



MASTER Arts, Lettres, Langues Mention Langues Étrangères Appliquées

Parcours Relations Commerciales Internationales 2024-2025



UFR Arts, Lettres, Langues
Université Jean Monnet
33, rue du Onze-Novembre
42023 Saint-Étienne Cedex 2

Tel 04 77 42 13 05
Fax 04 77 42 13 30
<https://fac-ali.univ-st-etienne.fr>



AOÛT		SEPTEMBRE		OCTOBRE		NOVEMBRE		DÉCEMBRE		JANVIER	
JEU 1		D 1		MAR 1		VEN 1		D 1		MER 1	
VEN 2		LUN 2		MER 2		SAM 2		LUN 2		JEU 2	
SAM 3		MAR 3		JEU 3		D 3		MAR 3		VEN 3	
D 4		MER 4		VEN 4		LUN 4		MER 4		SAM 4	
LUN 5		JEU 5	Réunions de rentrée	SAM 5		MAR 5		JEU 5	12	D 5	
MAR 6	Vacances estivales	VEN 6		D 6		MER 6	8	VEN 6		LUN 6	
MER 7		SAM 7		LUN 7		JEU 7		SAM 7		MAR 7	
JEU 8	Fermeture administrative	D 8		MAR 8		VEN 8		D 8		MER 8	Epreuves terminales session Une
VEN 9		LUN 9	Rentrée impaire	MER 9	5	SAM 9		LUN 9		JEU 9	
SAM 10		MAR 10		JEU 10		D 10		MAR 10		VEN 10	
D 11		MER 11		VEN 11		LUN 11		MER 11	13	SAM 11	
LUN 12		JEU 12	1	SAM 12		MAR 12		JEU 12		D 12	
MAR 13		VEN 13		D 13		MER 13	9	VEN 13		LUN 13	
MER 14		SAM 14		LUN 14		JEU 14		SAM 14		MAR 14	
JEU 15		D 15		MAR 15		VEN 15		D 15		MER 15	Epreuves terminales session Une
VEN 16		LUN 16		MER 16	6	SAM 16		LUN 16		JEU 16	
SAM 17		MAR 17		JEU 17		D 17		MAR 17	Semaine de révision	VEN 17	
D 18		MER 18	2	VEN 18		LUN 18		MER 18		SAM 18	
LUN 19		JEU 19		SAM 19		MAR 19		JEU 19		D 19	
MAR 20		VEN 20		D 20		MER 20	10	VEN 20		LUN 20	Rentrée paire
MER 21		SAM 21		LUN 21		JEU 21		SAM 21		MAR 21	
JEU 22		D 22		MAR 22		VEN 22		D 22		MER 22	
VEN 23		LUN 23	3	MER 23	7	SAM 23		LUN 23	52	JEU 23	
SAM 24		MAR 24	Soutenance M2	JEU 24		D 24		MAR 24		VEN 24	1
D 25		MER 25		VEN 25		LUN 25		MER 25	Vacances de Noël	SAM 25	
LUN 26		JEU 26		SAM 26		MAR 26		JEU 26	Fermeture administrative	D 26	
MAR 27		VEN 27		D 27		MER 27	11	VEN 27		LUN 27	
MER 28		SAM 28		LUN 28		JEU 28		SAM 28		MAR 28	
JEU 29		D 29		MAR 29	Vacances de Toussaint	VEN 29		D 29		MER 29	
VEN 30		LUN 30	4	MER 30		SAM 30		LUN 30	01	JEU 30	2
SAM 31				JEU 31				MAR 31		VEN 31	

FÉVRIER		MARS		AVRIL		MAI		JUIN		JUILLET	
SAM 1	1	SAM 1	1	MAR 1	1	JEU 1	1	D 1	1	MAR 1	1
D 2	2	D 2	2	MER 2	2	VEN 2	2	LUN 2	2	MER 2	2
LUN 3	3	LUN 3	3	JEU 3	3	SAM 3	3	MAR 3	Jurys	JEU 3	3
MAR 4	4	MAR 4	4	VEN 4	4	D 4	4	MER 4	4	VEN 4	4
MER 5	5	MER 5	5	SAM 5	5	LUN 5	5	JEU 5	5	SAM 5	5
JEU 6	6	JEU 6	6	D 6	6	MAR 6	6	VEN 6	6	D 6	6
VEN 7	7	VEN 7	7	LUN 7	7	MER 7	7	SAM 7	7	LUN 7	7
SAM 8	8	SAM 8	8	MAR 8	8	JEU 8	8	D 8	8	MAR 8	Jurys
D 9	9	D 9	9	MER 9	9	VEN 9	9	LUN 9	9	MER 9	9
LUN 10	10	LUN 10	10	JEU 10	10	SAM 10	10	MAR 10	10	JEU 10	10
MAR 11	11	MAR 11	11	VEN 11	11	D 11	11	MER 11	11	VEN 11	11
MER 12	12	MER 12	12	SAM 12	12	LUN 12	12	JEU 12	12	SAM 12	12
JEU 13	13	JEU 13	13	D 13	13	MAR 13	13	VEN 13	13	D 13	13
VEN 14	14	VEN 14	14	LUN 14	14	MER 14	14	SAM 14	14	LUN 14	14
SAM 15	15	SAM 15	15	MAR 15	15	JEU 15	15	D 15	15	MAR 15	15
D 16	16	D 16	16	MER 16	16	VEN 16	16	LUN 16	16	MER 16	16
LUN 17	17	LUN 17	17	JEU 17	17	SAM 17	17	MAR 17	17	JEU 17	17
MAR 18	18	MAR 18	18	VEN 18	18	D 18	18	MER 18	18	VEN 18	18
MER 19	19	MER 19	19	SAM 19	19	LUN 19	19	JEU 19	19	SAM 19	19
JEU 20	20	JEU 20	20	D 20	20	MAR 20	20	VEN 20	20	D 20	20
VEN 21	21	VEN 21	21	LUN 21	21	MER 21	21	SAM 21	21	LUN 21	21
SAM 22	22	SAM 22	22	MAR 22	22	JEU 22	22	D 22	22	MAR 22	22
D 23	23	D 23	23	MER 23	23	VEN 23	23	LUN 23	23	MER 23	23
LUN 24	24	LUN 24	24	JEU 24	24	SAM 24	24	MAR 24	24	JEU 24	24
MAR 25	25	MAR 25	25	VEN 25	25	D 25	25	MER 25	25	VEN 25	25
MER 26	26	MER 26	26	SAM 26	26	LUN 26	26	JEU 26	26	SAM 26	26
JEU 27	27	JEU 27	27	D 27	27	MAR 27	27	VEN 27	27	D 27	27
VEN 28	28	VEN 28	28	LUN 28	28	MER 28	28	SAM 28	28	LUN 28	28
Notes sur MyUJM		SAM 29	29	MAR 29	29	JEU 29	29	D 29	29	MAR 29	29
		D 30	30	MER 30	30	VEN 30	30	LUN 30	30	MER 30	30
		LUN 31	31			SAM 31	31			JEU 31	31

Légendes

Session d'examens / Jurys	vote
Vacances UFR ALL	vote
Fermetures administratives	Information
Informations diverses	Information
Vacances scolaire académie de Lyon	Information

Dates prévisionnelles des conseils d'UFR :

Information
 2023/2024 : Fin mai / 7 juin / 5 juillet après midi
 2024/2025 : 20 septembre / 25 octobre / 29 novembre / 10 janvier / 28 mars / 24 mai / 04 juillet
 Bureaux (en plus des conseils) : 14 février, 18 avril, 20 juin 2024

Soutenances des M2 (dates limites):

vote
 2023/2024 : 24 septembre 2024
 2024/2025 : 24 septembre 2023

Calendrier voté en conseil d'UFR ALL du 29 mars 2024
 Calendrier voté en CFVU UJM du 19 avril 2024

SOMMAIRE

- Annuaire / Personnel UJM	2
- Le Master LEA-RCI à l'UJM.....	3
- Présentation de la formation M1 RCI.....	4
- Présentation de la formation M2 RCI.....	5
- Stages de Master 1 et de Master 2	6
- Organisation par semestre	10
- Descriptif des cours et intervenant.e.s	17
- Bibliographie du Master RCI	32
- Compétences visées en fin de Master RCI.....	33
- Étudier à l'étranger	35
- Destinations possibles et critères de sélection	39
- Ouverture internationale	40
- Relations de l'étudiant-e avec l'extérieur	42

ATTENTION

Des modifications pourront être apportées à ce livret.

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

MASTER LEA - Relations Commerciales Internationales & Personnel UJM

Direction du Département LEA	Anne-Pauline SANTER Franck MARTIN	anne.pauline.santer@univ-st-etienne.fr franck.martin@univ-st-etienne.fr
Gestion administrative du Master RCI	Clara MORTAMET	clara.mortamet@univ-st-etienne.fr
Directeur des études Langues, faculté ALL	Olivier GLAIN	olivier.glain@univ-st-etienne.fr

ADMINISTRATION & SCOLARITÉ DU MASTER RCI

Scolarité Master RCI	Bureau B226 (site Papin)	all-scolarite-lea@univ-st-etienne.fr 04.77.42.13.22
---------------------------------	--------------------------	--------------------------------------------------------

Direction UFR ALL	Clara MORTAMET	clara.mortamet@univ-st-etienne.fr
Responsable administratif UFR ALL	Richard CHAPUIS	richard.chapuis@univ-st-etienne.fr
Responsable de Scolarité	<i>Sera communiqué ultérieurement Utiliser l'adresse générale</i>	all-scolarite-lea@univ-st-etienne.fr
Gestionnaire des stages LEA	<i>Sera communiqué ultérieurement Utiliser l'adresse générale</i>	all-scolarite-lea@univ-st-etienne.fr

DIRECTION de l'INTERNATIONAL

Chargées de Mission Relations Internationales (aspects pédagogiques de la mobilité)	Chantal BARONE Sophie CHAPUIS	chantal.barone@univ-st-etienne.fr sophie.chapuis@univ-st-etienne.fr
Responsable du Bureau des Mobilités Internationales	Romain GOETSCHY	romain.goetschy@univ-st-etienne.fr
Mobilités d'études Erasmus (Europe)	Anouk ABRAMOVICI	erasmus-mob@univ-st-etienne.fr +33 (0)4 77 43 79 65
Assistante mobilités d'études hors Europe et mobilité de stages	Julia CID	international-mob@univ-st-etienne.fr +33 (0)4 77 43 79 82

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 formation Master LEA parcours Relations Commerciales Internationales (RCI) propose de former des spécialistes dans 2 langues étrangères : une langue A : anglais obligatoire et au choix, selon le parcours suivi antérieurement, une langue B : allemand, espagnol, italien ou portugais. En parallèle, le master RCI forme également dans des domaines de matières d'application axées sur les relations commerciales internationales.

Le master RCI permet aux étudiants/étudiantes d'acquérir et de développer des compétences dans les domaines du commerce international, de la gestion d'entreprise, du droit, de la gestion comptable, de la gestion des ressources humaines, de la négociation interculturelle, de la fiscalité internationale, du marketing, du web-marketing, de la logistique et des outils informatiques.

L'équipe pédagogique insiste également sur des axes de développement importants pour Saint-Étienne, la logistique étant une pierre angulaire de ses relations économiques et commerciales, et pour la région Rhône-Alpes, en tant que deuxième région économique de France où les échanges économiques avec ses partenaires européens et mondiaux sont essentiels.



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

CHIFFRES CLÉS :

25	24	2	18	1	8
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 parcours 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 et de l'entreprise, 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 : à 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

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 parcours Relations Commerciales Internationales, le Master II 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, de postuler à des postes 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. Cette possibilité s'adresse, en priorité, aux étudiant.e.s ayant validé leur Master LEA – RCI avec au moins la mention Bien.

Les étudiant.e.s doivent être encadré.e.s par un professeur des universités (PR) et sont rattaché.e.s à l'unité de recherche du PR encadrant. Les étudiant.e.s doivent aussi s'inscrire dans une école doctorale.



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.e 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 s'agit, dans tous les cas :

- D'un réel stage et non d'un « job d'été » (la structure d'accueil et le contenu du stage devront donc être privilégiés 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 leur stage, un CDD voire un CDI, ce qui facilite grandement l'entrée dans le monde du travail).

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 du / de la responsable 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 déroule **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 minimum (interligne 1.5), 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 l'enseignant.e encadrant.

Langues de rédaction et de la soutenance

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

TUTEUR/TUTRICE UNIVERSITAIRE - MASTER I :

1. Il incombe à l'étudiant.e, et non pas au(x) responsable(s) du Master ou à l'administration, de se mettre en rapport avec l'enseignant (tuteur/tutrice universitaire) qui encadrera son rapport de stage. Son choix devra être validé par le/les responsable(s) du Master.

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 contacter son tuteur/sa tutrice universitaire avant et pendant le stage.

2. Avant de rendre son rapport de stage, il revient à l'étudiant.e de prendre impérativement contact avec le tuteur/la tutrice universitaire afin de fixer la DATE et l'HEURE de soutenance. Cette tâche n'est PAS assurée par l'administration. Le tuteur/la tutrice universitaire se charge de la réservation de la SALLE.

3. ATTENTION : Le tuteur/la tutrice universitaire juge de la qualité du rapport et s'il satisfait aux exigences du M1. Il/elle décide de la soutenance sur cette base.



Il est vivement conseillé d'anticiper le coût financier d'un stage à l'étranger bien en amont et de ne pas compter sur d'éventuelles bourses. Si elles sont accordées, les bourses sont versées très tard et PAS nécessairement en début de stage.



Est passible de sanctions :

- Le recours à l'IA et ChatGPT pour rédiger le rapport de M1.
- L'appropriation des propos d'autrui (plagiat).

En cas de non-respect de ces consignes, le rapport ne sera pas corrigé et il sera impossible de soutenir

Stage en Master II

5 MOIS MINIMUM À 6 MOIS MAXIMUM

Il peut se dérouler **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 minimum (interligne 1.5) 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/tutrice de l'entreprise où le stage est effectué et l'enseignant.e choisi.e pour l'encadrement et le suivi (tuteur/tutrice universitaire).

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/tutrice de l'entreprise du stage (moyenne des notes de chaque membre du jury : coef. 1).

Attention : si, pour diverses raisons, le tuteur/ la tutrice d'entreprise ne peut/ne veut se déplacer, il/ elle devra obligatoirement être remplacé.e 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 déroulera dans cette même langue.

TUTEUR/TUTRICE UNIVERSITAIRE - MASTER II :

1. Il incombe à l'étudiant.e, et non au(x) responsable(s) 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 et des missions confiées, qui encadrera son travail de recherche et de rédaction du mémoire de master II (tuteur/tutrice universitaire).
2. Avant de rendre son mémoire, il revient à l'étudiant.e de prendre impérativement contact avec le tuteur/la tutrice universitaire et le tuteur/la tutrice d'entreprise afin de fixer la DATE et l'HEURE de la soutenance. Cette tâche n'est PAS assurée par l'administration. Le tuteur/la tutrice universitaire se charge de la réservation de la SALLE.
3. ATTENTION : Le tuteur/la tutrice universitaire juge de la qualité du mémoire et s'il satisfait aux exigences du M2. Il/elle décide de la soutenance sur cette base.



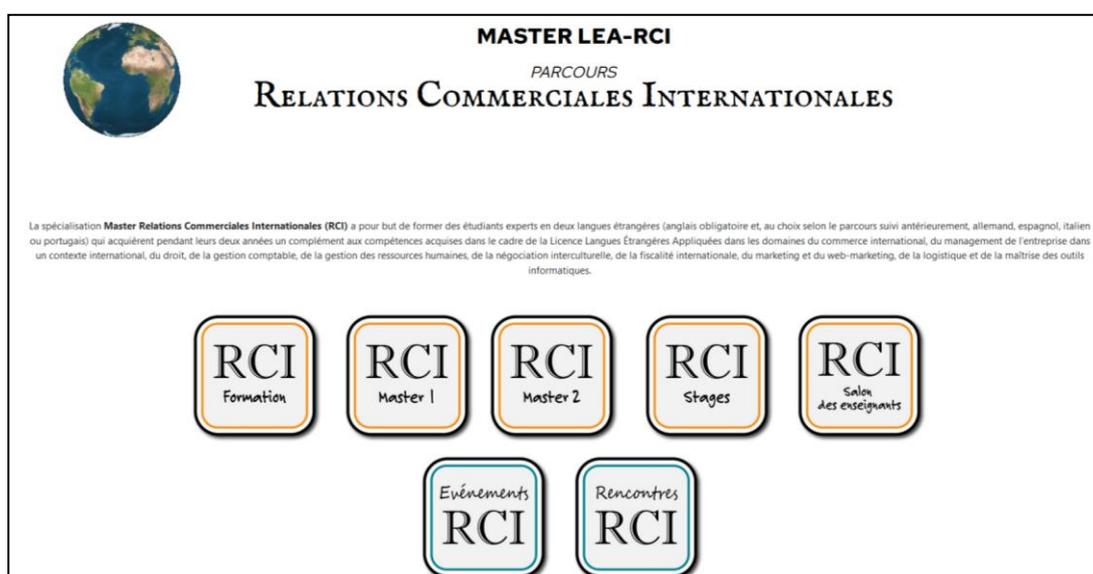
Est passible de sanctions :

- Le recours à l'IA et ChatGPT pour rédiger le mémoire de M2.
- L'appropriation des propos d'autrui (plagiat).

En cas de non-respect de ces consignes, le rapport ne sera pas corrigé et il sera impossible de soutenir

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, consultez : <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 » de l'espace Moodle du **Master LEA-RCI** de l'UJM.



Tous les documents nécessaires au déroulement du stage sont disponibles dans l'espace Moodle du Master.



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

Master I : Organisation du semestre 7

PARCOURS RELATIONS COMMERCIALES INTERNATIONALES

Calendrier sur **12 semaines** de cours

Sauf indication contraire, les matières en italique sont communes au Master MRT
!⚠ Langue des affaires et du Commerce International [Espagnol 1] : cours NON mutualisé.

UE 1 COMMUNICATION SPÉCIALISÉE POUR LE TRANSFERT DE CONNAISSANCES	CM	TD	Modalités d'évaluation Session 1	Modalités d'évaluation Session 2 (rattrapage)	Crédits 14	Coef. 5
LANGUE A						
<i>Interculturalité et contexte socio-économique</i>	24		CC (100%) : écrit	écrit 2h	3	3
<i>Langue des affaires et du commerce international [1]</i>		20	CC (100%) : écrit + oral	oral	3	2
<i>Communication [1]</i>		12	CC (100%) : oral	oral	1	1
LANGUE B *						
<i>Interculturalité et contexte socio-économique</i>	24		CC (100%) : écrit	écrit 2h	3	3
<i>Langue des affaires et du Commerce International [1]</i>		20	CC (100%) : écrit + oral	écrit 1h	3	2
<i>Communication [1]</i>		12	CC (100%) : oral	oral	1	1

* Allemand / Espagnol / Italien / Portugais

UE 2 MATIÈRES PROFESSIONNALISANTES	CM	TD	Modalités d'évaluation Session 1	Modalités d'évaluation Session 2 (rattrapage)	Crédits 11	Coef. 4
<i>Organisation de l'entreprise</i>	12		CC (100%) : écrit	écrit 2h	2	1
<i>Gestion / Comptabilité</i>	12		CC (100%) : écrit	écrit 2h	2	1
Outils et techniques du commerce international		18	CC (100%) : écrit	écrit 3h	3	3
Marketing [1]		18	CC (100%) : écrit Dossier	écrit 3h	2	2
Droit du commerce international	12		CC (100%) : écrit	écrit 1h	2	1

UE 3 OUTILS NUMÉRIQUES	CM	TD	Modalités d'évaluation Session 1	Modalités d'évaluation Session 2 (rattrapage)	Crédits 2	Coef. 1
Informatique [1]		12	CC (100%) : technique	Épreuve technique 1h	2	1

UE 4 CULTURE PROFESSIONNELLE	CM	TD	Modalités d'évaluation Session 1	Modalités d'évaluation Session 2 (rattrapage)	Crédits 2	Coef. 1
Module Insertion Professionnelle			CC (100%) : TP/pratique		2	0
Préparation du stage à l'étranger		3				

CC = Contrôle Continu - Épreuve en cours ou fin de semestre

UE1 Langue B - Langue des affaires et du Commerce International [1]

CC Allemand : 2 épreuves écrites

CC Espagnol : Épreuves écrites et/ou orales

UE 5 RECHERCHE UNIVERSITAIRE	CM	TD	Modalités d'évaluation Session 1	Modalités d'évaluation Session 2 (rattrapage)	Crédits 1	Coef. 1
Initiation à la recherche et recherche documentaire BU		9	CC (100%) : écrit	écrit 2h	1	1
Cycle de conférences - Les rencontres RCI	3					

Master I : Organisation du semestre 8

PARCOURS RELATIONS COMMERCIALES INTERNATIONALES

Calendrier sur **6 semaines** de cours

Sauf indication contraire, les matières en italique sont communes au Master MRT

UE 1 COMMUNICATION SPÉCIALISÉE POUR LE TRANSFERT DE CONNAISSANCES	CM	TD	Modalités d'évaluation Session 1	Modalités d'évaluation Session 2 (rattrapage)	Crédits 10	Coef. 5
LANGUE A						
<i>Langue des affaires et du commerce international [1]</i>		20	CC (100%) : écrit + oral	oral	3	2
<i>Communication [1]</i>		12	CC (100%) : oral	oral	2	1
LANGUE B *						
<i>Langue des affaires et du Commerce International [1]</i>		20	CC (100%) : écrit + oral	écrit 1h	3	2
<i>Communication [1]</i>		12	CC (100%) : oral	oral	1	1

* Allemand / Espagnol / Italien / Portugais

UE 2 MATIÈRES PROFESSIONNALISANTES	CM	TD	Modalités d'évaluation Session 1	Modalités d'évaluation Session 2 (rattrapage)	Crédits 11	Coef. 4
Fiscalité internationale [1]	6	6	CC (100%) : écrit 2h	écrit 2h	2	1
Transports et logistique [1]	12		CC (100%) : écrit	écrit 2h	3	1
International Trade / Sales Techniques and Behaviors		12	CC (100%) : écrit + oral	écrit 3h	3	2
Marketing [2]		12	CC (100%) : oral	écrit 2h	2	1

UE 3 OUTILS NUMÉRIQUES	CM	TD	Modalités d'évaluation Session 1	Modalités d'évaluation Session 2 (rattrapage)	Crédits 2	Coef. 1
Informatique [2]		12	CC (100%) : épreuve technique	épreuve technique 1h	2	1

CC = Contrôle Continu - Épreuve en cours ou fin de semestre

UE1 Langue B *Langue des affaires et du Commerce International*

CC Allemand : 2 épreuves écrites

CC Espagnol : Épreuves écrites et/ou orales

UE 4 CONTEXTE PROFESSIONNEL	Modalités d'évaluation Session 1	Crédits 8	Coef 5
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

UE 5 MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE	CM	TD	Modalités d'évaluation Session 1	Crédits	Coef
Préparation à la rédaction du rapport de stage et à la soutenance		4			
Lectures universitaires et interculturelles		2			

Master II : Organisation du semestre 9

PARCOURS RELATIONS COMMERCIALES INTERNATIONALES

Calendrier sur 12 semaines de cours

UE 1 COMMUNICATION SPÉCIALISÉE POUR LE TRANSFERT DE CONNAISSANCES	CM	TD	Modalités d'évaluation Session 1	Modalités d'évaluation Session 2 (rattrapage)	Crédits 12	Coef. 5
LANGUE A						
Contexte et culture socio-économique	18		CC (100%) écrit (dossier)	écrit	4	2
Communication [3]		18	CC (100%) : TP/pratique (Serious Game)	oral	2	1
LANGUE B *						
Contexte et culture socio-économique	18		CC (100%) : écrites + orale	écrit	4	2
Communication [3]		18	CC (100%) : TP/pratique (Serious Game)	oral	2	1

* Allemand / Espagnol / Italien / Portugais

UE 2 DÉVELOPPEMENT ET INTÉGRATION DE SAVOIRS HAUTEMENT SPÉCIALISÉS	CM	TD	Modalités d'évaluation Session 1	Modalités d'évaluation Session 2 (rattrapage)	Crédits 14	Coef. 5
Management de l'entreprise	12	12	CC (100%) : TP/pratique (Serious Game)	écrit 2h	2	1
Gestion des ressources humaines	12	12	CC (100%) : écrit + oral	écrit 2h	2	1
Négociation interculturelle	12	12	CC (100%) : écrit	écrit 2h	2	1
International Trade / Launching a Company	18	18	CC (100%) : écrit + oral (Serious Game)	oral	3	3
Marketing [3]	12	12	CC (100%) : écrit + oral (Serious Game)	écrit 2h	2	2
Fiscalité internationale [2]	6	6	CC (100%) : écrit	écrit 2h	1	1
Transports et logistique / ERP [2]	12	12	CC (100%) : écrit + oral (Serious Game)	écrit 3h	2	2

CC = Contrôle Continu - Épreuve en cours ou fin de semestre

UE1 Langue B

Contexte et culture socio-économique : Épreuves écrites et/ou orales.

Communication [3]: CC Épreuves écrites et orales OU *Serious Game*.

Serious Game : évaluation pluridisciplinaire commune à certaines matières des UE 1, 2, 3.

Plus de précisions seront données ultérieurement par les enseignants des cours concernés.

UE 3 USAGES AVANCÉS ET SPÉCIALISÉS DES OUTILS NUMÉRIQUES	CM	TD	Modalités d'évaluation Session 1	Modalités d'évaluation Session 2 (rattrapage)	Crédits 2	Coef. 1
Webmarketing / Digital Practice	12	12	CC (100%) : écrit (Serious Game)	écrit 2h	2	1

UE 4 CULTURE PROFESSIONNELLE	CM	TD	Modalités d'évaluation Session 1	Modalités d'évaluation Session 2 (rattrapage)	Crédits 2	Coef. 1
Module Insertion professionnelle			CC (100%) : TP/pratique		2	0
Serious Game / Feedback et évaluation par compétences		2				

UE 5 RECHERCHE UNIVERSITAIRE	CM	TD	Modalités d'évaluation Session 1	Modalités d'évaluation Session 2 (rattrapage)	Crédits	Coef.
Préparation à la rédaction du mémoire et à la soutenance		3				
Cycle de conférences - Les rencontres RCI	3					

Master II : Organisation du semestre 10
PARCOURS RELATIONS COMMERCIALES INTERNATIONALES

▲ Le stage occupe la totalité du semestre 10

UE Culture professionnelle	Modalités d'évaluation Session 1	Modalités d'évaluation Session 2 (rattrapage)	Crédits 30	Coef.
Stage de 5 mois (700 heures minimum) + Mémoire + Soutenance	CC (100%) 1 note de stage (tuteur entreprise) + 1 note de mémoire (tuteur enseignant) + 1 note de soutenance (1 note du tuteur entreprise + 1 note du tuteur enseignant = moyenne)	∅	30	

Master I

Descriptifs des cours et intervenant.e.s du semestre 7

UE 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

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

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

Ce cours a pour objectif de permettre à l'étudiant d'acquérir une compréhension générale des cultures et contextes socio-économiques des divers pays hispano-américains. Comprendre ces particularités, qui ont une influence dans le monde du travail et de la coopération, est un élément essentiel pour qui est confronté à l'interculturalité.

Marie SCHAEVERBEKE

ITALIEN

Dans ce cours nous analyserons les diverses facettes de l'interculturalité en la mettant en relation d'abord avec la notion « d'italianité » puis en examinant la multiplicité des contextes d'usage et des locuteur.trice.s de la langue italienne dans le panorama international. Nous nous intéresserons également à la communication interculturelle, et aux malentendus possibles, en mobilisant une série d'études de cas. Pour ce faire nous nous appuyerons sur le cadre théorique des représentations sociales (voire des stéréotypes) à partir de supports variés.

Cai JIN, cai.jin@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*).

Igor FERRAZ GONCALVES, igor.ferraz.goncalves.de.carvalho@univ-st-etienne.fr

Pedro OLIVEIRA, pedro.oliveira@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

ALLEMAND

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

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, d'une lettre de remerciement jointe à une commande faite sur Internet et de lettres commerciales).

Isabelle PAUZE-KEVENHORSTER, 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.

Cristina ROYUELA

ITALIEN

Prérequis : les INCOTERMS.

Objectifs : (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, de 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

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.

Rosa Maria FREJAVILLE, rosa.maria.frejaville@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

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

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

ITALIEN

Nous proposerons aux étudiants des exercices d'expression orale en langue italienne, en nous appuyant principalement sur des documents issus de la télévision, de la radio et de la presse quotidienne. Une partie des cours sera dédiée à l'apprentissage des techniques et astuces essentielles de la communication orale dans le contexte professionnel.

Vito AVARELLO, vito.avarello@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.

Rosa Maria FREJAVILLE, rosa.maria.frejaville@univ-st-etienne.fr

UE 2 – DÉVELOPPEMENT ET INTÉGRATION DE SAVOIRS HAUTEMENT SPÉCIALISÉS

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

Ce cours en langues française et anglaise a pour objectif de former de futurs professionnels internationaux en vue des défis qu'ils auront à relever, notamment en leur fournissant les bases de la gestion d'entreprise et de tactiques de gestion des relations interpersonnelles.

L'apprentissage mettra en lumière les différents types d'entreprise et les stratégies qu'on peut leur appliquer. Les étudiants apprendront aussi à communiquer avec leurs partenaires externes et à piloter leurs projets.

L'approche, bien que théorique, a pour but de préparer les étudiants aux cas pratiques et par conséquent, uniques, auxquels ils seront confrontés dans leur évolution professionnelle.

Laure Dipoko Phillips, lauredipokophillips@gmail.com

➤ **Gestion / Comptabilité : 12 CM**

Le module doit permettre aux étudiants/étudiantes de se rendre compte de l'équilibre financier et de la situation économique d'une organisation par l'étude du bilan (comptable et fonctionnel) et du compte de résultat. Il initie l'apprenant à l'analyse de ces documents par le biais d'outils simples et efficaces issus du contrôle de gestion. L'objectif est de donner aux étudiants/étudiantes les éléments nécessaires permettant un diagnostic rapide de la situation financière de la structure dans laquelle ils évoluent.

Philippe GALLONET, 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

➤ **Marketing [1] : 18 TD**

Compréhension des Fondamentaux : Acquérir une *connaissance approfondie* des concepts clés du marketing international : stratégies d'entrée sur le marché, analyse concurrentielle et différences culturelles.

Analyse de Cas Pratiques : *Développer des compétences analytiques à travers l'étude de cas concrets*, permettant aux étudiants de formuler et de défendre des stratégies de marketing adaptées aux marchés internationaux.

Mise en Œuvre des Stratégies : Appliquer les connaissances théoriques et les analyses de cas à des projets pratiques, *en élaborant des plans de marketing* complets pour des entreprises fictives ou réelles, afin de simuler des situations professionnelles.

Éric COQUELAERE, eric.coquelaere@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

UE 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

UE 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 à l'étranger.

UE 5 – MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE

➤ **Recherche documentaire : 9 TD**

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).

Stavroula KEFALLONITIS, stavroula.kefallonitis@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'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 8

UE 1 - COMMUNICATION SPÉCIALISÉE

➤ Langue des affaires et du commerce international [2]

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

ALLEMAND

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, d'une lettre de remerciement jointe à une commande faite sur Internet et de lettres commerciales).

Isabelle PAUZE-KEVENHORSTER, 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).

Le nom de l'enseignant.e chargé.e de ce cours sera communiqué ultérieurement.

ITALIEN

À 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.

Le nom de l'enseignant.e chargé.e de ce cours sera communiqué ultérieurement.

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

Igor FERRAZ GONCALVES, igor.ferraz.goncalves.de.carvalho@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

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

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 B2 vers C1 ; 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

ITALIEN

Traduction orale de textes audio ou journalistiques variés.

Stefano LAZZARIN, 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.

Rosa Maria FREJAVILLE, rosa.maria.frejaville@univ-st-etienne.fr

Igor FERRAZ GONCALVES, igor.ferraz.goncalves.de.carvalho@univ-st-etienne.fr

UE 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

➤ **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

➤ **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

➤ **Marketing [2] : 12 TD**

Compréhension des Fondamentaux : Acquérir une *connaissance approfondie* des concepts clés du marketing international : stratégies d'entrée sur le marché, analyse concurrentielle et différences culturelles.

Analyse de Cas Pratiques : *Développer des compétences analytiques à travers l'étude de cas concrets*, permettant aux étudiants de formuler et de défendre des stratégies de marketing adaptées aux marchés internationaux.

Mise en Œuvre des Stratégies : Appliquer les connaissances théoriques et les analyses de cas à des projets pratiques, *en élaborant des plans de marketing* complets pour des entreprises fictives ou réelles, afin de simuler des situations professionnelles.

Éric COQUELAERE, eric.coquelaere@univ-st-etienne.fr

UE 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

UE 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 de langue B. La durée est de 8 semaines minimum à 6 mois.

Ce stage de Master I fait l'objet d'un rapport de stage de 40 à 50 pages (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 de la soutenance du rapport de stage.

UE 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

➤ **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



Master II

Descriptifs des cours et intervenant.e.s du semestre 9

UE 1 - COMMUNICATION SPÉCIALISÉE

➤ Contexte et culture socio-économiques : 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

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, en allemand, 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 (journalistiques, littéraires 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

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

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

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.

Pedro OLIVEIRA, 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

Ce cours est la continuité du CM *Contexte et culture socio-économique*. Il permet de préparer l'évaluation écrite du Bloc 1 et est aussi un accompagnement à la préparation du *Business Plan* dans le cadre du *Serious Game*.

Christine DUALÉ, 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 : Cours en allemand. Mise en pratique des notions étudiées à l'oral et à l'écrit (interactions, présentations et rédactions)

Veronika HUBER, 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 renforcer les connaissances et les compétences linguistiques des étudiant-es et à les accompagner, sur le fond et sur la forme (méthodologie, contenu, présentation), dans l'élaboration et la présentation écrite et orale d'un *Business Plan* (*Serious Game*).

Objectifs : s'exprimer tout à fait aisément à l'écrit et à l'oral sur des sujets variés liés au monde de l'entreprise en mobilisant toutes les connaissances nécessaires en matière de langue des affaires et du commerce international (savoir présenter et analyser un document, savoir exposer et nuancer un point de vue, savoir argumenter), acquérir et maîtriser la terminologie propre à l'élaboration et à la présentation d'un *Business Plan*, apprendre à travailler en équipe sur un même projet durant de longues semaines et, ce faisant, doter les étudiant-es des compétences résolument nécessaires à la prise en charge, dans un cadre professionnel, de postes à responsabilité à l'international.

Prérequis : maîtrise de la langue espagnole, écrite et orale, niveau fin de Master 2, capacité à porter attention aux propos de ses interlocuteurs/interlocutrices pour apprendre à réagir en conséquence.

Franck MARTIN, 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

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.

Pedro OLIVEIRA, pedro.oliveira@univ-st-etienne.fr

UE 2 – DÉVELOPPEMENT ET INTÉGRATION DE SAVOIRS HAUTEMENT SPÉCIALISÉS

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

L'objectif du cours est de permettre aux futurs managers de consolider leurs acquis en gestion d'entreprise et en stratégies relationnelles, et ainsi de les préparer à relever les défis du monde professionnel à l'international en tant que responsables compétents.

Les étudiants approfondiront les principes de la gestion, les spécificités de chaque type d'entreprise ainsi que la gestion de la relation client et des partenariats. Ils acquerront également une méthodologie de gestion de projet et découvriront des stratégies d'innovation.

Les travaux dirigés incluront l'analyse de cas réels et la création de projets stratégiques. Les étudiants auront également l'occasion de développer leur projet dans le cadre du *Serious Game*.

Le cours est animé en langue française et anglaise. L'accent est mis sur la pratique et les applications concrètes.

Laure DIPOKO PHILLIPS, lauredipokophillips@gmail.com

➤ **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).

Annabelle FOUILLOUX, annabelle.fouilloux@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

➤ **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, ou travaillent sur un scénario d'entreprise réel, pour une possible mise en place effective. Tout au long du semestre, les équipes mettent en pratique leurs connaissances acquises pendant 5 ans, et font les recherches nécessaires pour écrire et développer un scénario de croissance internationale pour leur entreprise. Stratégie commerciale, marketing & communication, *supply chain* et production, ressources humaines, plan financier à 5 ans : 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

➤ **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

➤ **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

➤ **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

UE 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

UE 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 et commune à plusieurs BLOCS (1, 2, 3) sous forme d'un *Business Plan* et d'une présentation orale (*pitch*) en anglais.

UE 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 » 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 et la rédaction de la bibliographie.

Christine DUALÉ, 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

Descriptif du semestre 10

UE 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 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/ la tutrice de l'entreprise où le stage est effectué et le tuteur/ la tutrice universitaire choisi.e pour le suivi.

Ce **mémoire de stage** sera rédigé avec le plus grand soin (fond et forme) et donnera lieu à trois notes.

1. Une première note sera attribuée au stage par le tuteur/la tutrice entreprise (coef. 1),
2. Une seconde note sera attribuée au mémoire (travail écrit) par le tuteur/la tutrice universitaire (coef. 3),
3. Une troisième note sera attribuée lors de la soutenance du mémoire devant un jury obligatoirement composé de deux personnes : le tuteur/ la tutrice universitaire + le tuteur/ la tutrice de l'entreprise où le stage s'est déroulé (moyenne des notes de chaque membre du jury : coef. 1).

Bibliographie

OUVRAGES RECOMMANDÉS PAR VOS ENSEIGNANTS

En **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 : Éditions 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) ;g
____. *The Silent Language*. New York: Anchor Books, 1990 (1981).

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

UE 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.

UE 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

UE 3 : USAGES AVANCÉS ET SPÉCIALISÉS DES OUTILS NUMÉRIQUES

- 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.

UE 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.

UE 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.

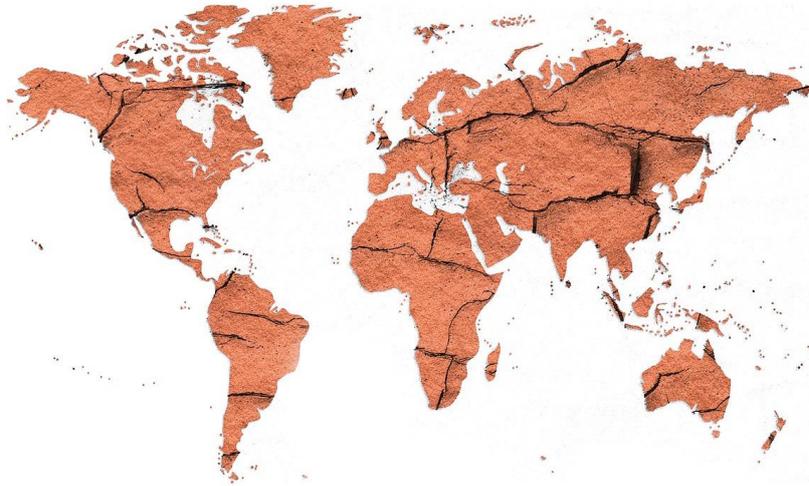
- Établir un échéancier réaliste et mener son projet de façon à le respecter.
- Respecter les normes, les règles d'éthique et d'intégrité en recherche et de diffusion des connaissances.
- Analyser ses résultats et les discuter au regard de la littérature.
- Transmettre ses connaissances.
- S'engager 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.

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, de la meilleure insertion possible 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 1 ou du Master 2 LEA-RCI :

- a) Ne peut évidemment se faire qu'en pays anglophone et/ou dans un pays correspondant à la langue B de l'étudiant.e ;
- b) Le programme suivi à l'étranger doit reposer 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 autre 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 les étudiant.e.s de Master LEA RCI peut se faire de trois façons différentes :

- a) Un semestre à l'UJM et l'autre semestre dans une université partenaire d'un pays anglophone ou dans une université partenaire d'un pays correspondant à la langue B de l'étudiant.e (donc, au total, un semestre à l'étranger) ;
- b) Les deux semestres dans une université partenaire d'un pays anglophone ou dans une université partenaire d'un pays correspondant à la langue B de l'étudiant.e (donc, au total, les deux semestres du Master LEA-RCI à l'étranger, au sein de la même université) ;

- c) Un semestre dans une université partenaire d'un pays anglophone et l'autre semestre dans une université partenaire d'un pays correspondant à la langue B de l'étudiant.e (donc, au total, deux semestres à l'étranger, chacun dans un pays de langue différente : formule dite de la « double destination »).

Attention, certaines destinations ne sont possibles qu'au semestre, d'autres ne sont possibles qu'à l'année.

Il convient, par ailleurs, de tenir compte du calendrier propre à chaque partenaire.

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).

Enfin, pour l'année de Master 2 LEA RCI qui comporte un seul semestre d'enseignements (le second étant consacré au stage de cinq mois minimum), seul le premier semestre peut être effectué à l'étranger.

3) Nos partenaires Erasmus + pour les étudiant.e.s de Master LEA-RCI :

Pour l'heure, il n'existe pas de possibilités de séjour Erasmus + au niveau Master 1 et/ou Master II en pays anglophones, en Espagne et en Italie.

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.

Enfin, pour le Portugal, trois universités peuvent être envisagées : Université Nova de Lisboa, Université de Algarve, Université de Porto. Pour tout renseignement, s'adresser à Rosa Maria Fréjaville : rosa.maria.frejaville@univ-st-etienne.fr

Attention, la liste ci-dessus est indicative, elle comprend nos partenariats habituels, divers changements peuvent intervenir.

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

Pour partir durant le Master 1 (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 2 (S1), les candidatures seront recueillies auprès des étudiant.e.s de Master 1 (S1) en novembre/décembre. Une réunion sera organisée par la chargée de mission aux Relations Internationales LEA : chantal.barone@univ-st-etienne.fr

D'ici là, plusieurs informations vous seront transmises par mail et via la plateforme UJM Moodle, et d'autres éléments, plus administratifs, vous seront également transmis par le/la Chargé.e de mission Relations Internationales et par le Service des Relations Internationales : international-mob@univ-st-etienne.fr (04 77 43 79 82).

Attention, pour pouvoir partir à l'étranger durant l'année de Master 1, il convient d'avoir été sélectionné.e pour une telle mobilité **ET** d'avoir été admis.e (via Monmaster) au Master 1 LEA RCI.

II) PROGRAMMES BILATÉRAUX (MASTER 1 S1 ET/OU S2, OU MASTER II)

1) Présentation générale

Des programmes dits bilatéraux sont également possibles pour les étudiant.e.s de Master LEA-RCI dans divers pays non européens. Ces programmes bilatéraux 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.

2) Les programmes bilatéraux pour les étudiant.e.s de Master LEA-RCI

Les programmes bilatéraux pour les étudiant.e.s de Master LEA-RCI peuvent se faire de trois façons différentes :

- a) Un semestre à l'UJM et l'autre semestre dans une université partenaire d'un pays anglophone ou dans une université partenaire d'un pays correspondant à la langue B de l'étudiant.e (donc, au total, un semestre à l'étranger) ;
- b) Les deux semestres dans une université partenaire d'un pays anglophone ou dans une université partenaire d'un pays correspondant à la langue B de l'étudiant.e (donc, au total, les deux semestres du Master LEA RCI à l'étranger, au sein de la même université) ;
- c) Un semestre dans une université partenaire d'un pays anglophone et l'autre semestre dans une université partenaire d'un pays correspondant à la langue B de l'étudiant.e (donc, au total, deux semestres à l'étranger, chacun dans un pays de langue différente : formule dite de la « double destination »). Attention, certaines destinations ne sont possibles qu'au semestre, d'autres ne sont possibles qu'à l'année. Il convient par ailleurs de tenir compte du calendrier propre à chaque partenaire. Enfin, les cours suivis à l'étranger dans le cadre de ces programmes bilatéraux 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).

Enfin, pour l'année de Master 2 LEA-RCI qui comporte un seul semestre d'enseignements (le second étant consacré au stage de cinq mois minimum), seul le premier semestre peut être effectué à l'étranger.

3) Nos partenaires bilatéraux

Les établissements d'enseignement supérieur étrangers avec lesquels nous avons signé un partenariat bilatéral sont les suivants :

- La Benemérita Universidad de Puebla (BUAP) – Puebla, Mexique.
- La Universidad de Cuenca – Cuenca, Équateur.
- La Universidad Católica Santa María (UCSM) – Arequipa, Pérou.

Pour tout renseignement, s'adresser à Franck Martin.

Attention, la liste ci-dessus est indicative, elle comprend nos partenariats habituels, divers changements peuvent intervenir.

4) Modalités de participation à ces programmes bilatéraux (candidatures) :

Pour partir durant le Master 1 (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 2 (S1), les candidatures seront recueillies auprès des étudiant.e.s de Master 1 (S1) en novembre/décembre. Une réunion sera organisée en ce sens par les responsables.

Chargée de mission aux Relations Internationales LEA : chantal.barone@univ-st-etienne.fr

Plusieurs informations vous seront transmises par mail et via la plateforme UJM Moodle, et d'autres éléments, plus administratifs, vous seront également transmis par le/la Chargé.e de mission Relations Internationales et par le Service des Relations Internationales : international-mob@univ-st-etienne.fr (04 77 43 79 82).

Attention, pour pouvoir partir à l'étranger durant l'année de Master 1, il convient d'avoir été sélectionné.e pour une telle mobilité **ET** d'avoir été admis.e (via Monmaster) au Master 1 LEA-RCI.

III) PROGRAMME D'ÉTUDES AU CANADA (MASTER 1 S1 ET/OU S2, OU MASTER 2) :

Pour tout renseignement, quelle que soit votre combinaison de langues, s'adresser à Chantal Barone : chantal.barone@univ-st-etienne.fr

**D'autres dossiers de partenariats sont à l'étude.
Des renseignements plus précis vous seront communiqués dans le courant de l'année.**



Destinations possibles selon la combinaison linguistique de chaque étudiant.e

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. 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. Très tôt dans l'année qui précède le stage, le candidat doit constituer un dossier sur : <https://assistants.france-education-international.fr>

Il y remplit son dossier de candidature et ses intérêts puis s'entretient avec un professeur qui jugera les aptitudes pour remplir les fonctions d'assistant.e à l'étranger. Le professeur décide alors si la candidature doit être considérée comme prioritaire, 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.e qui en est informé.e 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.

Contact :

France Éducation international

1 avenue Léon-Journault
92318 Sèvres cedex

Tél 01 45 07 60 00

Fax 01 45 07 60 01

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, site internet : 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.cocef.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^{er} octobre et le 30 mars de chaque année. Renseignements et inscriptions : email : 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 / 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 Talaudière / 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://hispalyon.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, <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, +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/ 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, 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.lusojornal.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/>

