non validé intégralement**

### **Licence mention LEA :**

Pour pouvoir passer de L1 à L2, l'étudiant-e doit avoir obtenu :

- au S1, une note supérieure ou égale à 8/20 de moyenne à l'ECUE de langue A et à l'ECUE de langue B, à la fois au sein de l'UE1, de l'UE2, de l'UE3 et de l'UE6,
- au S2, une note supérieure ou égale à 8/20 de moyenne, d'une part, à l'ensemble des ECUE de langue A et, d'autre part, à l'ensemble des ECUE de langue B, à la fois au sein de l'UE1, de l'UE2, de l'UE3 et de l'UE6.

Pour pouvoir passer de L2 à L3, l'étudiant-e doit avoir obtenu :

- au S3, une note supérieure ou égale à 8/20 de moyenne, d'une part, à l'ensemble des ECUE de langue A et, d'autre part, à l'ensemble des ECUE de langue B, à la fois au sein de l'UE1, de l'UE2, et de l'UE3,
- au S4, une note supérieure ou égale à 8/20 de moyenne, d'une part, à l'ensemble des ECUE de langue A et, d'autre part, à l'ensemble des ECUE de langue B, à la fois au sein de l'UE1, de l'UE2, et de l'UE3.

### **Licence mention Lettres modernes / Lettres et Humanités.**

Les étudiant.e.s ayant validé le semestre 1, mais pas le semestre 2 : le passage en année supérieure est possible à condition d'avoir validé les UE1 et UE2 du semestre 2.

Les étudiant.e.s ayant validé le semestre 2, mais pas le semestre 1 : le passage en année supérieure est possible à condition d'avoir validé les UE1 et UE2 du semestre 1.

### **Licence mention Musicologie**

Les étudiant.e.s ayant validé le semestre 1, mais pas le semestre 2 : le passage en année supérieure est possible à condition d'avoir validé l'UE3 du semestre 2.

Les étudiant.e.s ayant validé le semestre 2, mais pas le semestre 1 : le passage en année supérieure est possible à condition d'avoir validé l'UE3 du semestre 1.

### **Licence mention LLCER parcours Anglais**

Les étudiant.e.s ayant validé le semestre 1, mais n'ayant pas validé pas le semestre 2: le passage en année supérieure est possible à condition que la moyenne de l'UE 1 avec l'UE2 soit supérieure à 8/20 au semestre 2.

Les étudiant.e.s ayant validé le semestre 2, mais n'ayant pas validé le semestre 1: le passage en année supérieure est possible à condition que la moyenne de l'UE 1 avec l'UE2 soit supérieure à 8/20 au semestre 1.

### **Licence mention LLCER parcours Espagnol**

Les étudiant.e.s ayant validé le semestre 1, mais pas le semestre 2 : le passage en année supérieure est possible à condition d'avoir validé l'UE1 du semestre 2.

Les étudiant.e.s ayant validé le semestre 2, mais pas le semestre 1 : le passage en année supérieure est possible à condition d'avoir validé l'UE1 du semestre 1.

### **Licence mention Arts plastiques**

Les étudiant.e.s ayant validé le semestre 1, mais pas le semestre 2 : le passage en année supérieure est possible à condition d'avoir obtenu au moins 8/20 de moyenne à l'UE1 et UE2 du semestre 2.

Les étudiant.e.s ayant validé le semestre 2, mais pas le semestre 1 : le passage en année supérieure est possible à condition d'avoir obtenu au moins 8/20 de moyenne à l'UE1 et UE2 du semestre du semestre 1.

## **ASSIDUITÉ**

### **CAS GÉNÉRAL**

L'étudiant.e qui a trois absences injustifiées à un cours sera déclaré.e « absent injustifié » au cours concerné. La mention « absent injustifié » à un cours entraîne le non-calcul de la note de l'UE et de la moyenne du semestre, donc l'ajournement de l'étudiant.e.

## **AMÉNAGEMENTS DES ÉTUDES**

### **DISPENSES D'ASSIDUITÉ**

Les demandes d'aménagements doivent être déposées au service de scolarité avant le 30 septembre 2022 pour les semestres impairs, avant le 10 février 2023 pour les semestres pairs.

Dans le cadre des aménagements handicap, les certificats de la médecine préventive doivent être transmis au service de scolarité avant le 18 novembre 2022 pour les semestres impairs, avant le 17 mars 2023 pour les semestres pairs.

Les règlements sont à retrouver sur le site de l'UJM : <https://www.univ-st-etienne.fr/fr/formation/reglement-general-des-etudes.html>

# ÉTUDES ET HANDICAP

Le Bureau Accueil Handicap (BAH) de l'université Jean Monnet propose différentes aides aux étudiant.e.s en situation de handicap, notamment :

- un soutien pédagogique
- un temps supplémentaire aux examens
- une aide à la prise de notes
- un accompagnement sur le campus
- une visite accessibilité campus
- le prêt de matériels spécifiques (dictaphone, logiciels spécifiques...)
- une salle de travail équipée d'un ordinateur est également dédiée aux étudiants pour les séances de tutorat ou le travail personnel

## Aménagements d'examens, de concours et/ou d'études

Vous avez jusqu'au 15 novembre de l'année universitaire en cours pour faire une demande d'aménagement et vous faire connaître de nos services afin que votre dossier soit pris en compte. Afin de constituer votre dossier, merci de suivre la procédure de mise en oeuvre des aménagements d'examens, de concours et/ou d'études.

## Préparer sa rentrée à l'UJM

Lycéens et futurs étudiants : vous devez prendre contact avec notre service dès le mois de mars précédent votre rentrée à l'UJM afin de préparer votre rentrée universitaire !

## Jobs étudiants

Plusieurs offres d'emploi pour les étudiants de l'UJM sont proposées par le BAH (preneur de notes, tuteur etc.). Rendez-vous sur la [page dédiée](#) pour les consulter et postuler !

## Contacts :

*Le Bureau est ouvert*

- du lundi au jeudi de 9h à 12h et de 13h30 à 17h
- le vendredi de 9h à 12h.

Pour prendre rdv :

- Téléphone au 04 77 42 17 22
- Par mail : [accueilhandicap @ univ-st-etienne.fr](mailto:accueilhandicap@univ-st-etienne.fr)
- Site : <https://www.univ-st-etienne.fr/fr/vie-de-campus/etudes-et-handicap.html>

## À NE PAS OUBLIER, À COCHER

**Mon inscription Administrative** avant 22 juillet 2022 pour les masters, avant le 1<sup>er</sup> septembre pour les licences.

Ainsi je pourrai avoir accès mes emplois du temps, à mes cours, à mon espace MyUJM, avoir ma carte étudiante....

Je garde sur moi **ma carte étudiante**. Elle me permet d'accéder aux locaux, de composer lors des examens, d'emprunter des livres, de manger au CROUS... Les cartes étudiantes sont envoyées à l'adresse indiquées lors de mon inscription (je dois mettre à jours mes information si je déménage).

**J'assite aux réunions de rentrée**

**Mon inscription Pédagogique** pour les semestres impairs avant le 16 septembre 2022 et 27 janvier 2023 pour les semestres pairs.

Cela me permettra d'être inscrit aux cours, d'avoir des notes sur ces dernier et ainsi d'avoir un relevé de note indispensable à la validation de mon année.

SI j'ai **un stage obligatoire**, faire mes recherches dès le début de l'année. Il faut que je présente ma convention (signé par l'ensemble de partie avec toutes les pièces) à l'administration de la faculté au moins 15 jours avant d'aller en entreprise.

Je **consulte mes notes** provisoires des semestres impairs dès le 24 février 2022 sur mon espace MuYUJM. S'il y a un souci, je me signal immédiatement à mon gestionnaire de scolarité.

Je **télécharge, j'imprime et je conserve précieusement mes relevés de notes en fin d'année**. Ils me seront indispensable pour candidater à des masters ou des doctorats

Je **regarde régulièrement ma messagerie universitaire et le site de la faculté**.

C'est là que e trouverait les informations indispensables à la réussite de mes études

# Le Master LEA à l'UJM

## PARCOURS RELATIONS COMMERCIALES INTERNATIONALES



Université **Formation** International Recherche Entreprises Vie de campus

Accueil > Formation > Master > Master > Master Langues étrangères appliquées Parcours Relations Commerciales Internationales

CATALOGUE DES FORMATIONS

INSCRIPTIONS / ADMISSIONS

RÈGLEMENT GÉNÉRAL DES É...

RÉGIMES SPÉCIFIQUES

FORMATION CONTINUE

ORIENTATION / INSERTION P...

ENTREPRENEURIAT

CHOISIR L'UNIVERSITÉ

ACTES RÉGLEMENTAIRES

SERVICES AUX ÉTUDIANTS

Diplôme Master  
Domaine d'étude Arts, Lettres,  
Langues  
Mention Langues étrangères  
appliquées  
Parcours Relations Commerciales  
Internationales

Fiche formation

/ PRÉSENTATION / COMPÉTENCES

## MASTER LANGUES ÉTRANGÈRES APPLIQUÉES PARCOURS RELATIONS COMMERCIALES INTERNATIONALES



La spécialisation Master LEA parcours Relations Commerciales Internationales (RCI) a pour but de former des étudiant.e.s experts en deux langues étrangères (anglais obligatoire et, au choix selon le parcours suivi antérieurement, allemand, espagnol, italien ou portugais). Pendant leurs deux années de master, les étudiant.e.s acquièrent un complément aux compétences acquises dans le cadre de la Licence Langues Étrangères Appliquées dans les domaines du commerce international, du management international de l'entreprise, du droit, de la gestion comptable, de la gestion des ressources humaines, de la négociation interculturelle, de la fiscalité internationale, du marketing et du web-marketing, de la logistique et de la maîtrise des outils informatiques.

L'équipe pédagogique insiste également sur des axes de développement importants pour la région Rhône-Alpes (en tant que deuxième région économique de France dont les échanges économiques avec ses partenaires européens et mondiaux sont primordiaux) et Saint-Étienne, en particulier, dont le transport international et le commerce lié à l'art et au design. La logistique est une pierre angulaire de ces relations économiques et commerciales.



[https://www.univ-st-etienne.fr/fr/formation/master-XB/master-XB/master-langues-etrangeres-appliquees-parcours-relations-commerciales-internationales-5\\_02\\_07\\_0013\\_FR.html](https://www.univ-st-etienne.fr/fr/formation/master-XB/master-XB/master-langues-etrangeres-appliquees-parcours-relations-commerciales-internationales-5_02_07_0013_FR.html)

## **Année 1 : Master I - Relations Commerciales Internationales**

**Responsables de formation : Chantal BARONE et Christine DUALÉ**

### **CHIFFRES CLÉS :**

<b>25</b>	<b>24</b>	<b>2</b>	<b>18</b>	<b>1</b>	<b>8</b>
étudiants	intervenants	semestres universitaires	semaines de cours	stage obligatoire	semaines de stage minimum

### **OBJECTIF DE LA FORMATION :**

Combinant enseignements et stage en entreprise (deux mois minimum à l'étranger), le Master I : Langues Étrangères Appliquées, Relations Commerciales Internationales a pour objectif de former des étudiants performants dans deux langues étrangères tout en les dotant de solides compétences en commerce international, marketing, gestion commerciale, droit, informatique, transport et logistique.

### **CONDITION D'ADMISSION :**

Être titulaire d'une Licence LEA UJM (anglais/allemand, anglais/espagnol, anglais/italien, anglais/portugais) et présenter sa candidature sur la plateforme E-candidat selon le calendrier affiché en temps utile sur le site de l'UJM.

Pour les étudiants dont le parcours serait différent, l'admission en Master I Langues Étrangères Appliquées sera soumise à la même procédure, complétée éventuellement par un examen de la compétence dans les deux langues vivantes du cursus souhaité, voire dans les matières dites d'application.

La possibilité de reprendre ses études est également donnée à ceux qui le souhaitent par la validation des acquis de l'expérience (VAE).

### **ET APRÈS ?**

Débouchés : A l'issue du Master I, nombre d'étudiants peuvent se mettre en quête d'un emploi lié au commerce international, quel que soit le secteur d'activités.

Poursuite d'études : Titulaires du Master I, les étudiants sont vivement invités à s'inscrire en Master II Relations Commerciales Internationales à l'Université Jean Monnet ou éventuellement à présenter leur candidature dans tout autre Master II apparenté existant en France ou à l'étranger.

## Année 2 : Master II - Relations Commerciales Internationales

Responsables de formation : Chantal BARONE et Christine DUALÉ

### CHIFFRES CLÉS :

25	17	1	12	1	5
étudiants	intervenants	semestre universitaire	semaines de cours	stage obligatoire	mois de stage minimum

### OBJECTIFS DE LA FORMATION :

Suite logique du Master I : Langues Étrangères Appliquées, Relations Commerciales Internationales, le Master II du même nom a pour but de former des étudiants véritablement experts dans deux langues étrangères et de consolider leurs compétences en commerce international, management de l'entreprise, droit, marketing, fiscalité internationale, gestion des ressources humaines, négociation interculturelle, maîtrise des outils informatiques, transport et logistique.

La formation dite théorique (premier semestre) est assurée par des enseignants-chercheurs, des enseignants titulaires et des professionnels spécialistes des disciplines enseignées. La formation est complétée par un stage long (cinq mois minimum) en France ou à l'étranger, véritable tremplin qui permet, à terme, aux étudiants du master RCI de l'UJM, de postuler à des postes à responsabilités dans le commerce international.

### CONDITIONS D'ADMISSION :

Pour intégrer le Master II Relations Commerciales Internationales, les étudiants de l'Université Jean Monnet de Saint-Etienne ayant réussi le Master I : Langues Étrangères Appliquées doivent simplement s'inscrire administrativement à l'UJM.

L'entrée en Master II est également possible pour les étudiants venus d'autres Universités et d'autres parcours, sur dossier (procédure E-candidat) et éventuel entretien.

### ET APRÈS ?

Débouchés : Le Master II Relations Commerciales Internationales est une formation d'excellence qui permet aux étudiants formés de prétendre à des postes à responsabilités dans des secteurs d'activités très variés : Responsable Export ou Responsable Zone Export, selon la taille du groupe, Responsable Logistique, Responsable Achats, etc.

Poursuite d'études : L'objectif de cette formation est professionnel avec une possibilité, pour les étudiant.e.s qui le souhaitent, de poursuivre leur recherche débutée en master au niveau doctoral. **Le doctorat LEA – RCI parcours « Interculturalité et Identités dans les Échanges Commerciaux Internationaux »** s'adresse, en priorité, aux étudiant.e.s ayant validé leur Master LEA – RCI.

Ce doctorat s'articule autour de perspectives de recherche propres à LEA afin de donner la possibilité de continuer à croiser les disciplines (langues étrangères + management, marketing, relations commerciales, etc...) comme cela est le cas jusqu'au Master II LEA-RCI. Se concentrer sur l'interculturalité est l'occasion de développer la recherche sur les spécificités propres aux zones géographiques et culturelles dans la gestion des échanges économiques et commerciaux.

2 formats de doctorats sont proposés : Un doctorat « classique » et un doctorat en collaboration avec des entreprises internationales et financé par l'entreprise où la recherche doctorale sera effectuée. Dans ce cadre, les étudiant.e.s peuvent bénéficier d'une bourse CIFRE et en faire eux-mêmes la demande. L'objectif étant de placer les doctorant.e.s dans des conditions d'emploi scientifique et de favoriser le développement de la recherche partenariale entre le milieu académique et les entreprises.

Dans les 2 cas, les étudiant.e.s devront s'inscrire à l'École Doctorale 3LA <http://3la.univ-lyon2.fr/> et seront rattaché.e.s à l'unité de recherche ECLLA de l'UJM.

### **Contact**

Christine Dualé, professeur des universités, Unité de recherche ECLLA, UJM.

## **UNITÉ de RECHERCHE ECLLA – UJM :**

### **Études du Contemporain en Littératures, Langues, Arts**

Directrice : Anolga Rodionoff [anolga.rodionoff@univ-st-etienne.fr](mailto:anolga.rodionoff@univ-st-etienne.fr)

#### Axes de recherche

#### **A1 : Territoires et Représentations**

Gilles Del Vecchio ([gilles.del.vecchio@univ-st-etienne.fr](mailto:gilles.del.vecchio@univ-st-etienne.fr))

Rémi Dignonnet ([remi.dignonnet@univ-st-etienne.fr](mailto:remi.dignonnet@univ-st-etienne.fr))

#### **A2 : Espaces de savoirs critiques**

Evelyne Lloze ([evelyne.lloze@univ-st-etienne.fr](mailto:evelyne.lloze@univ-st-etienne.fr))

Anolga Rodionoff ([anolga.rodionoff@univ-st-etienne.fr](mailto:anolga.rodionoff@univ-st-etienne.fr))

#### **A3 : Créations - Technologies – Imaginaires**

Jérôme Dutel ([jerome.dutel@univ-st-etienne.fr](mailto:jerome.dutel@univ-st-etienne.fr))

Laurent Pottier ([laurent.pottier@univ-st-etienne.fr](mailto:laurent.pottier@univ-st-etienne.fr))

#### **A4 : Créations en tension**

Christine Dualé ([christine.duale@univ-st-etienne.fr](mailto:christine.duale@univ-st-etienne.fr))

Carole Nosella ([carole.nosella@univ-st-etienne.fr](mailto:carole.nosella@univ-st-etienne.fr))



<https://eclla.univ-st-etienne.fr/fr/index.html>



Obligatoires pour l'obtention du diplôme de Master I et de Master II, ces stages en entreprises sont extrêmement importants, tant pour les étudiants concernés que pour les relations entre l'Université et le monde industriel. L'étudiant stagiaire devra faire preuve non seulement de son savoir linguistique et de son aisance dans le maniement des langues, mais également d'une grande capacité à s'adapter, à s'intégrer et à prendre des initiatives, en rapport notamment avec les matières dites d'application ou professionnelles. Il devra s'agir dans tous les cas d'un réel stage et non d'un « job de printemps ou d'été » (privilégier la structure d'accueil et le contenu du stage plutôt que la proximité), d'une expérience réellement valorisante à envisager avec le plus grand sérieux (chaque année, divers stagiaires ayant effectué un stage de qualité se voient proposer, à l'issue de ce stage, un CDD voire un CDI, ce qui facilite grandement l'entrée dans le monde du travail). Enfin, il va de soi que plus le stage est long, plus il est facile de l'obtenir et le CV s'en trouve valorisé.

Les stages sont soumis à la validation des responsables du Master LEA RCI puis à la signature d'une convention de stage avant le début de ce dernier.

## Stage en Master I

### 8 SEMAINES MINIMUM\* A 6 MOIS MAXIMUM

Il se fait **obligatoirement à l'étranger**, au choix de l'étudiant.e, dans un pays de langue A ou dans un pays de langue B.

Ce stage de Master I fait l'objet d'un rapport de stage de 40 à 50 pages (16 000 mots minimum hors annexes) qui sera rédigé avec le plus grand soin (fond et forme) et qui donnera lieu à deux notes. Une première note (coefficient 3) sera attribuée au rapport lui-même, une seconde note (coefficient 1) sera attribuée lors d'une soutenance du rapport de stage devant un jury composé d'un enseignant de langue.

#### Langues de rédaction et de soutenance

Le rapport sera rédigé dans la langue de travail utilisée dans l'entreprise lors du stage. La soutenance se fera dans cette même langue.

#### TUTEUR UNIVERSITAIRE EN MASTER I :

1. Les responsables du Master procéderont à la répartition des rapports entre les tuteurs avant le départ en stage et en accord avec les membres de l'équipe pédagogique. Chaque étudiant.e sera averti de l'identité de l'enseignant.e qui le/la suivra durant le stage, corrigera son rapport et le/la fera soutenir. **ATTENTION** : Il appartient à l'étudiant.e de prendre immédiatement contact avec son tuteur universitaire dès qu'il/elle est averti.e de son identité.
2. Avant de rendre le rapport de stage, il revient aux étudiant.e.s de prendre impérativement contact avec leur tuteur/tutrice universitaire et de stage afin de fixer DATE, HEURE et LIEU de soutenance. Cette tâche n'est assurée NI par l'administration, NI par le/la tuteur/tutrice universitaire de l'étudiant.e.encadré.e.

## **Stage en Master II**

### **5 MOIS MINIMUM À 6 MOIS MAXIMUM**

Il peut se faire en **France ou à l'étranger**.

Ce stage de Master II fait l'objet, non pas d'un rapport de stage, mais d'un mémoire de stage de 60 à 70 pages (24 000 mots minimum hors annexes) exposant une problématique judicieuse clairement définie et choisie en fonction du secteur d'activités de l'entreprise d'accueil. Le sujet est libellé en accord avec le tuteur de l'entreprise où le stage est effectué et le tuteur-enseignant désigné pour le suivi.

Ce mémoire sera rédigé avec le plus grand soin (fond et forme) et donnera lieu à trois notes. Une première note sera attribuée au stage par le tuteur entreprise (coef. 1), une seconde note sera attribuée au mémoire (travail écrit) par le tuteur universitaire (coef. 3), une troisième note sera attribuée lors d'une soutenance du mémoire devant un jury obligatoirement composé de deux personnes : le tuteur universitaire et le tuteur de l'entreprise du stage (moyenne des notes de chaque membre du jury : coef. 1).

**Attention** : si, pour diverses raisons, le tuteur d'entreprise ne peut/ne veut se déplacer, il devra obligatoirement être remplacé par un second enseignant (l'étudiant.e a alors la charge de contacter, sans délai, le second enseignant qui siègera en soutenance).

#### **Langues de rédaction et de soutenance**

Le mémoire de Master II sera rédigé dans la langue de travail utilisée dans l'entreprise lors du stage. La soutenance se fera dans cette même langue.

#### **TUTEUR UNIVERSITAIRE EN MASTER II :**

1. Il incombe à l'étudiant.e, et non pas aux responsables du Master ou à l'administration, de se mettre en rapport avec ses enseignants (avant le début de stage ou, au plus tard, dans les premières semaines) pour déterminer, en fonction du stage (missions confiées...), qui encadrera le travail de recherche et de rédaction du mémoire de master II (tuteur universitaire).
2. Avant de rendre leur mémoire, les étudiant.e.s devront impérativement prendre contact avec leur tuteur universitaire afin de fixer DATE, HEURE et LIEU de soutenance. Cette tâche n'est assurée NI par l'administration, NI par le/la tuteur/tutrice universitaire de l'étudiant.e.encadré.e.

**ATTENTION : EN CAS DE NON-RESPECT DE CES CONSIGNES,  
LE RAPPORT/MÉMOIRE NE SERA PAS CORRIGÉ.**



**TOUT CAS PARTICULIER EST À SOUMETTRE AUX RESPONSABLES DU MASTER**

#### **REMARQUES :**

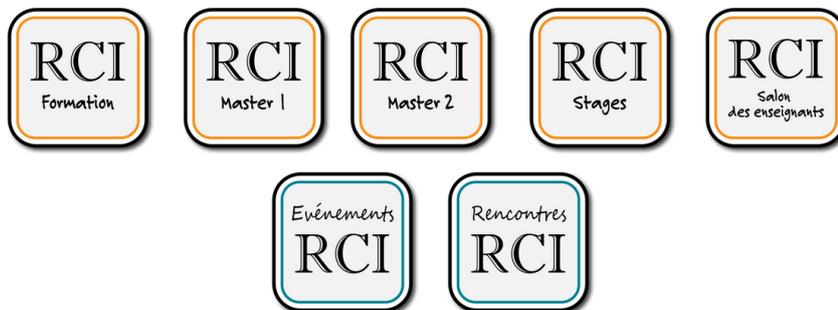
- 1) Les conventions de stage ne sont pas une simple question administrative, ce que les Anglais appelleraient "red tape". Il s'agit, au contraire, d'une démarche légale importante pour l'entreprise, l'Université et vous-même. Elles doivent être signées avant le début du stage, afin de permettre à tout un chacun d'être dans une situation administrative légale.

- 2) N'oubliez pas de joindre à votre dossier les enveloppes timbrées qui vous sont demandées. Si le courrier doit être envoyé à l'étranger, notamment aux États-Unis ou en Amérique Latine, etc., affranchissez chaque enveloppe en conséquence. En respectant ces exigences, vous apprendrez à acquérir une véritable démarche professionnelle.
- 3) Les stages en Allemagne peuvent bénéficier d'une aide financière de l'OFAJ d'un montant de 300 € par mois dans la limite de 900 €. Cette bourse n'est pas accordée si le montant de la gratification (stage rémunéré ou aide financière de la région, etc.) dépasse 800 € par mois. D'autre part, cette aide ne peut être accordée qu'une seule fois. Pour tout renseignement à ce sujet, les étudiant.e.s doivent consulter : <https://www.ofaj.org/bourse-pour-stage-pratique-pour-etudiants>.
- 4) Les étudiant.e.s effectuant leur stage en Europe peuvent bénéficier de la bourse Erasmus+. Un dossier doit être déposé au préalable auprès du service des Relations Internationales de l'UJM.
- 5) Les étudiant.e.s (Master I et Master II) **doivent consulter** la rubrique « Stages » du site Moodle du Master LEA-RCI de l'UJM.



**MASTER LEA-RCI**  
*PARCOURS*  
**RELATIONS COMMERCIALES INTERNATIONALES**

La spécialisation **Master Relations Commerciales Internationales (RCI)** a pour but de former des étudiants experts en deux langues étrangères (anglais obligatoire et, au choix selon le parcours suivi antérieurement, allemand, espagnol, italien ou portugais) qui acquièrent pendant leurs deux années un complément aux compétences acquises dans le cadre de la Licence Langues Étrangères Appliquées dans les domaines du commerce international, du management de l'entreprise dans un contexte international, du droit, de la gestion comptable, de la gestion des ressources humaines, de la négociation interculturelle, de la fiscalité internationale, du marketing et du web-marketing, de la logistique et de la maîtrise des outils informatiques.



Tous les documents nécessaires au déroulement du stage sont disponibles sur la plateforme Moodle :



<https://mood.univ-st-etienne.fr/course/index.php?categoryid=338>

# Master I : Organisation du semestre 1

## PARCOURS RELATIONS COMMERCIALES INTERNATIONALES

Calendrier sur **12 semaines** de cours  
*Les matières en italique sont communes avec le Master MRT*

<b>BLOC 1 COMMUNICATION SPÉCIALISÉE</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>Régime continu</b>	<b>Régime bloqué</b>	<b>Seconde chance</b>	<b>Ects 14</b>	<b>Coef 5</b>
<b>LANGUE A</b>							
<i>Interculturalité et contexte socio-économique</i>	24		Épreuve écrite	Épreuve écrite 2h	Épreuve écrite 2h	3	3
<i>Langue des affaires et du commerce international [1]</i>		20	Épreuve orale + dossier	Épreuve orale	Épreuve orale	3	2
<i>Communication [1]</i>		12	Épreuve orale	Épreuve orale	Épreuve orale	1	1
<b>LANGUE B *</b>							
<i>Interculturalité et contexte socio-économique</i>	24		Épreuve écrite	Épreuve écrite 2h	Épreuve écrite 2h	3	3
<i>Langue des affaires et du Commerce International [1]</i>		20	Épreuve écrite et orale	Épreuve écrite 1h	Épreuve écrite 1h	3	2
<i>Communication [1]</i>		12	Épreuve orale	Épreuve orale	Épreuve orale	1	1

\* Allemand / Espagnol / Italien / Portugais

<b>BLOC 2 DÉVELOPPEMENT ET INTÉGRATION DE SAVOIRS HAUTEMENT SPÉCIALISÉS</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>Régime continu</b>	<b>Régime bloqué</b>	<b>Seconde chance</b>	<b>Ects 11</b>	<b>Coef 4</b>
<i>Organisation de l'entreprise</i>	12		Épreuve écrite	Épreuve écrite 2h	Épreuve écrite 2h	2	1
<i>Gestion / Comptabilité</i>	12		Épreuve écrite	Épreuve écrite 2h	Épreuve écrite 2h	2	1
Outils et techniques du commerce international		18	Épreuve écrite	Épreuve écrite 3h	Épreuve écrite 3h	3	3
Marketing [1]		18	Dossier	Épreuve écrite 3h	Épreuve écrite 3h	2	2
Droit du commerce international	12		Épreuve écrite	Épreuve écrite 1h	Épreuve écrite 1h	2	1

<b>BLOC 3 USAGES AVANCÉS ET SPÉCIALISÉS DES OUTILS NUMÉRIQUES</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>Régime continu</b>	<b>Régime bloqué</b>	<b>Seconde chance</b>	<b>Ects 2</b>	<b>Coef 1</b>
Informatique [1]		12	Épreuve technique	Épreuve technique 1h	Épreuve technique 1h	2	1

<b>BLOC 4 CONTEXTE PROFESSIONNEL</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>Régime continu</b>	<b>Régime bloqué</b>	<b>Seconde chance</b>	<b>Ects 2</b>	<b>Coef 1</b>
Service Insertion professionnelle						2	1
Préparation du stage à l'étranger		3					

<b>BLOC 5 MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>Régime continu</b>	<b>Régime bloqué</b>	<b>Seconde chance</b>	<b>Ects 1</b>	<b>Coef 1</b>
Recherche documentaire BU		9	Épreuve orale + dossier	Épreuve écrite 2h	Épreuve écrite 2h	1	1
Cycle de conférences – Les rencontres RCI	3						

## Master I : Organisation du semestre 2

### PARCOURS RELATIONS COMMERCIALES INTERNATIONALES

Calendrier sur **6 semaines** de cours  
*Les matières en italique sont communes avec le Master MRT*

<b>BLOC 1 COMMUNICATION SPÉCIALISÉE</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>Régime continu</b>	<b>Régime bloqué</b>	<b>Seconde chance</b>	<b>Ects 10</b>	<b>Coef 5</b>
<b>LANGUE A</b>							
Langue des affaires et du commerce international [2]		18	Épreuve écrite et orale	Épreuve orale	Épreuve orale	3	2
<i>Communication</i> [2]		12	Épreuve orale	Épreuve orale	Épreuve orale	2	1
<b>LANGUE B *</b>							
Langue des affaires et du commerce international [2]		18	Épreuve écrite et orale	Épreuve écrite 1h	Épreuve écrite 1h	3	2
<i>Communication</i> [2]		12	Épreuve orale	Épreuve orale	Épreuve orale	2	1

\* Allemand / Espagnol / Italien / Portugais

<b>BLOC 2 DÉVELOPPEMENT ET INTÉGRATION DE SAVOIRS HAUTEMENT SPÉCIALISÉS</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>Régime continu</b>	<b>Régime bloqué</b>	<b>Seconde chance</b>	<b>Ects 10</b>	<b>Coef 4</b>
Fiscalité internationale [1]	6	6	Épreuve écrite	Épreuve écrite 2h	Épreuve écrite 2h	2	1
Transports et logistique [1]	12		Épreuve écrite	Épreuve écrite 2h	Épreuve écrite 2h	3	1
International Trade / Sales Techniques and Behaviors		12	Épreuve écrite et orale	Épreuve écrite 3h	Épreuve écrite 3h	3	2
Marketing [2]		12	Épreuve orale	Épreuve écrite 2h	Épreuve écrite 2h	2	1

<b>BLOC 3 USAGES AVANCÉS ET SPÉCIALISÉS DES OUTILS NUMÉRIQUES</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>Régime continu</b>	<b>Régime bloqué</b>	<b>Seconde chance</b>	<b>Ects 2</b>	<b>Coef 1</b>
Informatique [2]		12	Épreuve technique	Épreuve technique 1h	Épreuve technique 1h	2	1

<b>BLOC 4 CONTEXTE PROFESSIONNEL</b>	<b>Régime continu</b>					<b>Ects 8</b>	<b>Coef 5</b>
Stage à l'étranger de 2 mois minimum + Rapport	1 note de rapport, du tuteur enseignant (coef. 3) + 1 note de soutenance, du tuteur enseignant (coef. 1)					8	3

<b>BLOC 5 MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>Régime continu</b>	<b>Régime bloqué</b>	<b>Seconde chance</b>	<b>Ects</b>	<b>Coef</b>
Préparation à la rédaction du rapport de stage et à la soutenance		4					
Lectures universitaires et interculturelles		2					

## Master II : Organisation du semestre 3

### PARCOURS RELATIONS COMMERCIALES INTERNATIONALES

Calendrier sur 12 semaines de cours

BLOC 1 COMMUNICATION SPÉCIALISÉE	CM	TD	Régime continu	Régime bloqué	Seconde chance	Ects 12	Coef 5
<b>LANGUE A</b>							
Contexte et culture socio-économique	18		Dossier	Dossier	Dossier	4	2
Communication [3]		18	<i>Serious Game</i> <sup>1</sup>	Épreuve orale	Épreuve orale	2	1
<b>LANGUE B*</b>							
Contexte et culture socio-économique	18		Épreuves écrites et/ou orales	Épreuve écrite 2h	Épreuve écrite 2h	4	2
Communication [3]		18	Épreuve écrite et orale – ou – <i>Serious Game</i>	Épreuve orale	Épreuve orale	2	1

\*Allemand OU Espagnol OU Italien OU Portugais.

BLOC 2 DÉVELOPPEMENT ET INTÉGRATION DE SAVOIRS HAUTEMENT SPÉCIALISÉS	CM	TD	Régime continu	Régime bloqué	Seconde chance	Ects 14	Coef 5
Management de l'entreprise	12	12	Épreuve écrite et orale	Épreuve écrite 2h	Épreuve écrite 2h	2	1
Gestion des ressources humaines	12	12	Épreuve écrite et orale	Épreuve écrite 2h	Épreuve écrite 2h	2	1
Négociation interculturelle	12	12	Épreuve écrite	Épreuve écrite 2h	Épreuve écrite 2h	2	1
International Trade / Launching a Company	18	18	<i>Serious Game</i>	Épreuve orale	Épreuve orale	3	3
Marketing [3]	12	12	<i>Serious Game</i>	Épreuve écrite 2h	Épreuve écrite 2h	2	2
Fiscalité internationale [2]	6	6	Épreuve écrite	Épreuve écrite 2h	Épreuve écrite 2h	1	1
Transports et logistique / ERP [2]	12	12	<i>Serious Game</i>	Épreuve écrite 3h	Épreuve écrite 3h	2	2

BLOC 3 USAGES AVANCÉS ET SPÉCIALISÉS DES OUTILS NUMÉRIQUES	CM	TD	Régime continu	Régime bloqué	Seconde chance	Ects 2	Coef 1
Webmarketing / Digital Practice	12	12	<i>Serious Game</i>	Épreuve technique 2h	Épreuve technique 2h	2	1

BLOC 4 CONTEXTE PROFESSIONNEL	CM	TD	Régime continu	Régime bloqué	Seconde chance	Ects 2	Coef 1
Service Insertion professionnelle						2	1
Serious Game / Feedback et évaluation par compétences		2					

BLOC 5 MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE	CM	TD	Régime continu	Régime bloqué	Seconde chance	Ects	Coef
Préparation à la rédaction du mémoire et à la soutenance		3					
Cycle de conférences – Les rencontres RCI	3						

**Master II : Organisation du semestre 4**  
**PARCOURS RELATIONS COMMERCIALES INTERNATIONALES**

Le stage occupe la totalité du semestre 4

<b>BLOC 1 CONTEXTE PROFESSIONNEL</b>	<b>Régime continu</b>	<b>Ects 30</b>	<b>Coef 6</b>
Stage de 5 mois minimum + Mémoire	1 note de stage, du tuteur entreprise (coef. 1) + 1 note de mémoire, du tuteur enseignant (coef. 3) + 1 note de soutenance (coef. 1 ; moyenne d'1 note du tuteur entreprise et d'1 note du tuteur enseignant)	30	4

# Master I

## Descriptifs des cours et intervenant.e.s du semestre 1

### BLOC 1 - COMMUNICATION SPÉCIALISÉE

#### ➤ Interculturalité et contexte socio-économique : 24 CM

##### ANGLAIS :

Dans ce cours, nous aborderons trois questions fondamentales qui se posent en contexte international. Comment notre culture influence (ou détermine ?) notre façon de voir et de comprendre le monde et les autres ? Quelles sont les difficultés qui pourraient se présenter quand des individus venant de cultures différentes doivent travailler ensemble ? Quelles sont les techniques et les stratégies possibles pour atténuer les problèmes rencontrés dans ces échanges interculturels ? Ce cours invite les étudiant.e.s à une réflexion personnelle sur ces questions, tout en proposant quelques cas d'études précis et des solutions envisageables aux problèmes identifiés.

Leland TRACY, [leland.tracy@univ-st-etienne.fr](mailto:leland.tracy@univ-st-etienne.fr)

##### ALLEMAND :

Ce cours a pour objectif de sensibiliser les étudiant.e.s aux différences de mentalité qui caractérisent les Allemands et les Français tant dans la sphère privée que dans le monde professionnel avec un accent particulier mis sur les situations de négociation et de management. Il débutera par une présentation théorique approfondie des standards culturels français et allemands et enchaînera avec une partie pratique incluant des études de cas et de vidéos centrées autour de « critical incidents » ainsi que des analyses de publicités interculturelles.

Isabelle PAUZE-KEVENHÖRSTER, [isabelle.pauze@univ-st-etienne.fr](mailto:isabelle.pauze@univ-st-etienne.fr)

##### ESPAGNOL :

Une étude approfondie de la culture et du contexte socio-économique des pays hispanophones est une connaissance indispensable pour tout professionnel confronté à des défis interculturels. Outre l'ouverture vers d'autres cultures, une analyse de l'interculturalité permet à l'étudiant de mener une réflexion sur sa propre culture et de découvrir ainsi la relativité des pratiques culturelles liées aux particularités spatiales et historiques des territoires. Afin de renforcer le niveau d'expression des étudiants, le cours est dispensé en espagnol.

Carmen DEL VECCHIO, [maria.del.carmen.del.vecchio@univ-st-etienne.fr](mailto:maria.del.carmen.del.vecchio@univ-st-etienne.fr)

Ce cours explore les « dimensions culturelles » (G. Hofstede) qui ont une influence sur les relations dans le monde du travail et dans le cadre de la coopération internationale. Après avoir défini les six « dimensions » existantes selon ce modèle théorique, nous nous concentrerons sur les différences entre les profils de divers pays hispano-américains que nous comparerons à la culture française.

Raphaël ROCHÉ, [raphael.roche@univ-st-etienne.fr](mailto:raphael.roche@univ-st-etienne.fr)

##### ITALIEN :

Dans ce cours nous analysons les diverses facettes de l'interculturalité en la mettant en relation avec la notion « d'italianité ». Pour ce faire nous nous appuyons sur l'étude des représentations sociales (voire des stéréotypes) dans la presse, les médias, etc., et sur la prise en compte de la multiplicité des contextes d'usage et des locuteur.trice.s de la langue italienne dans le panorama international.

Valeria VILLA-PEREZ, [valerie.villa@univ-st-etienne.fr](mailto:valerie.villa@univ-st-etienne.fr)

## **PORTUGAIS :**

Le cours aborde les concepts de multilinguisme, plurilinguisme et interculturalité en contexte de mondialisation sociétal. Une attention particulière est donnée à la typologie de l'interculturalité. Sont traitées les cultures de négociation dans les axes Europe/Amériques, Europe/Asie et Europe/Afrique. Approche projet : construction interculturelle (*Mapas do Confinamento*).

Rosa Maria FREJAVILLE, [rosa.maria.frejaille@univ-st-etienne.fr](mailto:rosa.maria.frejaille@univ-st-etienne.fr)

Andreia SILVA-MALLET, [andreia.silva.mallet@univ-st-etienne.fr](mailto:andreia.silva.mallet@univ-st-etienne.fr)

## ➤ **Langue des affaires et du commerce international [1] : 20 TD**

### **ANGLAIS :**

Travail sur la voix, l'intonation et le vocabulaire d'entreprise pour apprendre à mieux communiquer dans un environnement international avec les moyens technologiques fréquemment utilisés en entreprise : powerpoint, téléphone et visio conférence. Les étudiant.e.s devront préparer une simulation d'entretien d'embauche à distance et par téléphone pour un poste dans une société étrangère et travaillant dans le domaine du commerce international. Les compétences mobilisées sont les suivantes : 1/ Apporter des contributions novatrices dans le cadre d'échanges de haut niveau, et dans des contextes internationaux. 2/ Communiquer à des fins de formation ou de transfert de connaissances, par oral et par écrit, en anglais.

Chantal BARONE, [chantal.barone@univ-st-etienne.fr](mailto:chantal.barone@univ-st-etienne.fr)

### **ALLEMAND :**

Prérequis : linguistiques, correspondance commerciale (connaître le vocabulaire et les tournures propres à ce type de lettres).

Objectif : Le cours consiste en une présentation des différentes stratégies marketing des entreprises (politique des prix, stratégie de communication et politique des produits au S1, stratégie de distribution au S2) avec une ouverture sur le webmarketing, le neuro-marketing et la stratégie de marque (S2). Chaque point est illustré par de nombreux textes de presse donnant lieu à une analyse approfondie. Des exercices pratiques sont également proposés (rédaction d'une newsletter et d'une lettre de remerciement jointe à une commande faite sur Internet).

Isabelle PAUZE-KEVENHORSTER, [isabelle.pauze@univ-st-etienne.fr](mailto:isabelle.pauze@univ-st-etienne.fr)

### **ESPAGNOL :**

L'objectif de ce cours est de permettre aux étudiant.e.s d'acquérir une maîtrise fluide de l'espagnol des affaires et du commerce international par l'assimilation des connaissances lexicales et syntaxiques nécessaires. Les étudiant.e.s travailleront sur des documents de différents types (articles de presse spécialisée, rapports d'entreprises, bilans d'activités, publicités...), traitant de sujets variés (commerce international, import-export, affaires, investissements, distribution, marketing, e-commerce, stratégies commerciales, transport et logistique, communication, techniques de négociations...) avec divers exercices de rédaction, de traduction, d'analyses de documents et de mises en situation (cas pratiques), dans le but d'améliorer conjointement la maîtrise de l'écrit et de l'oral.

Franck MARTIN, [franck.martin@univ-st-etienne.fr](mailto:franck.martin@univ-st-etienne.fr)

### **ITALIEN :**

Prérequis : les INCOTERMS. Objectif : (1) les principaux points de la connaissance du marché et du commerce international ; de la décision d'exporter à la préparation d'un marketing plan - De l'organisation à l'exportation - De la relation avec la clientèle, les fournisseurs, la recherche de nouveaux contacts commerciaux - Comment fidéliser la clientèle (techniques) (2) la négociation : L'idée sera de développer des techniques de négociations (par des jeux de rôle), d'améliorer son propre potentiel par la pratique grâce à des études de cas. (3) Version/traduction de contrats : d'agence, représentation, d'achats, etc.

Marcello DE CARO, [marcello.de.caro@univ-st-etienne.fr](mailto:marcello.de.caro@univ-st-etienne.fr)

## **PORTUGAIS :**

Le cours traite des grands moments d'évolution de la Terminologie et de ses concepts fondateurs. Les thématiques abordées tout au long de la formation sont les terminologies de l'entreprise avec application : le business plan, le tableau de bord prospectif, l'étude de marché ; l'offre, la demande et les besoins ; la consommation ; le marketing et la publicité ; le commerce (typologie) ; l'implantation à l'étranger (typologie juridique et réglementaire), l'investissement ; l'entreprise : le fonctionnement langagier et interculturel, la communication, les aspects juridiques, administratifs, comptables et de gestion. Études de cas concrets : projets entrepreneuriaux, ateliers d'innovation en collaboration avec ENACTUS dans l'entrepreneuriat social-et Beelys avec le projet Campus Création.

Pedro OLIVEIRA, [pedro.oliveira@univ-st-etienne.fr](mailto:pedro.oliveira@univ-st-etienne.fr)  
Andreia SILVA-MALLET, [andreia.silva.mallet@univ-st-etienne.fr](mailto:andreia.silva.mallet@univ-st-etienne.fr)

## ➤ **Communication [1] : 12 TD**

### **ANGLAIS :**

Entraînements et renforcement en langue orale en situation communicative professionnelle. Les activités seront organisées autour de débats, de jeux de rôles et de présentations orales.

Olivier GLAIN, [olivier.glain@univ-st-etienne.fr](mailto:olivier.glain@univ-st-etienne.fr)

### **ALLEMAND :**

Le cours de communication orale a pour objectif d'entraîner à la pratique orale de la langue allemande. Il propose d'analyser des supports audio-visuels, de débattre sur des sujets d'actualité, de développer une compétence professionnelle avec des mises en situation. Il intègre des activités ludiques et des exposés.

Isabelle PAUZE-KEVENHORSTER, [isabelle.pauze@univ-st-etienne.fr](mailto:isabelle.pauze@univ-st-etienne.fr)

### **ESPAGNOL :**

L'expression reste la principale finalité de l'apprentissage d'une langue vivante étrangère. Une attention particulière sera accordée, au-delà de l'indispensable correction morphosyntaxique et phonétique, à la spontanéité de l'expression orale. Cette dernière sera envisagée aussi bien en tant qu'expression orale en continu qu'en interaction. Divers documents seront mobilisés en tant que déclencheurs de parole. Cette activité régulière donnera lieu à de nécessaires rappels linguistiques.

Gilles DEL VECCHIO, [gilles.del.vecchio@univ-st-etienne.fr](mailto:gilles.del.vecchio@univ-st-etienne.fr)

### **ITALIEN :**

Perfectionnement de la communication orale dans différents contextes. Exercices de renforcement de la communication orale visant un entraînement à la réutilisation spontanée des structures grammaticales complexes. Emploi d'un vocabulaire varié afin de développer l'habileté à nuancer l'expression. Travail en petits groupes.

Carla SALERNO, [carla.salerno@univ-st-etienne.fr](mailto:carla.salerno@univ-st-etienne.fr)

### **PORTUGAIS :**

Le cours vise l'approfondissement de la compétence discursive et communicative en langue portugaise dans des situations du quotidien et des situations professionnelles. Tout au long de ces deux années de master des situations d'apprentissage seront mises en place : atelier de gestion intelligente des équipes, atelier de création d'activités relevant du fonctionnement discursif des entreprises et des plans de marketing.

Pedro OLIVEIRA, [pedro.oliveira@univ-st-etienne.fr](mailto:pedro.oliveira@univ-st-etienne.fr)

## **BLOC 2 – DÉVELOPPEMENT ET INTÉGRATION DE SAVOIRS HAUTEMENT SPÉCIALISÉS**

### ➤ **Organisation de l'entreprise : 12 CM**

Il s'agira, pour les étudiant.e.s d'acquérir ou de renforcer leurs connaissances et compétences liées au fonctionnement d'une entreprise afin d'être à même de disposer des éléments de connaissance essentiels s'ils ou elles souhaitent pratiquer leur futur métier en entreprise, en cabinet, ou développer leur propre activité.

Nicolas FOUILLANT, [nicolas.fouillant@univ-st-etienne.fr](mailto:nicolas.fouillant@univ-st-etienne.fr)

### ➤ **Gestion / Comptabilité : 12 CM**

Le module consiste à permettre à l'étudiant.e de se familiariser avec la notion de bilan et de compte de résultat. Il initie l'apprenant.e à l'analyse de gestion par le biais d'outils simples et efficaces issus du contrôle de gestion. L'objectif étant de donner aux étudiant.e.s les éléments nécessaires à une bonne gestion de leur future entreprise ou cabinet, ou afin de leur permettre de travailler dans un service de gestion/comptabilité.

Philippe GALLONET, [philippe.gallonet@univ-st-etienne.fr](mailto:philippe.gallonet@univ-st-etienne.fr)

### ➤ **Outils et techniques du commerce international : 18 TD**

Ce cours a pour but de préparer les étudiants au monde du travail et de l'entreprise en leur donnant le maximum d'outils et de techniques qu'ils pourront appliquer dans leur environnement professionnel. Il est également basé sur le partage d'expériences personnelles et de cas pratiques autour de thèmes concrets tels que la négociation, la gestion de conflits ou la relation clients/fournisseurs. L'approche est pragmatique et résolument tournée vers la réalité du monde des affaires et de l'entreprise. Le cours est dispensé en anglais. L'objectif final est d'aider les étudiants à se projeter et à mener une réflexion personnelle sur leur projet d'avenir.

Israfil SEÇEN, [israfil.secen@univ-st-etienne.fr](mailto:israfil.secen@univ-st-etienne.fr)

### ➤ **Marketing [1] : 18 TD**

Ce cours de marketing international permettra d'initier les étudiant.e.s au marketing afin de maîtriser tous les outils d'un point de vue stratégique et opérationnel. L'objectif, à la fin du semestre 1, sera de faire une analyse et un bilan interne et externe complets de l'entreprise.

Sonia HEDHIBI, [s.hedhibi@univ-st-etienne.fr](mailto:s.hedhibi@univ-st-etienne.fr)

### ➤ **Droit du commerce international : 12 CM**

Le cours de Droit du Commerce International aborde les différents contrats utilisés dans ce domaine (vente, entreprise, assurance etc...) à partir de cas concrets tirés de la pratique professionnelle de l'intervenant, à caractère juridique ou judiciaire. Le thème de la résolution des conflits est également abordé sous l'angle du recours aux Tribunaux officiels et de recours à l'arbitrage.

Jean-Christophe BESSY, [cabinet.bessy@wanadoo.fr](mailto:cabinet.bessy@wanadoo.fr)

## **BLOC 3 – USAGES SPÉCIALISÉS ET AVANCÉS DES OUTILS NUMÉRIQUES**

### ➤ **Informatique [1] : 12 TD**

Connaître le vocabulaire Excel et gagner le maximum de temps pour compléter un tableau. Organiser un fichier Excel de manière professionnelle. Comprendre la notion de format de cellules. Rendre lisible un fichier Excel et représenter graphiquement les données. Utiliser les fonctions de base du tableur. Nommer des cellules ou des plages de cellules.

Objectifs : Fonctions avancées : Utiliser les fonctions avancées du tableur. Automatiser des tableaux à l'aide de fonctions de calcul complexes (conditions simples, complexes, imbriquées ...) Calculer des statistiques : NBVAL, NB, NB.SI... Mettre en relation des données avec la fonction RECHERCHEV et RECHERCHEH. Manipuler du texte : GAUCHE, DROITE, STXT, NBCAR, ... Prendre en main des modèles de tableaux.

Stéphanie JOUBERT, [stephanie.joubert@univ-st-etienne.fr](mailto:stephanie.joubert@univ-st-etienne.fr)

## **BLOC 4 – CONTEXTE PROFESSIONNEL**

### ➤ **Service Insertion professionnelle : Cap Avenir**

### ➤ **Préparation du stage à l'étranger : 3 TD**

Cette préparation permettra d'aborder les consignes de recherche de stage de stage à l'étranger.

## **BLOC 5 – MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE**

### ➤ **Recherche documentaire : 9 TD Stavroula Kefallonitis**

Pour préparer un rapport ou un mémoire, lorsqu'il s'agit de définir un corpus, d'élaborer et d'explorer une problématique, on peut avoir recours non seulement à des données que l'on rassemble soi-même sur le terrain, en menant des recherches qualitatives (observations, enquêtes, entretiens, etc.) ou quantitatives (sondages, questionnaires, graphiques, etc.), mais aussi à la recherche documentaire, en mettant à profit des informations déjà collectées et accessibles au moyen d'outils spécifiques (catalogues, bibliothèques, bases de données pluridisciplinaires ou spécialisées, etc.).

**Objectifs :** savoir préparer et mettre en œuvre une collecte de données ou une recherche documentaire, puis vérifier et articuler les informations recueillies pour les présenter de manière cohérente et dynamique ; savoir utiliser opérateurs, moteurs spécialisés et portails ; maîtriser les principales fonctions de Wordpress et de Zotero, ainsi que de logiciels de *mind mapping* et d'outils de veille.

**Prérequis :** savoir prendre des notes synthétiques au fil d'une lecture (de l'audition ou du visionnage d'un document), maîtriser un navigateur web et ses options, savoir utiliser des outils collaboratifs (partage de fichiers).

### ➤ **Cycle de conférences : 3 CM**

Le Master LEA parcours RCI propose un cycle de conférences (les Rencontres RCI) au S1/S3 afin de donner une connaissance approfondie de la société, de la culture, de l'économie et des institutions des pays dont les langues sont étudiées. Les étudiant.e.s du Master I doivent suivre ces conférences dans le cadre de l'évaluation du BLOC 5.

# Master I :

## Descriptifs des cours et intervenant.e.s du semestre 2

### BLOC 1 - COMMUNICATION SPÉCIALISÉE

#### ➤ Langue des affaires et du commerce international [2] : 18 TD

##### ANGLAIS :

Ce cours s'appuie sur la différence entre l'anglais formel et informel dans le milieu professionnel pour mieux appréhender les échanges écrits et oraux. Les étudiant.e.s devront analyser l'utilisation des réseaux sociaux en entreprise à travers un travail transdisciplinaire avec le cours de Marketing. Les compétences visées sont les suivantes : 1/ Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser des données en vue de leur exploitation. 2/ Communiquer à des fins de formation ou de transfert de connaissances, en anglais oral et écrit.

Chantal BARONE, [chantal.barone@univ-st-etienne.fr](mailto:chantal.barone@univ-st-etienne.fr)

##### ALLEMAND :

Prérequis : linguistiques, correspondance commerciale et connaître le vocabulaire et les tournures propres à ce type de lettres.

Objectif : Le cours consiste en une présentation des différentes stratégies marketing des entreprises (politique des prix, stratégie de communication et politique des produits au S1, stratégie de distribution au S2) avec une ouverture sur le webmarketing, le neuro-marketing et la stratégie de marque (S2). Chaque point est illustré par de nombreux textes de presse donnant lieu à une analyse approfondie. Des exercices pratiques sont également proposés (rédaction d'une newsletter et d'une lettre de remerciement jointe à une commande faite sur Internet).

Isabelle PAUZE-KEVENHORSTER, [isabelle.pauze@univ-st-etienne.fr](mailto:isabelle.pauze@univ-st-etienne.fr)

##### ESPAGNOL :

L'objectif de ce cours est de consolider les connaissances et les compétences acquises au cours du premier semestre dans le domaine de la langue des affaires et du commerce international (voir présentation du cours : Langue des affaires et du commerce international S1).

Franck MARTIN, [franck.martin@univ-st-etienne.fr](mailto:franck.martin@univ-st-etienne.fr)

##### ITALIEN :

A travers une série d'activités variées fondées sur la participation active des étudiant.e.s en classe, ce cours vise à développer des compétences spécifiques à l'italien des affaires et du commerce international en passant en revue la communication d'entreprise (orale et écrite), les relations avec la clientèle, la participation à des expositions, etc.

Valeria VILLA-PEREZ, [valerie.villa@univ-st-etienne.fr](mailto:valerie.villa@univ-st-etienne.fr)

##### PORTUGAIS :

En continuité des cours de Master I, ce cours traite des grands moments d'évolution de la Terminologie et de ses concepts fondateurs. Les thématiques abordées tout au long de la formation sont les terminologies de l'entreprise avec application : le business plan, le tableau de bord prospectif, l'étude de marché ; l'offre, la demande et les besoins ; la consommation ; le marketing et la publicité ; le commerce (typologie) ; l'implantation à l'étranger

(typologie juridique et réglementaire), l'investissement ; l'entreprise : le fonctionnement langagier et interculturel, la communication, les aspects juridiques, administratifs, comptables et de gestion.

Rosa Maria FREJAVILLE, [rosa.maria.frejaville@univ-st-etienne.fr](mailto:rosa.maria.frejaville@univ-st-etienne.fr)

Soraia DIMAS, [soraia.dimas@univ-st-etienne.fr](mailto:soraia.dimas@univ-st-etienne.fr)

## ➤ **Communication [2] : 12 TD**

### **ANGLAIS :**

Entraînements et renforcement en langue orale en situation communicative professionnelle. (Orientation Cambridge BEC - Business Higher.)

Anne-Pauline SANTER, [anne.pauline.santer@univ-st-etienne.fr](mailto:anne.pauline.santer@univ-st-etienne.fr)

### **ALLEMAND :**

Le cours de communication orale a pour objectif d'entraîner à la pratique orale de la langue allemande. Il propose d'analyser des supports audio-visuels variés (vidéos de conseils donnés par des professionnels, conversations téléphoniques, chansons, courts-métrages, publicités, couvertures de magazine, photos, etc.), de débattre sur des sujets d'actualité, de développer une compétence professionnelle avec des mises en situation. Il intègre des activités ludiques et des exposés.

Isabelle PAUZE-KEVENHORSTER, [isabelle.pauze@univ-st-etienne.fr](mailto:isabelle.pauze@univ-st-etienne.fr)

### **ESPAGNOL :**

Il s'agit de donner les outils nécessaires aux étudiants pour s'exprimer avec aisance à l'oral sur n'importe quel sujet général. Le but est de favoriser leur intégration dans un nouveau groupe (professionnel par exemple) en les rendant aptes à évoquer des thèmes qui ne se cantonnent pas au domaine de l'entreprise, dont le vocabulaire et les codes sont enseignés par ailleurs. Argumenter sur des notions diverses afin de montrer son adaptabilité, son ouverture d'esprit, est une des activités du cours. Prérequis : maîtrise de la langue espagnole, écrite et orale, niveau fin Master I pour commencer ; capacité à porter attention aux propos de l'autre pour apprendre à réagir en conséquence. Objectifs : s'exprimer aisément à l'oral sur des sujets variés ; exprimer et nuancer un jugement ; argumenter.

Rafaèle AUDOUBERT, [rafaele.audoubert@univ-st-etienne.fr](mailto:rafaele.audoubert@univ-st-etienne.fr)

### **ITALIEN :**

Traduction orale de textes audio ou journalistiques variés

Stefano LAZZARIN, [stefano.lazzarin@univ-st-etienne.fr](mailto:stefano.lazzarin@univ-st-etienne.fr)

### **PORTUGAIS :**

Le cours vise l'approfondissement de la compétence discursive et communicative en langue portugaise dans des situations du quotidien et des situations professionnelles. Tout au long de ces deux années de master des situations d'apprentissage sont mises en place : atelier de gestion intelligente des équipes, atelier de création d'activités relevant du fonctionnement discursif des entreprises et des plans de marketing.

Andreia SILVA-MALLET, [andreia.silva.mallet@univ-st-etienne.fr](mailto:andreia.silva.mallet@univ-st-etienne.fr)

## **BLOC 2 – DÉVELOPPEMENT ET INTÉGRATION DE SAVOIRS HAUTEMENT SPÉCIALISÉS**

### ➤ **Fiscalité internationale [1] : 6 CM, 6 TD**

Le but de cet enseignement est de donner aux étudiants des connaissances suffisantes leur permettant de comprendre les interactions entre les impératifs commerciaux internationaux et les impératifs de gestion et de performance inhérents au commerce international.

Ce cours abordera les notions suivantes : initiation à la fiscalité internationale - distinction entre optimisation fiscale et fraude fiscale - les enjeux de l'optimisation fiscale - présentation de schémas d'optimisation.

Eric GONZALEZ, [alta.conseils@gmail.com](mailto:alta.conseils@gmail.com)

### ➤ **Transports et logistique [1] : 12 CM**

Management d'une exploitation logistique sur les activités de réception, de stockage et d'expédition - choix et stratégie des solutions de transport et de stockage.

Christophe LAPIERRE, [christophe.lapierre@sigvaris.com](mailto:christophe.lapierre@sigvaris.com)

### ➤ **International Trade / Sales Techniques and Behaviors: 12 TD**

Dans un monde où le digital remplit toujours plus notre quotidien, le savoir-être est prépondérant dans le monde professionnel. Cette formation professionnelle a pour but d'intégrer les « soft skills » essentiels à la relation commerciale : comprendre leur importance, puis comment les utiliser pour établir une relation saine et forte avec son interlocuteur, dès les premières rencontres, et assurer le succès commercial – quel que soit le produit ou le service.

Bruno SAVAGE, [brunovsavage@gmail.com](mailto:brunovsavage@gmail.com)

### ➤ **Marketing [2] : 12 TD**

Les cours seront spécifiques et orientés sur le marketing international afin de permettre l'acquisition de nouvelles connaissances et compétences sur le marché de l'import/export.

Sonia HEDHIBI, [s.hedhibi@univ-st-etienne.fr](mailto:s.hedhibi@univ-st-etienne.fr)

## **BLOC 3 – USAGES SPÉCIALISÉS ET AVANCÉS DES OUTILS NUMÉRIQUES**

### ➤ **Informatique [2] : 12 TD**

Découverte des bases d'Illustrator : Fichiers d'enregistrement (impression, web, Jpeg, PDF...), importation d'images, outils de bases, gestion des formes couleurs, textes, images. Objectifs : Réaliser une illustration simple avec Illustrator et préparer le fichier pour l'impression ou le web. Découverte des bases de photoshop : Fichiers d'enregistrement (impression et web, Jpeg, PDF...), importation d'images, outils de bases, gestion des formes couleurs, textes, images, des retouches photo. Objectifs : Réaliser un photomontage simple (images, textes, formes) et préparer un fichier pour l'impression ou le web.

Marie-Cécile BERGER, [bergermariececile@gmail.com](mailto:bergermariececile@gmail.com)

## **BLOC 4 – CONTEXTE PROFESSIONNEL**

### ➤ **Stage à l'étranger de 2 mois minimum + Rapport**

Il se fait **obligatoirement à l'étranger**, au choix de l'étudiant.e, dans un pays de langue A ou dans un pays de langue B d'une durée de 8 semaines à 6 mois.

Ce stage de Master I fait l'objet d'un rapport de stage de 40 à 50 pages (16 000 mots minimum hors annexes) qui sera rédigé avec le plus grand soin (fond et forme) et qui donnera lieu à deux notes. Une première note (coefficient 3) sera attribuée au rapport lui-même, une seconde note (coefficient 1) sera attribuée lors d'une soutenance du rapport de stage devant un jury composé d'un enseignant de langue.

## **BLOC 5 – MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE**

### ➤ **Préparation à la rédaction du rapport de stage de master I et à la soutenance : 4 TD**

Ce cours aborde les principales difficultés liées à la rédaction du rapport de stage de Master I et fournit une aide méthodologique à la rédaction du rapport ainsi qu'à la préparation de la soutenance : formatage du rapport de stage, analyse critique et réflexive, plan du rapport, conseils pour la soutenance, etc.

Christine DUALÉ, [christine.duale@univ-st-etienne.fr](mailto:christine.duale@univ-st-etienne.fr)

### ➤ **Lectures universitaires et interculturelles : 2 TD**

Le Club Lecture du Master I RCI approfondira le sujet de l'interculturalité, spécialité du master LEA-RCI. Il permettra de réfléchir à cette notion et à la littérature sur le sujet afin de préparer la rédaction du rapport de stage de Master I et d'anticiper celle du mémoire de stage du Master II.



Christine DUALÉ, [christine.duale@univ-st-etienne.fr](mailto:christine.duale@univ-st-etienne.fr)

## **Master II :** **Descriptifs des cours et intervenant.e.s du semestre 3**

### **BLOC 1 - COMMUNICATION SPÉCIALISÉE**

#### ➤ **Contexte et culture socio-économique : 18 CM**

##### **ANGLAIS :**

Ce cours vise à développer les connaissances du commerce international et des relations commerciales internationales relatives au monde anglophone : l'organisation mondiale du commerce, l'histoire de la mondialisation, l'import/ export / Incoterms, l'évolution de la consommation occidentale, les relations interculturelles, les structures d'entreprise, la culture d'entreprise, etc.

Christine DUALÉ, [christine.duale@univ-st-etienne.fr](mailto:christine.duale@univ-st-etienne.fr)

##### **ALLEMAND :**

Niveau souhaitable : minimum B2-C1

Objectif : Former des personnes ressources compétentes et autonomes pour des postes à responsabilité en lien avec les marchés germanophones. Descriptif : Ce cours s'articule autour de trois grands axes de travail visant à l'enrichissement et à l'approfondissement des compétences linguistiques des étudiants à travers des documents authentiques (journalistique, littéraire etc.), de leurs connaissances de l'Allemagne contemporaine à travers des dossiers en lien avec l'actualité, et de leur culture économique à travers des modules thématiques liés au monde de l'entreprise et du commerce international. Participation active des étudiant.e.s exigée.

Veronika HUBER, [veronika.huber@univ-st-etienne.fr](mailto:veronika.huber@univ-st-etienne.fr)

##### **ESPAGNOL :**

Ce cours vise à permettre le meilleur développement possible des connaissances et des compétences des étudiants dans un domaine professionnel, grâce à une maîtrise approfondie des spécificités du monde socio-économique et culturel hispanophone. Une attention particulière sera portée à la diversité des situations selon les zones géographiques (Espagne / Amérique Latine), en prenant en compte, tant pour l'Espagne que pour l'Amérique Latine, les spécificités propres à diverses régions et/ou divers pays et selon les domaines d'activité.

Objectifs : maîtriser les réalités socio-économiques et culturelles de l'Espagne et de l'Amérique Latine ; être capable d'appliquer ces savoirs dans le monde professionnel et, plus largement, dans tout contexte de communication.

Prérequis : notions solides de géographie physique, sociale, économique et politique sur l'Espagne et l'Amérique Latine ; notions solides sur l'histoire moderne et contemporaine et sur les référents culturels de ces aires géographiques.

Rafaèle AUDOUBERT, [rafaele.audoubert@univ-st-etienne.fr](mailto:rafaele.audoubert@univ-st-etienne.fr)

Franck MARTIN, [franck.martin@univ-st-etienne.fr](mailto:franck.martin@univ-st-etienne.fr)

##### **ITALIEN :**

Green economy, e-commerce des entreprises, à travers des documents audio et journalistiques, rapport entre compétitivité et green economy, entre green economy et e-commerce. Communication: traduction orale de textes audio ou journalistiques variés.

Pascaline NICOU, [pascaline.nicou@univ-st-etienne.fr](mailto:pascaline.nicou@univ-st-etienne.fr)

## PORTUGAIS :

Le cours de Master II vise l'approfondissement de la compétence discursive et communicative en langue portugaise dans des situations du quotidien et des situations professionnelles. Tout au long de ces deux années de master des situations d'apprentissage sont mises en place : atelier de gestion intelligente des équipes, atelier de création d'activités relevant du fonctionnement discursif des entreprises et des plans de marketing.

Rosa Maria FREJAVILLE, [rosa.maria.frejaville@univ-st-etienne.fr](mailto:rosa.maria.frejaville@univ-st-etienne.fr)

Andreia SILVA-MALLET, [andreia.silva.mallet@univ-st-etienne.fr](mailto:andreia.silva.mallet@univ-st-etienne.fr)

Pedro OLIVEIRA, [pedro.oliveira@univ-st-etienne.fr](mailto:pedro.oliveira@univ-st-etienne.fr)

## ➤ Communication [3] : 18 TD

### ANGLAIS :

Il s'agit de travailler l'art de la persuasion orale en milieu professionnel : comment convaincre un client, comment négocier avec un acheteur ou même son employeur, comment travailler le geste et la parole devant un public. Les étudiant.e.s devront préparer un projet de groupe interdisciplinaire dans le cadre du *Serious Game* sous forme d'un Business Plan et d'un pitch.

Les compétences visées sont : 1/ Conduire un projet (conception, pilotage, coordination d'équipe, mise en œuvre et gestion, évaluation, diffusion), ce qui mobilise des compétences pluridisciplinaires dans un cadre collaboratif. 2/ Analyser ses actions en situation professionnelle et s'autoévaluer pour améliorer sa pratique dans le cadre d'une démarche qualité.

Chantal BARONE, [chantal.barone@univ-st-etienne.fr](mailto:chantal.barone@univ-st-etienne.fr)

Le TD est la continuité du CM *Contexte et culture socio-économique*. Il permet aussi de préparer l'évaluation écrite du Bloc 1 et de réfléchir à un sujet de mémoire.

CM et TD Communication [3] sont accompagnés d'un espace **Moodle Master 2 LEA-RCI / Anglais** : <https://mood.univ-st-etienne.fr/course/view.php?id=445>

Christine DUALÉ, [christine.duale@univ-st-etienne.fr](mailto:christine.duale@univ-st-etienne.fr)

### ALLEMAND :

Niveau souhaitable : minimum B2-C1

Objectif : Former des personnes ressources compétentes et autonomes pour des postes à responsabilité en lien avec les marchés germanophones.

Descriptif : Ce cours s'articule autour de trois grands axes de travail visant à l'enrichissement et à l'approfondissement des compétences linguistiques des étudiants à travers des documents authentiques (journalistique, littéraire etc.), de leurs connaissances de l'Allemagne contemporaine à travers des dossiers en lien avec l'actualité, et de leur culture économique à travers des modules thématiques liés au monde de l'entreprise et du commerce international. Participation active des étudiant.e.s exigée.

Veronika HUBER, [veronika.huber@univ-st-etienne.fr](mailto:veronika.huber@univ-st-etienne.fr)

### ESPAGNOL :

Il s'agira, d'une part, de poursuivre le travail effectué en Master 1 (cours de Communication 1 et 2 : voir présentation ci-dessus), d'autre part, de travailler sur différents supports (textes, images, vidéos) en lien direct avec le monde de l'entreprise, dans un contexte hispanophone, de façon à accompagner les étudiants, sur le fond et sur la forme (méthodologie, contenu, présentation...), dans la préparation d'un *Business Plan (Serious Game)*.

Objectifs : s'exprimer aisément à l'oral sur des sujets variés ; exprimer et nuancer un jugement ; argumenter ; acquérir et maîtriser la terminologie propre à l'élaboration et à la présentation d'un *Business Plan*.

Prérequis : maîtrise de la langue espagnole, écrite et orale, niveau fin M2 ; capacité à porter attention aux propos de ses interlocuteurs pour apprendre à réagir en conséquence.

Franck MARTIN, [franck.martin@univ-st-etienne.fr](mailto:franck.martin@univ-st-etienne.fr)

#### **ITALIEN :**

Ce cours a pour objectif de mettre en pratique, sous forme d'exposé, les notions abordées lors du cours de contexte et culture socio-économique.

Pascaline NICOU, [pascaline.nicou@univ-st-etienne.fr](mailto:pascaline.nicou@univ-st-etienne.fr)

#### **PORTUGAIS :**

Le cours vise l'approfondissement de la compétence discursive et communicative en langue portugaise dans des situations du quotidien et des situations professionnelles. Tout au long de ces deux années de master des situations d'apprentissage sont mises en place : atelier de gestion intelligente des équipes, atelier de création d'activités relevant du fonctionnement discursif des entreprises et des plans de marketing.

Andreia SILVA-MALLET, [andreia.silva.mallet@univ-st-etienne.fr](mailto:andreia.silva.mallet@univ-st-etienne.fr)

Pedro OLIVEIRA, [pedro.oliveira@univ-st-etienne.fr](mailto:pedro.oliveira@univ-st-etienne.fr)

## **BLOC 2 – DÉVELOPPEMENT ET INTÉGRATION DE SAVOIRS HAUTEMENT SPÉCIALISÉS**

### ➤ **Management de l'entreprise : 12 CM, 12 TD**

Après un historique du management nous aborderons les différents types de managers et leur positionnement dans l'organisation de l'entreprise ; les styles de managers et la stratégie relationnelle. En TD les étudiant.e.s et futurs managers sont mis.es en situation afin de leur permettre d'être à l'aise lors de réunions en équipe et d'être capables de réagir soit pour valoriser leurs collaborateurs, soit lors de dérives de ces derniers.

André BILLARD, [andre.billard@hotmail.fr](mailto:andre.billard@hotmail.fr)

### ➤ **Gestion des ressources humaines : 12 CM, 12 TD**

Les étudiants seront capables d'identifier les problématiques, les enjeux et les rôles clés de la fonction GRH dans une organisation. Ils seront capables de caractériser les impacts et mettre en œuvre des démarches en phase avec la culture managériale et réglementaire de l'organisation pour pouvoir développer la stratégie ressources humaines dans leurs équipes de façon cohérente et contingente (recrutement, rémunération, formation, gestion des compétences, qualité de vie au travail).

Olivier BACHELARD, [olivier.bachelard@orange.fr](mailto:olivier.bachelard@orange.fr)

### ➤ **Négociation interculturelle : 12 CM, 12 TD**

Intégrer la dimension culturelle dans la pratique de la négociation commerciale à l'international pour mieux comprendre ses partenaires étrangers. Alternance de phases d'identification (jeux, jeux de rôle), de phases de synthèses (travaux de groupes, apports théoriques) et d'appropriation (études de cas).

Christine BONNOT, [formation.praxisens@laposte.net](mailto:formation.praxisens@laposte.net)

➤ **International Trade / Launching a Company: 18 CM, 18 TD**

Serious Game

Au travers d'un exercice pratique, des équipes transverses menées par des CEO volontaires choisissent un scénario d'entreprise. Tout au long du semestre, elles mettent en pratique leurs connaissances et font les recherches nécessaires, pour écrire et développer un scénario de croissance internationale pour leur entreprise.

Stratégie commerciale, marketing & communication, supply chain, ressources humaines, finance : tous les aspects d'une entreprise sont abordés et font partie intégrante du projet. Le CEO est garant de la motivation et de la cohésion de son équipe, de l'avancée du projet et de son rendu en temps et en heure.

Au final, chaque équipe soumet un business plan, jugé sur sa viabilité économique, et le défend lors d'un « pitch » devant un jury d'experts jouant le rôle d'investisseurs.

Bruno SAVAGE, [brunosavage@gmail.com](mailto:brunosavage@gmail.com)

➤ **Marketing [3] : 12 CM, 12 TD**

Acquisition des outils nécessaires pour comprendre la façon dont les entreprises commercialisent leurs produits et services. Le programme se penche également sur la façon dont les entreprises élaborent leurs stratégies de marketing classique et numérique, établissent leurs stratégies de distribution, développent de nouveaux marchés, et ciblent leur clientèle. Des études de cas concrets et différents exercices permettent d'appliquer les connaissances théoriques. Révision de notions clés. Cas pratiques en groupe, à dimension internationale, sur différentes problématiques d'entreprise et de réflexions stratégiques.

Baptiste MATHULIN, [baptiste.mathulin@univ-st-etienne.fr](mailto:baptiste.mathulin@univ-st-etienne.fr)

➤ **Fiscalité internationale [2] : 6 CM, 6 TD**

Le but de cet enseignement est de donner aux étudiants des connaissances suffisantes leur permettant de comprendre les interactions entre les impératifs commerciaux internationaux et les impératifs de gestion et de performance inhérents au commerce international.

Ce cours abordera les notions suivantes : les montages fiscaux opérationnels (holdings de groupe, fiscalité des contrats internationaux, prix de transfert ou comment optimiser les marges sans risque fiscal). L'accent sera mis sur les prix de transfert, matière fiscale en lien direct avec leurs futures fonctions.

Eric GONZALEZ, [alta.conseils@gmail.com](mailto:alta.conseils@gmail.com)

➤ **Transports et logistique / ERP [2] : 12 CM, 12 TD**

Management de la *supply chain* en lien avec le commerce international – mise en place d'un ERP – initiation à l'amélioration continue et au *Lean management*.

Christophe LAPIERRE, [christophe.lapierre@sigvaris.com](mailto:christophe.lapierre@sigvaris.com)

## **BLOC 3 – USAGES SPÉCIALISÉS ET AVANCÉS DES OUTILS NUMÉRIQUES**

### ➤ **Webmarketing / Digital Practice: 12 CM, 12 TD**

Within the context of Digital Marketing - Digital Practice deals with many and varied aspects of understanding organisational resource, structures, business models, digital ecosystems, tools, and techniques. There are 2 main strands to this module;

Macro – Understanding Branding, business models and Digital Ecosystems

Micro - Digital Practice, tools, and techniques

#### **Learning Outcomes**

At the conclusion of this module, you should be able to:

Identify the marketing needs of a brand/organization and to clearly define objectives and desired results.

Detail strategies to achieve objectives and measure results

Define resources and budgets required to achieve objectives

Demonstrate sound understating of the key principles of Digital practice, tools, and techniques

Demonstrate hands on knowledge of Digital Data Analysis and awareness of relevant Digital tools.

Ali AMEEN, [a.ameen@focal-naim.com](mailto:a.ameen@focal-naim.com)

## **BLOC 4 – CONTEXTE PROFESSIONNEL**

### ➤ **Service Insertion professionnelle : Cap Avenir**

### ➤ **Serious Game / Feedback et évaluation interdisciplinaire par compétences**

Le *Serious Game* est un outil pédagogique innovant pour sensibiliser, former et élargir les compétences des étudiant.e.s dans le cadre du commerce international. L'évaluation est interdisciplinaire sous forme d'un *Business Plan* et d'un *pitch* présenté en anglais.

## **BLOC 5 – MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE**

### ➤ **Préparation à la rédaction du mémoire de master 2 et à la soutenance : 3 TD**

Les principales difficultés liées à la rédaction du mémoire de stage de Master II sont abordées. Ce cours fournit une aide méthodologique à la rédaction et à la soutenance : problématique, plan du mémoire, bibliographie, *abstract*.

Un « Défi B.U. » est organisé pour les étudiant.e.s du master II avec la collaboration de la B.U. Tréfilerie afin de les aider dans la veille documentaire.

Christine DUALÉ, [christine.duale@univ-st-etienne.fr](mailto:christine.duale@univ-st-etienne.fr)

### ➤ **Cycle de conférences : 3 CM**

Le Master LEA parcours RCI propose un cycle de conférences (les Rencontres RCI) au S1/S3 afin de donner une connaissance approfondie de la société, de la culture, de l'interculturalité et de l'économie des pays dont les langues sont étudiées. Les étudiant.e.s du master II doivent suivre ces conférences dans le cadre de l'évaluation du BLOC 5.

## **Master II :** **Descriptifs des cours et intervenants du semestre 4**

### **BLOC 1 - CONTEXTE PROFESSIONNEL**

#### ➤ **Stage de 5 mois minimum + Mémoire de stage**

Il peut se faire en France ou à l'étranger pour une durée de 5 à 6 mois.

Ce stage de Master II fait l'objet, non pas d'un rapport de stage, mais d'un mémoire de stage de 60 à 70 pages (24 000 mots minimum hors annexes) exposant une problématique judicieuse clairement définie et choisie en fonction du secteur d'activités de l'entreprise d'accueil. Le sujet est libellé en accord avec le tuteur de l'entreprise où le stage est effectué et le tuteur-enseignant désigné pour le suivi.

Ce mémoire sera rédigé avec le plus grand soin (fond et forme) et donnera lieu à trois notes. Une première note sera attribuée au stage par le tuteur entreprise (coef. 1), une seconde note sera attribuée au mémoire (travail écrit) par le tuteur universitaire (coef. 3), une troisième note sera attribuée lors d'une soutenance du mémoire devant un jury obligatoirement composé de deux personnes : le tuteur universitaire et le tuteur de l'entreprise du stage (moyenne des notes de chaque membre du jury : coef. 1).

## Bibliographie

### OUVRAGES RECOMMANDÉS PAR VOS ENSEIGNANTS

Pour la **langue A** comme pour les **langues B**, la lecture régulière de la presse française et étrangère est absolument indispensable pour les cours « Interculturalité et contexte socio-économique », « Langues des affaires et du commerce international » et « Communication » (Master I) ; « Contexte et culture socio-économique » et « Communication » (Master II).

Pour le **cours de Négociation interculturelle** comme pour celui de **Communication spécialisée Anglais** (Master 2), les lectures suivantes sont vivement recommandées :

Hall, Edward. *La dimension cachée*. Paris : Editions du Seuil, 2014 (traduit de l'anglais) ;  
\_\_\_\_. *The Hidden Dimension*. New York: Anchor Books, 1990 (1969).  
\_\_\_\_. *Le langage silencieux*. Paris : Editions du Seuil, 1984 (traduit de l'anglais) ;  
\_\_\_\_. *The Silent Language*. New York: Anchor Books, 1990 (1981).

Iribarne, Philippe. *Cultures et mondialisation. Gérer par delà les frontières*. Paris : Editions du Seuil, 2002.  
\_\_\_\_. *L'épreuve des différences, l'expérience d'une entreprise mondiale*. Paris : Editions du Seuil, 2009.

La spécialité du Master LEA-RCI est l'**interculturalité des échanges commerciaux internationaux**. Des ouvrages, choisis par TOUS les enseignants intervenants dans le master sont disponibles à la B.U. Tréfilerie : <https://libguides.univ-st-etienne.fr/anglais> puis onglet : LEA-RCI (langues A et B).



*Des indications plus spécifiques seront données par les enseignants.*

## **Compétences visées en fin de Master**

### **PARCOURS RELATIONS COMMERCIALES INTERNATIONALES**

#### **BLOC 1 : COMMUNICATION SPÉCIALISÉE**

- Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation.
- Communiquer à des fins de formation ou de transfert de connaissances, par oral et par écrit, en français et dans au moins une langue étrangère.
- Développer la compétence interculturelle.

#### **BLOC 2 : DÉVELOPPEMENT ET INTÉGRATION DE SAVOIRS HAUTEMENT SPÉCIALISÉS**

- Mobiliser des savoirs hautement spécialisés, dont certains sont à l'avant-garde du savoir dans un domaine de travail ou d'études, comme base d'une pensée originale.
- Développer une conscience critique des savoirs dans un domaine et/ou à l'interface de plusieurs domaines.
- Résoudre des problèmes pour développer de nouveaux savoirs et de nouvelles procédures et intégrer les savoirs de différents domaines.
- Apporter des contributions novatrices dans le cadre d'échanges de haut niveau, et dans des contextes internationaux.
- Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques et la complexité d'une demande ou d'une situation afin de proposer des solutions adaptées et/ou innovantes en respect des évolutions de la réglementation

#### **BLOC 3 : USAGES AVANCÉS ET SPÉCIALISÉS DES OUTILS NUMÉRIQUE**

- Identifier les usages numériques et les impacts de leur évolution sur le ou les domaines concernés par la mention.
- Se servir de façon autonome des outils numériques avancés pour un ou plusieurs métiers ou secteurs de recherche du domaine.

#### **BLOC 4 : CONTEXTE PROFESSIONNEL**

- Gérer des contextes professionnels ou d'études complexes, imprévisibles et qui nécessitent des approches stratégiques nouvelles.
- Prendre des responsabilités pour contribuer aux savoirs et aux pratiques professionnelles et/ou pour réviser la performance stratégique d'une équipe.
- Conduire un projet (conception, pilotage, coordination d'équipe, mise en œuvre et gestion, évaluation, diffusion) pouvant mobiliser des compétences pluridisciplinaires dans un cadre collaboratif.
- Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique dans le cadre d'une démarche qualité.
- Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité environnementale.

## **BLOC 5 : MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE**

- Repérer, gérer et analyser l'information et les ressources documentaires pertinentes à son projet de recherche.
- Exposer et s'approprier une problématique et formuler ses objectifs de recherche.
- Maîtriser et justifier la méthode de recherche utilisée.
- Établir un échéancier réaliste et mener son projet de façon à le respecter.
- Respecter les normes, les règles d'éthique et d'intégrité en recherche et de diffusion des connaissances.
- Analyser ses résultats et les discuter au regard de la littérature.
- Transmettre ses connaissances.
- S'engager dans une démarche d'apprentissage et d'amélioration continue afin de développer son expertise et de maintenir son employabilité.
- S'exercer au travail de chercheur dans une diversité de milieux.
- Initier la mise en place de son réseau professionnel.

# LE PIX

## Mémo pix@UJM pour étudiant

S. Heusser, mai 2022

### Qu'est-ce que Pix ?

Pix est un service public en ligne pour :

- l'évaluation ;
- le développement ;
- la certification

des compétences numériques.

Son cadre de référence est une déclinaison du référentiel européen DigComp.

Pour en savoir plus : <https://pix.fr>

### Le référentiel de compétences de Pix

1. Informations et données	1.1. Mener une recherche et une veille d'information
	1.2. Gérer des données
	1.3. Traiter des données
2. Communication et collaboration	2.1. Interagir
	2.2. Partager et publier
	2.3. Collaborer
	2.4. S'insérer dans le monde numérique
3. Création de contenu	3.1. Développer des documents textuels
	3.2. Développer des documents multimédia
	3.3. Adapter les documents à leur finalité
	3.4. Programmer
4. Protection et sécurité	4.1. Sécuriser l'environnement numérique
	4.2. Protéger les données personnelles et la vie privée
	4.3. Protéger la santé, le bien-être et l'environnement
5. Environnement numérique	5.1. Résoudre des problèmes techniques
	5.2. Construire un environnement numérique

Pour en savoir plus : <https://pix.fr/competences>

### Les niveaux de compétence de Pix<sup>1</sup>

niveau	expression de la compétence	intitulé	manifestation
1	avec aide	initié	vers l'autonomie
2	sans aide		
3	en autonomie		
4	avec aisance	indépendant	
5	+ se développer		
6	+ transmettre/créer	avancé	initiative
7	+ inventer		
8	+ rayonner/influer	expert	innovation impact

1 Aujourd'hui, seuls les niveaux 1 à 6 sont disponibles.

## Pourquoi utiliser Pix ?

Pix permet :

- de valoriser vos compétences numériques transversales, utiles dans la vie professionnelle ou personnelle ;
- d'obtenir un certificat reconnu par l'État et le monde professionnel<sup>2</sup> ;
- de favoriser votre insertion et votre mobilité professionnelles ;
- d'enrichir votre CV pour la France et l'Union européenne.

## Quel est le principe de Pix ?

En pratique, utiliser Pix implique 3 étapes :

- la création d'un compte sur la plateforme ;
- l'élaboration d'un profil de compétences (positionnement) ;
- la certification du profil construit à l'occasion d'une session en présence, dans un centre agréé (sur les ordinateurs du centre)<sup>3</sup>.

Positionnement et certification sont exprimés en niveau pour chaque compétence testée et score global (nombre de Pix sur 1024 maximum).

L'évaluation des compétences est fondée sur des tests :

- constitués de plusieurs épreuves (questions) ;
- comportant 12 à 20 épreuves pour une compétence ;
- dont le niveau adapté en fonction des réponses ;
- suggérant des tutoriels et sites internet pour progresser.

Pour en savoir plus : <https://pix.fr/les-tests>

## Et pix@UJM ?

### 1. Créez votre compte Pix

si vous disposez d'un compte Pix lié à votre ancien lycée

→ récupérez un accès personnel à votre compte en suivant la procédure qui vous est communiquée à la rentrée

si vous ne possédez pas de compte Pix

→ rendez vous à l'adresse <https://pix.fr> pour le créer

choisissez l'adresse électronique de connexion et le mot de passe associé  
⚠ utilisez une adresse électronique personnelle et pérenne pour ce compte ⚠

### 2. Élaborez votre profil de compétences

vous positionner sur les compétences	en autonomie		avec les parcours de positionnement organisés dans votre formation
	de votre choix	définies dans votre formation	
développer vos compétences	en autoformation et/ou par les enseignements inclus dans votre formation		

Pour accéder au dispositif d'autoformation de l'Université Lyon 3 : <https://competences-num.univ-lyon3.fr/>

### 3. Certifiez votre profil

⚠ si votre profil est certifiable (au moins 5 compétences validées au niveau 1) ⚠

à votre initiative à l'occasion d'une session à inscription libre organisée par l'université

à la faveur d'une session de certification organisée dans le cadre de votre formation

de préférence en 3<sup>e</sup> année de licence

Pour compléter : Cultiver ses compétences numériques avec pix@UJM dans Career center <https://univ-st-etienne.jobteaser.com/fr/handbook/themes/3118>

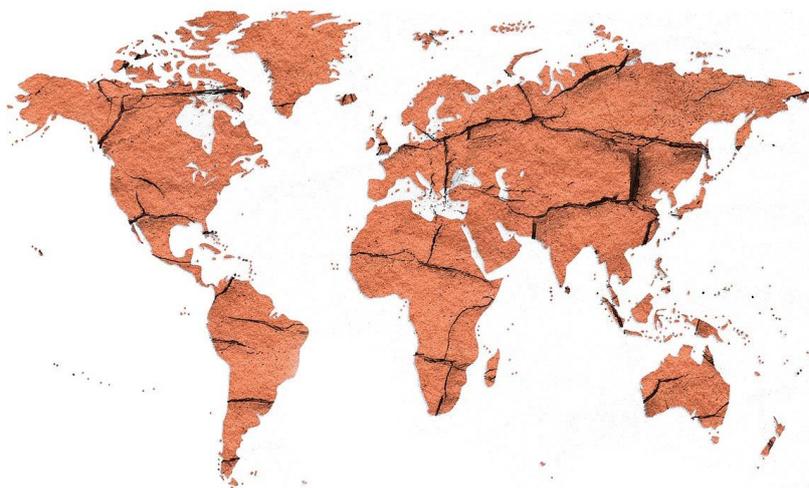
2 La certification Pix est inscrite à l'inventaire de la Commission nationale de certification professionnelle.

3 Le certificat Pix a une durée de validité de 3 ans.

## Étudier à l'étranger en Master

Étudier à l'étranger durant un semestre, voire deux, est un atout considérable, l'occasion de vivre une expérience unique, de mieux se connaître, de s'ouvrir au monde, d'enrichir ses connaissances et ses compétences linguistiques et interculturelles, et de réellement valoriser son CV, en vue, notamment, d'une insertion en milieu professionnel.

Compte tenu de l'intitulé et du contenu de ce Master -Relations Commerciales Internationales-, ainsi que des combinaisons de langues existantes à l'UJM (anglais-allemand, anglais-espagnol, anglais-italien, anglais-portugais), tout séjour à l'étranger dans le cadre de la préparation du Master I ou du Master II : ne peut évidemment se faire qu'en pays anglophone ou dans un pays correspondant à la langue B de l'étudiant.e ; doit reposer, dans le programme suivi à l'étranger, sur des enseignements liés aux domaines du commerce international : cours de langue A + cours de langue B + cours de matières dites professionnelles.



### I) PROGRAMME ERASMUS + (MASTER I : S1 ET S2) :

#### 1) Présentation générale :

Le programme Erasmus + de la Commission de l'Union Européenne a pour but de développer la mobilité étudiante en Europe. Il prévoit l'attribution de bourses aux étudiant.e.s qui choisissent d'effectuer une partie de leurs études dans une université de l'Union Européenne. Ces études effectuées hors de France dans le cadre d'Erasmus + sont validées par la délivrance du diplôme français.

#### 2) Le programme Erasmus + pour les étudiant.e.s de Master LEA RCI :

Le programme Erasmus + pour le master LEA RCI peut se faire de deux façons différentes : a) un semestre à l'UJM et l'autre semestre dans une université partenaire (donc, au total, un semestre à l'étranger) ; b) l'année entière dans une université partenaire (donc, au total, deux semestres à l'étranger). Les cours suivis à l'étranger dans le cadre de ce programme Erasmus + correspondent aux UE de langue A (anglais) et de langue B (allemand ou espagnol ou italien ou portugais) et aux matières professionnelles dans leur ensemble (autres UE). Attention : pour l'année de Master II qui

comporte un seul semestre d'enseignements (le second étant consacré au stage de cinq mois minimum), seul le S1 peut être effectué à l'étranger.

### **3) Les partenaires européens :**

En Allemagne, des partenariats existent avec les Universités de Wuppertal et de Siegen. Ceci étant, un départ en année de Master est un pari difficile, car les cours dispensés dans les universités allemandes à ce stade demandent un haut niveau de langue, mais aussi de compétences de spécialité (il n'existe pas de master LEA en tant que tel, et les cours à choisir sont destinés de prime abord aux étudiant.e.s spécialistes en économie, droit, etc.). Aussi, cette opportunité doit-elle être discutée au cas par cas. Le départ sera encouragé si l'étudiant.e fait preuve d'un niveau de langue et de compétences solides dans l'essentiel des matières. En revanche, pour l'heure, il n'existe pas de possibilités de séjour Erasmus + au niveau Master I et/ou Master II en Espagne, en pays anglophones et en Italie. Enfin, pour le Portugal, trois universités peuvent être envisagées : Université Nova de Lisboa (Master I / Master II) ; Université de Algarve (Master I / Master II depuis 2017/2018) ; Université de Porto (Master I / Master II) : pour tout renseignement, s'adresser à Mme R. Fréjaville.

**Attention** : la liste ci-dessus est indicative, elle comprend nos partenariats habituels. Il n'est pas exclu que des changements interviennent en début d'année.

### **4) Modalités de participation au programme Erasmus + (candidatures) :**

Pour partir durant le Master I (S1 et/ou S2), les candidatures seront recueillies auprès des étudiant.e.s de L3 (S5) en novembre/décembre et, pour partir durant le Master II (S1), les candidatures seront recueillies auprès des étudiant.e.s de MI (S1) en novembre/décembre. Une réunion sera organisée en ce sens par le Chargé de Mission Relations Internationales : [franck.martin@univ-st-etienne.fr](mailto:franck.martin@univ-st-etienne.fr)

**Attention** : pour pouvoir partir à l'étranger durant l'année de Master I, il convient d'avoir été sélectionné-e pour une telle mobilité **ET** d'avoir été admis-e (via eCandidat) au Master I LEA RCI.

## **II) AUTRES PROGRAMMES (MASTER I : S1 ET S2, ET/OU MASTER II : S3) :**

### **1) Présentation générale :**

D'autres programmes de mobilités sont possibles pour les étudiant.e.s de Master LEA RCI dans divers pays non européens. Ces programmes donnent également lieu à l'attribution de bourses et les études effectuées dans ce cadre-là sont également validées par la délivrance du diplôme français. Les cours suivis à l'étranger dans le cadre de ces programmes correspondent aussi aux UE de langue A (anglais) et de langue B (allemand ou espagnol ou italien ou portugais) et aux matières professionnelles dans leur ensemble (autres UE).

### **2) Les programmes hors Europe pour les étudiant.e.s de Master LEA RCI :**

Les programmes hors Europe pour le master LEA RCI peuvent se faire de deux façons différentes : a) un semestre à l'UJM et l'autre semestre dans une université partenaire (donc, au total, un semestre à l'étranger) ; b) l'année entière dans une université partenaire (donc, au total, deux semestres à l'étranger). Les cours suivis à l'étranger dans le cadre de ce programme Erasmus + correspondent aux UE de langue A (anglais) et de langue B (allemand ou espagnol ou italien ou



## Critères de sélection

- 1) **Destinations possibles** : dans la mesure où il s'agit de délivrer un diplôme nommé LEA anglais-allemand, LEA anglais-espagnol, LEA anglais-italien, LEA anglais-portugais :
  - a) Tous les étudiants et toutes les étudiantes de LEA peuvent postuler pour toutes les destinations possibles en pays anglophones (langue A), sous réserve que la langue B de l'étudiant.e soit enseignée dans l'université choisie.
  - b) Chaque étudiant.e peut également postuler pour les destinations correspondant à sa langue B : Allemagne pour les germanistes, Espagne et Amérique hispanophone pour les hispanisants, Italie pour les italianistes, Portugal et Brésil pour les lusistes.
  
- 2) **Critères de sélection** :
  - a) Pour se rendre en pays de langue A, la sélection sera effectuée par tous les enseignant.e.s d'anglais intervenant dans l'année de formation de l'étudiant.e au moment de sa candidature, sur la base de la moyenne obtenue par l'étudiant.e à son UE de langue A.
  - b) Pour se rendre en pays de langue B, la sélection sera effectuée par tous les enseignant.e.s de la langue B de l'étudiant.e intervenant dans l'année de formation de l'étudiant.e au moment de sa candidature, sur la base de la moyenne obtenue par l'étudiant.e à son UE de langue B.
  - c) Le classement obtenu sur la base de ces moyennes à l'UE de langue A pour partir en pays anglophone et/ou à l'UE de langue B pour partir en pays de langue B pourra être modulé, après concertation, au sein de chaque langue, entre les enseignant.e.s concerné.e.s, en fonction de l'assiduité de l'étudiant.e, son sérieux, son investissement, la régularité de son travail, sa fiabilité.

## Ouverture internationale

Outre les différentes possibilités évoquées plus haut : séjours Erasmus, stages en entreprise à l'étranger et autres programmes, les étudiants seront conscients qu'ils ne peuvent maîtriser les langues qu'ils étudient sans séjourner longuement dans les pays où ces langues sont parlées. Ils saisiront donc toutes les occasions qui pourront s'offrir à eux, cours, accompagnement de groupes divers (en contactant les associations ou organismes appropriés), postes d'assistants dans certains pays. Les contacts noués avec les étudiants étrangers que nous recevons à Saint-Etienne, à travers la participation à des activités au sein des divers clubs et associations, notamment l'Association des Étudiants de LEA, pourront se révéler utiles pour des projets de voyages ou de séjours.

**Indispensables pour une meilleure maîtrise de la langue, ces séjours sont aussi très importants pour une connaissance en profondeur de la culture et de la civilisation du ou des pays visités.**

### **I) ASSISTANT.E.S DE FRANÇAIS DANS LES PAYS DE LANGUE ALLEMANDE, ANGLAISE, ESPAGNOLE, ITALIENNE ET PORTUGAISE**

Les échanges sont organisés par le Service des Affaires Internationales, 110, rue de Grenelle - 75357 - PARIS CEDEX 7. Le candidat doit constituer un dossier (à retirer à l'Accueil des étudiants à partir du mois de novembre) très tôt dans l'année qui précède le stage ; il y mentionne son curriculum vitae, ses intérêts artistiques, les sports qu'il pratique ; un professeur lui fait passer ensuite une entrevue au cours de laquelle sont jugées la qualité phonétique de la langue maternelle du candidat et l'aptitude à remplir les fonctions d'assistant à l'étranger. Le professeur décide alors si la candidature de l'étudiant doit être considérée comme prioritaire, peut rester en attente ou être écartée au profit d'une autre. Le dossier ainsi constitué parvient au Service des Affaires Internationales qui le transmet aux autorités étrangères, auxquelles il appartient de procéder à la nomination de l'assistant qui en est informé directement. Ces nominations sont faites à des dates variables dans le courant de l'été. Pour l'Allemagne, l'Autriche et la Suisse, les candidatures ne peuvent être déposées que durant les semestres 5 et 6.

### **II) AUTRES DIPLÔMES ET EXAMENS**

Les diplômes des Chambres de Commerce peuvent être passés parallèlement aux diplômes universitaires. Sur votre CV, ils constitueront un utile complément, apprécié des employeurs qui font toujours mine d'ignorer une formation universitaire qui a déjà plus de vingt années d'expérience, alors qu'ils nous demandent... des stagiaires ! Ces chambres de commerce étrangères organisent des examens en langue anglaise, allemande, espagnole, italienne, qui ont pour but d'attester des connaissances économiques et commerciales dans la langue pratiquée. Ce sont des compléments utiles à toutes les professions des secteurs commerciaux, techniques et administratifs.

#### **1) Diplômes de langue et pratique commerciale italiennes**

Diplôme de Langue et Pratique Commerciale Italiennes de la Chambre de Commerce Italienne, 16 rue de la République 69002 Lyon, Tél. 04 78 42 84 17. Les demandes d'inscription à l'examen doivent être envoyées avant le mois d'avril à l'adresse ci-dessus. Les lauréats bénéficient de stages de perfectionnement rémunérés en Italie pendant les mois d'été.

## **2) Examen d'allemand commercial de la Chambre Officielle Franco-allemande de Commerce et d'Industrie**

La Chambre Franco-Allemande de Commerce et d'Industrie organise chaque année au printemps un examen d'allemand commercial. Inscription : généralement entre le 1er janvier et le 31 mars de chaque année. Renseignements et inscriptions : - Chambre Franco-Allemande de Commerce et d'Industrie / 18, rue Balard - 75015 PARIS Tél.01 40 58 35 35, Fax : 01 45 75 47 39, email : [info@francoallemand.com](mailto:info@francoallemand.com), site internet : [www.francoallemand.com](http://www.francoallemand.com) ou : - Goethe-Institut./ 16, rue François Dauphin - 69002 LYON. 04 78 42 88 27.

## **3) Examen d'espagnol commercial de la Chambre Officielle de Commerce d'Espagne**

Pour toute information, s'adresser à : CCOCE, 22 rue Saint-Augustin / 75 002 PARIS. 01 42 61 33 10. [www.cocéf.com](http://www.cocéf.com)

## **4) Examen d'anglais commercial**

Pour les États-Unis, avoir passé les examens du TOEFL vous permettra d'accélérer vos démarches ou, du moins, ne les retardera pas lorsque vous aurez à fournir la preuve de votre niveau d'anglais (renseignements à prendre à l'IUT de Saint-Etienne, département GEA). Le test TOEIC pourra être organisé dans les locaux de l'Université, le Département LEA étant habilité à l'administrer. Ce test, à la différence du TOEFL, uniquement orienté vers les études aux États-Unis, est un test général d'anglais du commerce et de l'industrie. Le Service Universitaire de Formation Continue, 21, rue Denis Papin, est centre d'examen pour les examens de Cambridge de type First Certificate, Proficiency, etc. et peut également y préparer.

## **5) Examen de la Franco-British Chamber of Commerce and Industry**

Les renseignements relatifs à cet examen sont à demander à l'adresse suivante : FBCC Centre des Examens, 41, rue de Turenne, 75003 PARIS / Tél. 01 44 59 25 20

## **6) Diplôme de Portugais de la Chambre de Commerce et d'Industrie Luso-Française (CCILF)**

Ce diplôme donne accès à une certification pérenne et reconnue par les milieux professionnels portugais et lusophones. Inscriptions : entre le 1<sup>er</sup> octobre et le 30 mars de chaque année. Renseignements et inscriptions : email : [courrier@ilcp.net](mailto:courrier@ilcp.net) (centre d'examens de la CCILF à Lyon), tél 04 78 93 38 88.



## Relations de l'étudiant.e avec l'extérieur



La ville de Saint-Étienne offre aux étudiant.e.s de L.E.A. certains lieux d'animation culturelle :

- La Comédie de Saint-Étienne propose des spectacles tout au long de l'année.
- De multiples compagnies locales de qualité présentent leur production sur Saint-Étienne.
- Le cinéma Le Méliès (place Jean Jaurès et 8, rue de la Valse) présente régulièrement des films en VO étrangère, avec ses ciné-clubs d'allemand, d'anglais, d'espagnol et d'italien.
- Presse étrangère
- Librairies à Saint-Etienne : DE PARIS : 6, rue Michel Rondet ; FORUM : rue Michel Rondet ; FNAC : Galerie Espace Monthieu ; rue de la Montat  
(Autres adresses : Librairie Decitre, Place Bellecour à Lyon / Librairie Leggere Per : [www.leggereper.it](http://www.leggereper.it) / Info-Buch, 23, rue des Blancs-Manteaux, 75004 Paris ; Tél 01 48 04 04 47 Fax. 01 48 04 06 53.)

### ➤ Pour les étudiant.e.s d'ALLEMAND :

Association France-Autriche, Espace Boris Vian, 3, rue Jean-Claude Tissot, 42000 Saint-Étienne, Tél. 04 77 41 07 26. Chaque année, l'Association organise un concours dont les deux premiers prix ex-aequo sont un séjour de deux semaines tous frais payés dans une École internationale de langues à Salzburg.

Carte franco-allemande de l'étudiant : Grâce à la carte franco-allemande des œuvres universitaires, tout étudiant français qui se rend pour de courts séjours (vacances, week-ends) dans les villes universitaires allemandes peut bénéficier des restaurants, cafétérias, résidences universitaires au même titre que les étudiants allemands. Cette carte est délivrée aux étudiants français par le CROUS de leur ville universitaire d'origine.

Quelques adresses utiles :

GOETHE INSTITUT : 16, rue François Dauphin 69002 Lyon Tél. : 04.78.42.88.27 / Manifestations culturelles : conférences, cinéma, théâtre, musique... / bibliothèque / discothèque / salle de lecture...

DEUTSCHER AKADEMISCHER AUSTAUSCHDIENST (D.A.A.D.) : 24, rue Marbeau, 75116 Paris -Tél. 01.44.17.02.30 - Bourses d'études en R.F.A. / <http://www.paris;daad.de>

VENTE PAR CORRESPONDANCE D'OUVRAGES EN LANGUE ALLEMANDE - Dokumenten-Verlag - Postfach 1340 - D - 77603 - Offenburg (Allemagne). / - Express-Buch - Basler Landstr. 68 - D - 79111 - Freiburg (Allemagne).

➤ **Pour les étudiant.e.s d'ESPAGNOL :**

Association Eucalyptus 42 : 9 Rue Albert Schweitzer / 42350 La Talaudiere / 04 77 37 20 18.  
Association intercommunale franco-espagnole : échanges, cours, activités culturelles...

Festival Belles Latinas : chaque année, à l'automne, l'association Espaces Latino organise ce grand festival littéraire et culturel. Des manifestations ont lieu à St Etienne et dans toute la région. Extraits de la présentation du festival : « Depuis sa création, le festival a fait venir 250 écrivains latino-américains et quelques français. Des noms comme Elena Poniatowska, Jean-Yves Loude, Carlos Salem, Jordi Soler, Guillermo Fadanelli, Jorge Volpi, Carlos Liscano, Eduardo Manet, Véronique Ovaldé, Alejandro Zambra, Carmen Posadas, Luiz Ruffato et Alejandro Zambra ont participé à cet événement.

C'est l'occasion pour tous de venir découvrir ces écrivains incontournables. Ces écrivains sont de véritables acteurs de la vie culturelle. Loin de ne parler que de littérature, ils sont les premiers observateurs de leurs pays et nous permettent d'approcher leurs cultures, leurs sociétés, leurs réalités, leurs quotidiens en Amérique latine. Beaucoup d'entre eux sont journalistes et leur œuvres sont, en quelques sortes, des témoignages. De grands auteurs français sont également présents permettant débats, réflexions, comparaisons entre deux continents, deux modes de vie, deux littératures.

**Belles latinas**, est un ensemble d'animations dans la région Rhône-Alpes : rencontres en bibliothèques, universités, lycées, lectures de textes, cafés littéraires et chansons, apéro-dédicaces et dialogues autour de thèmes, de multiples façons d'aborder la littérature. Les manifestations sont organisées dans Lyon et la région Rhône-Alpes mais pas seulement. Elles ont aussi lieu à Rennes, Nantes, Marseille, Paris, Biarritz, Roanne et dans d'autres villes. Nous vous invitons à vous informer sur notre site pour ensuite vous rendre à l'une de nos manifestations, où nous aurons le plaisir de vous accueillir.

Festival Reflets du cinéma ibérique et latino-américain : chaque année, au printemps, le cinéma *Le Zola* de Villeurbanne organise cet événement : projections de films, débats, danses, repas... Certaines projections ont lieu à St Etienne.

Consultez le programme sur <http://www.lesreflets-cinema.com/>

N'hésitez pas aussi à faire un tour du côté de Lyon ! : l'Instituto Cervantes organise de nombreuses manifestations de très grande qualité (<http://lyon.cervantes.es/es/default.shtm>).

Voir également HispaLyon (<https://hisपालyon.jimdo.com/>)

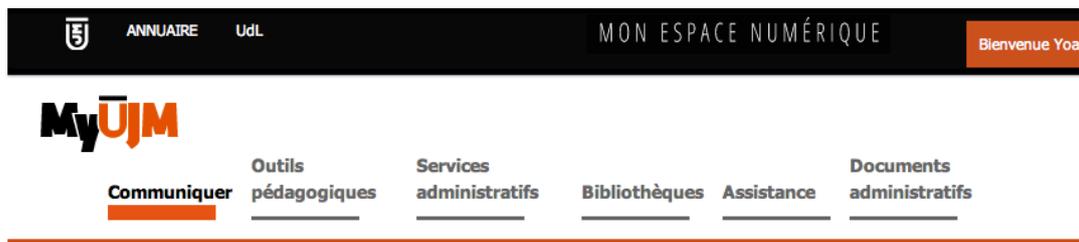
➤ **Pour les étudiant.e.s d'ITALIEN :**

L'AFI (Amicale Franco-Italienne) a diverses activités (bals, sorties, repas) et possède une bibliothèque italienne intéressante (300 volumes).

➤ **Pour les étudiant.e.s de PORTUGAIS :**

- **Instituto Camões** : <http://www.instituto-camoes.pt/>
- **Coordination générale de l'enseignement du portugais** : <http://www.epefrance.org/>
- **Fondation Calouste Gulbenkian Paris** : <http://www.gulbenkian-paris.org/accueil>
- **Consulat Général du Portugal** : 71, rue Crillon, 69006 Lyon ; **Tél.** 04 78 17 34 40 ; [mail@cglyo.dgaccp.pt](mailto:mail@cglyo.dgaccp.pt), <http://www.secomunidades.pt/web/lyon>
- **Portugal Business Club** : <http://www.portugalbusinessclub.com/>, Portugal Business Club de Rhône, CCI de Lyon, 20 place de la Bourse, 69002 Lyon, Tél. : +33 6 62 26 69 49 ; Portugal Business Club de la Loire, 57, cours Fauriel, 42000 Saint-Etienne, [saint-etienne@portugalbusinessclub.com](mailto:saint-etienne@portugalbusinessclub.com), +33 6 07 02 97 18
- **Brésil Business Club** : Au Cabinet Bismuth, 63 avenue de Saxe - BP 3167, 69406 LYON, +33 (0)6 10 59 38 54/ [info@brasilbusinessclub.com](mailto:info@brasilbusinessclub.com)/ [www.brasilbusinessclub.com](http://www.brasilbusinessclub.com)
- **CCi Paris** (Chambre de commerce et d'industrie) : <http://www.cci-paris-idf.fr/>
- **Association des lusodescendants de France - Cap Magellan** : <http://www.capmagellan.org/>
- **AGRAFr** Association des Diplômés Portugais en France : <http://agrafr.fr/home-2/>
- **Association pour le Développement des Études Portugaises, Brésiliennes, d'Afrique et d'Asie lusophones** : <http://www.adepba.fr/>
- **Association Culturelle Portugaise de Saint-Etienne** [<http://acpsaintetienne.wix.com/association-Portugal>], [acpsaintetienne@gmail.com](mailto:acpsaintetienne@gmail.com), Tél : 07 83 31 77 41
- **Librairie Portugaise et Brésilienne en ligne** : <http://www.librairie-portugaise.com/>
- **Radio CapSao** : <http://www.capsao.com/>
- **LusoJornal** : <http://www.lusojournal.com/>
- **PLURAL PLURIEL Revue des cultures de langue portugaise** [Revue en ligne] : <http://www.pluralpluriel.org/>
- **Capoeira Malungos** : <https://fr-fr.facebook.com/Association-Capoeira-Malungos-Saint-Etienne-203496196343227/>

## Les services numériques pour les étudiant.e.s



🌐: [www.univ-st-etienne.fr/myujm](http://www.univ-st-etienne.fr/myujm)

L'université Jean Monnet met à votre disposition un ensemble de services numériques via un portail unique : MyUJM. C'est la possibilité pour vous de rester en contact avec vos enseignant.e.s, vos ami.e.s mais également de disposer des informations administratives de la faculté à laquelle vous êtes rattaché.e. Vous disposez ainsi d'une messagerie électronique, de cours en ligne (plateforme pédagogique Claroline Connect / migration vers Moodle à partir de 2022), d'une documentation numérique, de votre emploi du temps, d'une aide en ligne, d'un espace de stockage, ainsi que de services plus personnalisés.

Grâce à **un seul code d'accès et un seul point d'accès web**, vous pouvez en utiliser toutes les fonctionnalités.

- Votre identifiant (nom d'utilisateur) se trouve sur votre carte multiservices.



**Pour les nouveaux étudiants : votre compte ne sera pas activé automatiquement, vous devrez changer votre mot de passe et signer la charte informatique avant de pouvoir utiliser les services numériques.**

L'Université Jean Monnet met à votre disposition **deux salles de libre-accès informatique** dans lesquelles vous pourrez travailler librement et individuellement sur un poste informatique :

- une sur le site de Tréfilerie, bâtiment D, 3e étage,
- une sur le site de la Métare, bâtiment H,

Ces deux salles sont ouvertes indifféremment à tous les étudiant.e.s, quelle que soit leur faculté de rattachement.



Si vous disposez d'un ordinateur portable, dans les libre-accès informatiques de Tréfilerie et de

sciences, des places sont disponibles pour vous connecter en WIFI  (réseau UJM-SF). Vous pouvez également vous connecter sur l'ensemble des sites de l'université.

Vous disposez dès votre entrée à l'Université d'un **quota d'impressions gratuites** différent selon votre année d'études.

Pour travailler en groupe, vous pouvez réserver des salles de TP autonomes auprès des personnels de libre-accès, sur les sites mentionnés précédemment (attention, aucune réservation n'est faite à l'avance, vous devez en faire la demande sur le moment et une salle ne vous sera attribuée qu'en fonction des disponibilités).

Pour toute information complémentaire, rendez-vous aux adresses suivantes :

🌐 <https://documentation.univ-st-etienne.fr>

🌐 <http://portail.univ-st-etienne.fr/bienvenue/presentation/dsi-pole-production-tice-et-services-252908.kjsp>

**LE SERVICE DES PUBLICATIONS  
DE L'UNIVERSITÉ JEAN MONNET - SAINT-ÉTIENNE**



Le saviez-vous ? L'Université de Saint-Étienne dispose depuis 1972 d'un service d'édition qui publie des ouvrages variés (plus de neuf cents titres à ce jour) et susceptibles de vous intéresser : littérature, langues et civilisations étrangères, histoire, géographie, arts plastiques, musique, architecture, régionalisme, Antiquité, sociologie, éducation, sciences...

Pour connaître les dernières publications des Presses universitaires de Saint-Étienne (PUSE) ou télécharger le catalogue :

 <https://presses.univ-st-etienne.fr/fr/index.html>

**Adresse** : 35, rue du 11 novembre,  
42023 SAINT-ÉTIENNE CEDEX 2

**Localisation** : site Tréfilerie, bâtiment L 2<sup>ème</sup> étage.

 04.77.42.16.52

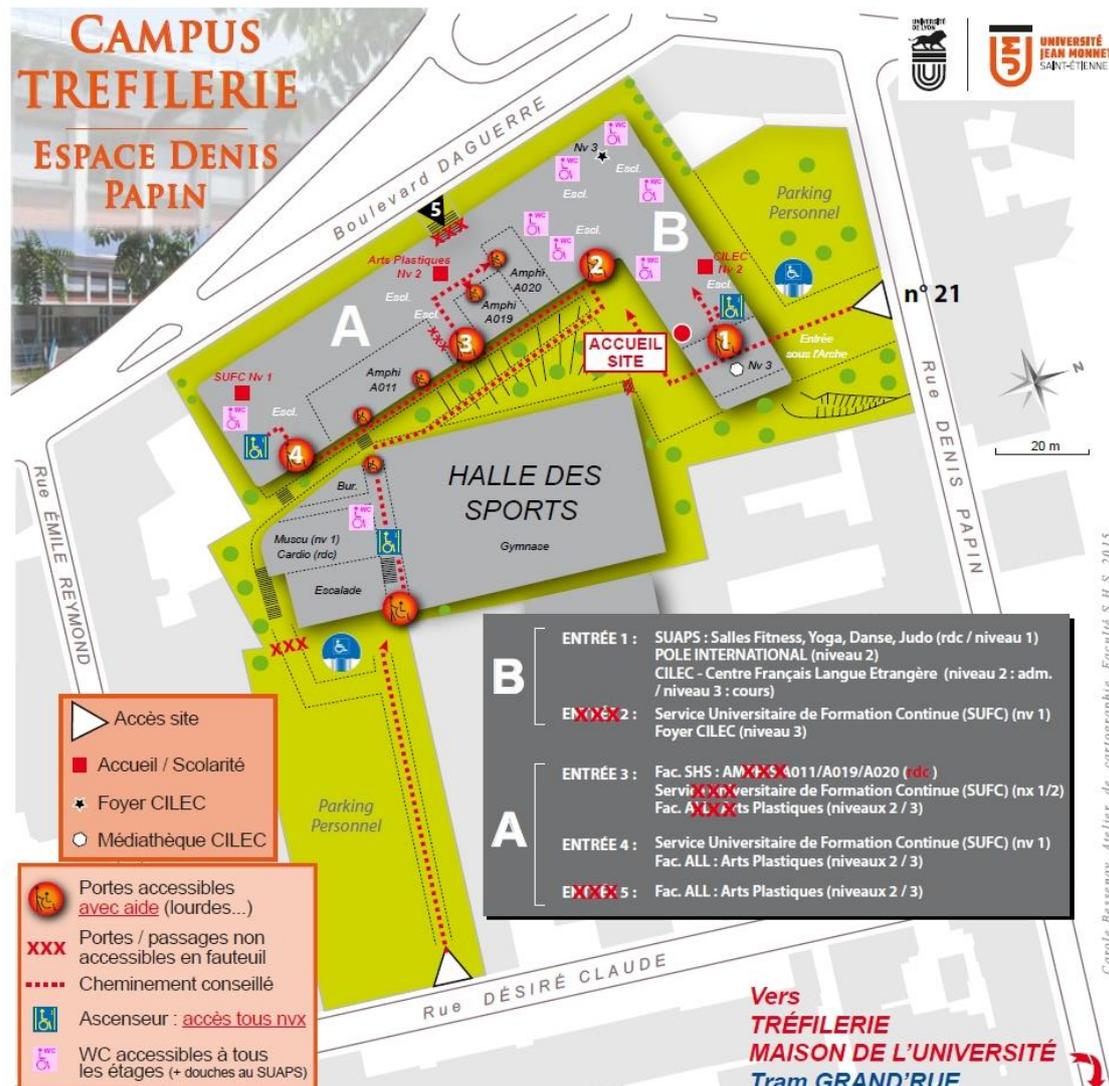
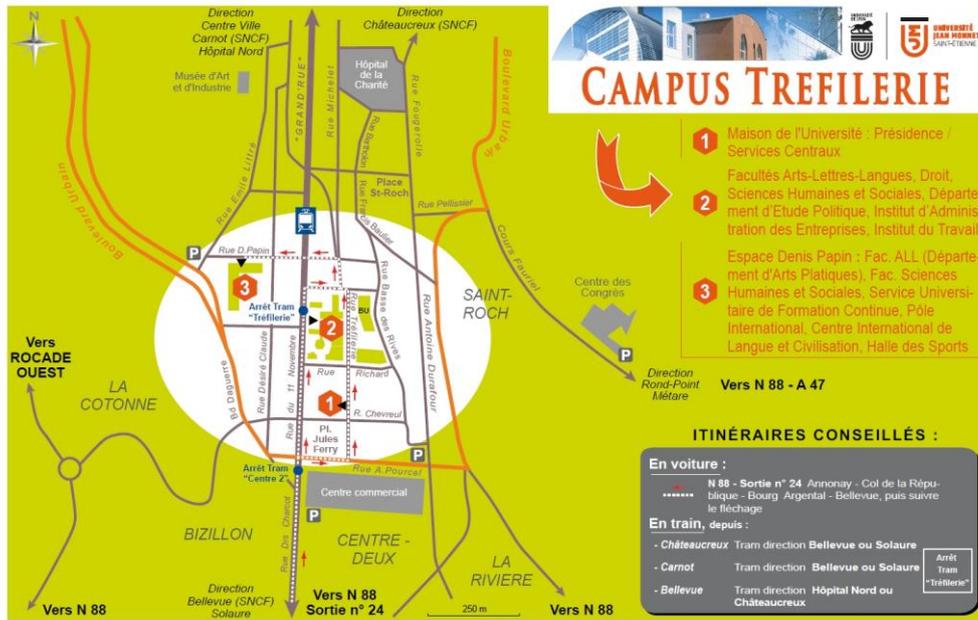
 [publications@univ-st-etienne.fr](mailto:publications@univ-st-etienne.fr)

 <https://presses.univ-st-etienne.fr/fr/index.html>

**Heures d'ouverture** : 8h.30-17h du lundi au vendredi

**Responsable** : M. Jean-Marie Roulin.

# Plan des sites ALL





## SERVICES UNIVERSITAIRES

### Maison de l'Université

04.77.42.17.00

<http://www.univ-st-etienne.fr>

### Orientation/réorientation, de documentation sur les filières, les métiers ou insertion professionnelle

Orientation, Information et Documentation

Accompagnement à l'insertion : projet professionnel, recherche et convention de stage

CAP Avenir

[capavenir@univ-st-etienne.fr](mailto:capavenir@univ-st-etienne.fr)

04 77 42 17 16

### Santé, logement et vie quotidienne

Santé et Médecine Préventive Universitaire

04 69 66 11 00

Soutien psychologique

04 69 66 11 05

*Tous mardi matin et jeudis toute la journée sur rendez-vous*

Diététicienne

04 69 66 11 05

*Les mercredis matin sur Rendez-vous*

Assistante Sociale des Étudiants

04 69 66 11 03

### Accompagnement handicap et vie étudiantes

Handicap, gestion des aides humaines et logistiques : 04 77 42 17 22

Vie étudiante, culture, associations ... : 04 77 42 17 23

### Activités sportives

SUAPS

[suaps@univ-st-etienne.fr](mailto:suaps@univ-st-etienne.fr)

04 77 42 17 96