



Master 1 management et commerce international parcours Marketing International					
Semestre 1	Eléments pédagogiques		ECTS	CM	TD
	UE 1 : Participer à la réflexion stratégique en matière		3	20	0
	Management stratégique des firmes multinationales		3	20	
	UE 2 : Diagnostiquer, analyser et piloter les projets sur les		3	20	0
	Contrôle de gestion des firmes internationales		3	20	
	UE 3 : Communiquer et négocier dans un contexte		4	0	60
	Anglais (écrit et oral)		2		30
	LV2		2		30
	UE 4 : Manager une équipe en contexte international		7	50	0
	Management des RH à l'international		3	20	
	Droit de l'entreprise		2	15	
	Histoire du management		2	15	
	UE 5 : Mener une réflexion de façon autonome		1	6	6
	Méthodologie du mémoire		1	6	6
	UE 6 : Compétences spécifiques au parcours		12	90	12
	Marketing international		3	20	
	Diagnostic export		2	6	12
	Management de la distribution		2	20	
	Communication digitale		3	24	
	Communication marketing		2	20	
	Total semestre 1		30		

Semestre 2	Eléments pédagogiques		ECTS	CM	TD
	UE 1 : Participer à la réflexion stratégique en matière		5	27	6
	Management responsable		2	12	
	Business intelligence		3	15	6
	UE 2 : Diagnostiquer, analyser et piloter les projets sur les		5	0	40
	Système d'information appliqué (SAP)		2		15
	Business game		3		25
	UE 3 : Communiquer et négocier dans un contexte		2	0	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	6	6
	Maîtrise de l'information		1	6	6
	Rapport de missions		11		
	UE 6 : Compétences spécifiques au parcours		6	29	12
	Études de marché		3	9	12
	Séminaires professionnels		3	20	
	Total semestre 2		30		
	Total année		60		



Master 2 management et commerce international parcours Marketing International				
Semestre 3	Eléments pédagogiques	ECTS	CM	TD
	UE 1 : Participer à la réflexion stratégique en matière	6	40	0
	Management de l'innovation	3	20	
	Coopération interfirmes	3	20	
	UE 2 : Diagnostiquer, analyser et piloter les projets sur les	3	20	0
	Management de la performance	3	20	
	UE 3 : Communiquer et négocier dans un contexte	4	0	60
	Anglais (écrit et oral)	2		30
	LV2	2		30
	UE 4 : Manager une équipe en contexte international	8	45	12
	Management interculturel de la globalisation	3	15	6
	Psychosociologie des organisations	3	15	6
	Management international des compétences	2	15	
	UE 5 : Mener une réflexion de façon autonome			
	UE 6 : Compétences spécifiques au parcours	9	60	0
	Comportement du consommateur	3	20	
	Marketing B to B	3	20	
	Management de la marque	3	20	
	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 sur les	9	40	25
	Business plan	3	20	
	Systèmes d'information appliqué à la relation client	3	20	
	Business game	3		25
	UE 3 : Communiquer et négocier dans un contexte	3	0	20
	Négociation commerciale à l'international	3		20
	UE 4 : Manager une équipe en contexte international			
	UE 5 : Mener une réflexion de façon autonome	12	10	0
	Mémoire recherche	4		
	Maîtrise des réseaux sociaux professionnels	1		
	Soutenance de stage	7	10	
	UE 6 : Compétences spécifiques au parcours	6	40	12
	Marketing digital	3	20	12
	Séminaires professionnels	3	20	
	Total semestre 2	30		
	Total année	60		