



Master 1 management et commerce international parcours Marketing International par apprentissage					
Semestre 1	Eléments pédagogiques		ECTS	CM	TD
	UE 1 : Participera à la réflexion stratégique en matière		3	18	
	Management stratégique des firmes multinationales		3	18	
	UE 2 : Diagnostiquer, analyser et piloter les projets à		3	18	
	Contrôle de gestion des firmes internationales		3	18	
	UE 3 : Communiquer et négocier dans un contexte		4		60
	Anglais		2		30
	Anglais écrit				
	Anglais oral				
	LV2 (espagnol ou allemand)		2		30
	Espagnol				
	Allemand				
	UE 4 : Manager une équipe en contexte international		7	48	
	Management des RH à l'international		3	18	
	Droit du travail		2	15	
	Histoire du management		2	15	
	UE 5 : Mener une réflexion de façon autonome		1	27	
	Méthodologie du mémoire		1	12	
	Coordination		0	15	
	UE 6 : Compétences spécifiques au parcours		12	96	
	Marketing international		3	18	
	Diagnostic export		2	18	
	Management de la distribution		2	18	
	Communication digitale et communication visuelle		3	24	
	Communication marketing		2	18	
	Total semestre 1		30		

Semestre 2	Eléments pédagogiques		ECTS	CM	TD
	UE 1 : Participera à la réflexion stratégique en matière		5	32	
	Management responsable		2	12	
	Business intelligence		3	20	
	UE 2 : Diagnostiquer, analyser et piloter les projets à		5		40
	Système d'informations appliqué SAP		2		15
	Business game		3		25
	UE 3 : Communiquer et négocier dans un contexte		2		15
	Négociation en B to B		2		15
	UE 4 : Manager une équipe en contexte international				
	UE 5 : Mener une réflexion de façon autonome		12	24	
	Maîtrise de l'information		1	12	
	Rapport de missions		11		
	Coordination		0	12	
	UE 6 : Compétences spécifiques au parcours		6	36	
	Études de marché		3	18	
	Séminaires professionnels		3	18	
	Total semestre 2		30		
	Total année		60		



Master 2 management et commerce international parcours Marketing International par apprentissage				
Semestre 3	Eléments pédagogiques	ECTS	CM	TD
	UE 1 : Participer à la réflexion stratégique en matière	6	36	
	Management de l'innovation	3	18	
	Coopération interfirmes	3	18	
	UE 2 : Diagnostiquer, analyser et piloter les projets à	3	18	
	Contrôle de gestion des firmes internationales	3	18	
	UE 3 : Communiquer et négocier dans un contexte	4		60
	Anglais	2		30
	Anglais écrit			
	Anglais oral			
	LV2 (espagnol ou allemand)	2		30
	Espagnol			
	Allemand			
	UE 4 : Manager une équipe en contexte international	8	58	
	Management interculturel de la globalisation	3	22	
	Psychosociologie des organisations	3	18	
	Management international des compétences	2	18	
	UE 5 : Mener une réflexion de façon autonome		15	
	Coordination	0	15	
	UE 6 : Compétences spécifiques au parcours	9	54	
	Comportement du consommateur	3	18	
	Marketing B to B	3	18	
	Management de la marque	3	18	
	Total semestre 1	30		
Semestre 4	Eléments pédagogiques	ECTS	CM	TD
	UE 1 : Participer à la réflexion stratégique en matière			
	UE 2 : Diagnostiquer, analyser et piloter les projets à	9	36	25
	Business plan	3	18	
	Systèmes d'information appliqué à la relation client	3	18	
	Simulation de gestion	3		25
	UE 3 : Communiquer et négocier dans un contexte	3	18	
	Négociation commerciale à l'international	3	18	
	UE 4 : Manager une équipe en contexte international			
	UE 5 : Mener une réflexion de façon autonome	12	22	
	Maîtrise des réseaux sociaux professionnels	1	10	
	Mémoire de recherche	4		
	Soutenance apprentissage	7		
	Coordination	0	12	
	UE 6 : Compétences spécifiques au parcours	6	36	
	Marketing digital	3	18	
	Management de projet	3	18	
	Total semestre 2	30		
	Total année	60		