

# Affaires Internationales et Négociation Interculturelle (AINI)

Mention : Etudes européennes et internationales [Master]

## Infos pratiques

- > Composante : Langues et cultures étrangères
- > Durée : 2 ans
- > ECTS : 120
- > Ouvert en alternance : Non
- > Formation accessible en : Formation initiale
- > Formation à distance : Non
- > Durée moyenne de la formation :
  - M1 Affaires Internationales et Négociation Interculturelle : 212 h
  - M2 Affaires Internationales et Négociation Interculturelle : 325 h

## Admission

### Conditions d'admission

---

#### Master 1 :

##### Modalités de recrutement

Le recrutement repose sur une première phase d'examen des dossiers (admissibilité), puis sur une/des épreuve(s) (admission) :  
Recrutement sur dossier + épreuve orale/entretien pour les admissibles (SEULS les candidats retenus après l'examen des dossiers de candidature sont conviés à une épreuve orale/un entretien)

##### Critères de recrutement

Conformément à la délibération du CA, il est attendu des candidats qu'ils montrent l'adéquation de leur formation antérieure et de leur projet professionnel avec la formation visée.

##### Mentions de Licences conseillées :

LLCER (avec parcours Études européennes et internationales / Études anglophones)

Économie et gestion (avec parcours Langues et sociétés du monde anglophone)

Droit.

Économie.

Gestion.

Économie et gestion.

Humanités.

Les candidats titulaires d'autres diplômes pourront également candidater (procédure de validation des acquis académiques ou des études antérieures, notamment).

#### Master 2 :

Modalités de recrutement :

Le recrutement repose sur une première phase d'examen des dossiers (admissibilité), puis sur une/des épreuve(s) (admission)

Recrutement sur dossier + épreuve orale/entretien pour les admissibles (SEULS les candidats retenus après l'examen des dossiers de candidature sont conviés à une épreuve orale/un entretien)

Critères de recrutement :

Conformément à la délibération du CA, il est attendu des candidats qu'ils montrent l'adéquation de leur formation antérieure et de leur projet professionnel avec la formation visée.

Mention(s) de Master conseillée(s) :

Études européennes et internationales (parcours AINI), Droit, Economie-gestion, Humanités, science politique.

Les candidats titulaires d'autres diplômes pourront également candidater (procédure de validation des acquis académiques ou des études antérieures, notamment). Notamment les candidats issus d'écoles de gestion ou de commerce.

Est/sont également apprécié/e/s :

- - stages à l'étranger et/ou séjours d'étude/accord d'échange d'au moins un semestre.

Les pièces constitutives du dossier sont : Pièces communes aux candidatures de Master (détail sur <http://masters.parisnanterre.fr>)

Pièce(s) spécifique(s) supplémentaire(s) : versions anglaises du CV et de la lettre de motivation.

Au cours de l'entretien, les candidats devront faire une présentation de 5 minutes sur un des sujets proposés à leur choix dans le dossier de candidature. L'entretien est conduit pour partie en anglais.

## Contact(s)

### > Pierre Arnaud

Responsable pédagogique  
parnaud@parisnanterre.fr

### > Frederic Heurtebize

Responsable pédagogique  
fheurtebize@parisnanterre.fr

## Programme

### M1 Affaires Internationales et Négociation Interculturelle

#### Semestre 7

	Nature	CM	TD	TP	EAD	Crédits
<b>UE Maîtriser un domaine et ses méthodes</b>	UE					16,5
UE Maîtriser un domaine et ses méthodes	UE					6
4V7AIMIP - Introduction au marketing international	EC	24				3
4V7XISTP - Stratégies d'entreprise à l'international	EC	24				3
UE Approfondir en séminaire	UE					10,5
4V7AIPJP - Institutions politiques et juridiques comparées aux Etats-Unis	EC	24				6
4V7AICSP - Basics in Supply Chain	EC		18			4,5
<b>UE Conduire un travail mobilisant la recherche/l'expertise</b>	UE					3
4V7AIMSP - Market Research	EC	8				3
<b>UE Elargir ses connaissances/personnaliser son parcours</b>	UE					10,5
4V7XRSP - Grands systèmes politiques : Russie - Etats post-soviétiques - Eurasie	EC	24				6
4V7XBCPP - Business computing	EC		24			4,5

#### Semestre 8

	Nature	CM	TD	TP	EAD	Crédits
<b>UE Maîtriser un domaine et ses méthodes</b>	UE					12
UE Maîtriser un domaine et ses méthodes	UE					12
4V8AICAP - Le capitalisme américain : développement national et modèle de leadership international	EC	24				6
4V8AIQMP - Business Operation : Quality and lean management	EC		18			6
<b>UE Elargir ses connaissances/personnaliser son parcours</b>	UE					6
UE Approfondir en séminaire	UE					6
4V8XRGPP - Géopolitique de l'Eurasie - enjeux géopolitiques de la nouvelle « Route de la Soie »	EC	24				6
<b>UE Se former en milieu professionnel</b>	UE					12
UE Conduire un travail personnel	UE					12
4V8AISTP - Stage	EC					12

### M2 Affaires Internationales et Négociation Interculturelle

#### Semestre 9

	Nature	CM	TD	TP	EAD	Crédits
<b>UE Maîtriser un domaine et ses méthodes</b>	UE					12
UE Maîtriser un domaine et ses méthodes	UE					12
4V9XIMKP - International marketing	EC	20	10			4,5
4V9XISTP - Stratégies juridiques et fiscales des opérations internationales	EC	36	10			4,5
4V9XIINP - Innovation	EC	24				3
<b>UE Elargir ses connaissances/personnaliser son parcours</b>	UE					12
UE Approfondir en séminaire	UE					12
4V9XIBTP - International & Intercultural Business Environment	EC	40	10			4,5
4V9XINGP - International negotiation	EC	40				4,5
4V9XIBOP - Business opérationnel : gestion de projet et procurement strategy	EC		30			3
<b>UE Conduire un travail personnel mobilisant la recherche/l'expertise</b>	UE					6
4V9XIMEP - Mission dans les entreprises parrainées	EC					6

#### Semestre 10

Nature CM TD TP EAD Crédits

<b>UE Maîtriser un domaine et ses méthodes</b>	UE			12
4V0XIGIP - Gestion internationale	EC	20		4,5
4V0XIITP - Information technologique	EC	15	18	3
4V0XISTP - Strategies internationale et supply chain	EC	20	10	4,5
<b>UE S'investir pour son université et dans son projet personnel</b>	UE			1,5
UE S'investir pour son université	UE			1,5
4V0XIBTP - Business teams	EC			1,5
<b>UE Conduire un travail personnel mobilisant la recherche/l'expertise</b>	UE			16,5
4V0XIPTP - Projet transversal entreprise	EC		16	3
4V0XISGP - Stage	EC			13,5

# UE Maîtriser un domaine et ses méthodes

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

> ECTS : 16.5

## Liste des enseignements

---

- UE Maîtriser un domaine et ses méthodes
  - Introduction au marketing international
  - Stratégies d'entreprise à l'international
- UE Approfondir en séminaire
  - Institutions politiques et juridiques comparées aux Etats-Unis
  - Basics in Supply Chain

# UE Maîtriser un domaine et ses méthodes

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 6.0
- > Composante : Langues et cultures étrangères

## Liste des enseignements

---

- Introduction au marketing international
- Stratégies d'entreprise à l'international

# Introduction au marketing international

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Langue(s) d'enseignement : Anglais
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Composante : Langues et cultures étrangères
- > Code ELP : 4V7AIMIP

## Présentation

---

Le cours présente les fondamentaux du marketing dans un contexte international.

Des études de cas illustreront comment les entreprises créent de la valeur pour leurs clients à partir d'une compréhension fine de leurs besoins, la création d'un lien privilégié avec eux et la gestion de bout en bout de l'expérience client.

Les cours aborderont également les enjeux de positionnement et de gestion des marques, et expliqueront comment définir le mix-marketing dans un marché global tout en respectant les spécificités de chaque marché.

## Objectifs

---

Acquisition et/ou consolidation des concepts fondamentaux du marketing appliqués à un contexte international.

## Évaluation

---

- \* Contrôle continu : DST en fin de semestre
- \* Contrôle dérogatoire : x

## Pré-requis nécessaires

---

Aucun

## Compétences visées

---

- \* Maîtrise du vocabulaire marketing
- \* Compréhension des enjeux marketing d'une entreprise à l'international

RUSSELL, Edward, The Fundamentals of Marketing, AVA Publishing, 2009

KOTTLER, Philip, KELLER, Kevin, A Framework for Marketing Management, Global Edition, 6th Edition, Pearson, 2016

ARMSTRONG Gary, KOTTLER, Philip, Marketing. An Introduction, Global Edition, 12th Edition, Pearson, 2015

SOLOMON M. R, MARSHALL G.W., STUART E W, Marketing. Real People, Real Choices. Global Edition, 9 th Edition. Pearson, 2018

KEEGAN W., GREEN M., Global Marketing, Global Edition, 9 th Edition. Pearson 2017

## Contact(s)

> Catherine Teirlynck

Responsable pédagogique

[cteirlyn@parisnanterre.fr](mailto:cteirlyn@parisnanterre.fr)

# Stratégies d'entreprise à l'international

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Langue(s) d'enseignement : Anglais
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Composante : Langues et cultures étrangères
- > Code ELP : 4V7XISTP

## Présentation

---

Le cours présente les fondamentaux de la stratégie dans un contexte international. Les séances aborderont des thèmes comme la mondialisation, le diagnostic stratégique, la culture d'entreprise, l'innovation et les choix stratégiques en matière de développement. Le cours incitera également à une réflexion sur les évolutions actuelles telles que l'importance croissante des objectifs non financiers (sociétaux et environnementaux), l'émergence de stratégies basées sur l'intelligence collective et la nécessaire adaptation des entreprises à la nouvelle génération hyper connectée et collaborative.

## Objectifs

---

- \* Acquisition et/ou consolidation des connaissances stratégiques nécessaires pour comprendre le fonctionnement et analyser l'environnement d'une entreprise dans un contexte international
- \* Etudier les stratégies d'entreprise dans un contexte mondial

## Évaluation

---

- \* Contrôle continu : DST en fin de semestre
- \* Contrôle dérogatoire : x

## Pré-requis nécessaires

---

Aucun

## Compétences visées

---

- \* Maîtrise du vocabulaire stratégique

- \* Savoir analyser l'environnement externe et interne d'une entreprise
- \* Savoir déchiffrer la stratégie d'une entreprise

## Bibliographie

---

JOHNSON, Gerry, Fundamentals of Strategy. 4 th Edition. Pearson, 2018

## Contact(s)

> **Catherine Teirlynck**

Responsable pédagogique  
cteirlyn@parisnanterre.fr

# UE Approfondir en séminaire

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 10.5
- > Composante : Langues et cultures étrangères

## Liste des enseignements

---

- Institutions politiques et juridiques comparées aux Etats-Unis
- Basics in Supply Chain

# Institutions politiques et juridiques comparées aux Etats-Unis

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 6.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Langues et cultures étrangères
- > Code ELP : 4V7AIPJP

## Présentation

---

*Les fondements politiques et juridiques de la puissance américaine : perspectives historiques et contemporaines*

Ce séminaire propose d'analyser les fondements politiques et juridiques de la puissance américaine dans une perspective historique et contemporaine. La première partie se concentre sur l'étude du cadre institutionnel américain à travers notamment l'étude de la Constitution des Etats-Unis. Seront ainsi mis en exergue le rôle du Congrès, de la présidence, du système judiciaire mais aussi l'importance du fédéralisme aux Etats-Unis. La seconde partie se consacre aux rapports des Etats-Unis avec le monde et notamment à l'ordre libéral international mis en place après la Seconde Guerre mondiale, « ordre » fondé sur le libre-échange, le capitalisme, la formation d'alliances militaires et la création de forum internationaux. Le séminaire se conclura sur l'avenir de la puissance américaine et des relations internationales face à la montée en puissance de la Chine.

## Objectifs

---

Analyser les fondements de la puissance états-unienne telle qu'elle s'est exercée au XXe siècle (que d'aucuns qualifient de « siècle américain ») et en ce début de XXIe siècle à travers l'étude de ses institutions politiques et juridiques. À partir de ces fondements, le but est de mieux comprendre comment s'est exercée la puissance états-unienne depuis la Seconde Guerre mondiale : puissance économique, politique et militaire, mais aussi puissance idéologique et normative, voire hégémonique sur la scène internationale. Le séminaire doit aussi permettre aux étudiants d'appréhender certains concepts : hard et soft power, exceptionnalisme, ordre libéral international ou les notions de réalisme et libéralisme en théorie des relations internationales.

## Évaluation

---

- \* Partiel (75 %)
- \* Exposé et participation (25%)

### Sources primaires :

United States Constitution

### Sources secondaires :

DAVID, Charles-Philippe (dir.), *Théories de la politique étrangère américaine : Auteurs, concepts et approches*, Montréal, Presses universitaires de Montréal, 2013.

DAVID, Charles-Philippe, BALTHAZAR Louis, VAÏSSE Justin, *La Politique étrangère des États-Unis : fondements, acteurs, formulation*, 2e éd., Paris, Presses de Sciences Po, 2008.

HERRING, George C., *From Colony to Superpower: US Foreign Relations since 1776*, New York, Oxford UP, 2008.

JERVIS, Robert et al., *Chaos in the Liberal Order: The Trump Presidency and International Politics in the Twenty-first Century*, New York, Columbia University Press, 2018.

LOWI Theodore et al., *American Government. Power and Purpose*, New York, Norton (édition récente) ou Samuel Kernell et al.,

*The Logic of American Politics*, 4e éd., Washington, CQ Press (édition récente).

McDOUGALL Walter A, *Promised Land, Crusader State: The American Encounter with the World Since 1776*, Boston, Houghton Mifflin, 1997.

QUESSARD, Maud, Frédéric Heurtebize et Frédéric Gagnon, *Alliances and Power Politics in the Trump Era: America in Retreat?*, New York, Palgrave Macmillan, 2020.

## Contact(s)

### > Frederic Heurtebize

Responsable pédagogique

fheurtebize@parisnanterre.fr

# Basics in Supply Chain

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 18.0
- > Langue(s) d'enseignement : Anglais
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Travaux dirigés
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Langues et cultures étrangères
- > Code ELP : 4V7AICSP

## Présentation

---

### Syllabus :

#### 1 – Logistics and Supply Chain

- Background, definition, perimeter, operations (inbound and outbound logistics), flows
- From logistics to Supply Chain, the different organisations of the Supply Chain, map of flows and operations
- Internal environment: relations between the organisational structure of the company and the organisation of the Supply Chain, process and system approaches, interrelationships and cross-functionality within the Supply Chain
- External environment: managing operations globally, impact of globalisation issues and stakes on the management of flows, impacts of the OmniChannel era on the Supply Chain

#### 2 – Supply Chain Management

- SCM Concept, definition, perimeter, missions, core processes, SCOR model (Supply Chain Operations Reference model)
- Strategic, tactic and operational components of the Supply Chain Strategy,
- Supply Chain strategies : distribution, transport, production, inventory, sourcing,
- Information flow and IT tools : needs, sources, role, management, tools
- Value creation and Supply Chain Management key issues,
- Demand planning: definitions, planning levels, required data, objectives,
- Demand planning tools (plan what with what tool?) Strategic Plan, Strategic Marketing Plan, S&OP (Sales and Operations Planning), Master Production Schedule, from forecasts to products distribution to end customers, DRP, CPFR, VMI

#### 3 – Supply Chain Performance Strategy

- Defining objectives and monitoring metrics: objectives, how? (the Voice of the customer, the SLA, lead times, costs, process performance) SMART method, examples of metrics and performance dashboards
- Restraining forces to Supply Chain optimisation : silo organisation, wastes, poor quality costs,
- Continuous improvement tools and levers : ABC analysis, OTIF, Customer Satisfaction Survey, supplier performance, the Total Cost of Ownership (TCO),
- Applying a DMAIC approach to suppliers' performance management (from 'As Is' to 'To be', gap analysis and action plan)

**Teaching methodology :**

- Lecture illustrated with articles from professional magazines/web sites
- Short cases to be analysed and presented during course (check knowledge acquisition on a continuous basis)
- MCQ and vocabulary quiz to validate knowledge acquisition

## Objectifs

---

**Training objectives :**

- \* Acquire and have command of the basic knowledge required to understand the Supply Chain concept in an international environment; this includes the definition of the Supply Chain, the control and synchronisation of the Supply Chain flows, the demand planning and forecasting.
- \* Understand the issues and stakes of cross-functionality in the Supply chain
- \* Understand the strategic issues and stakes of the international and customer-driven Supply Chain (and of logistics)
- \* Understand how the Supply Chain is critical to sustain a global competitive business strategy
- \* Acquire the professional vocabulary of the Supply Chain

## Évaluation

---

- \* Class work and participation 40%
- \* Individual homework 60%

## Bibliographie

---

- Pratique du Supply Chain Management en 37 outils – Michel Fender, Franck Baron - Dunod
- Logistique et Supply Chain – Michel Fender et Yves Pimor – Dunod – 6ème édition -
- Logistics and Supply Chain Management – Creating Value, adding networks – de Christopher Martin
- Operations Management in Supply Chain – Decisions and Cases – Schroeder, Meyer Goldstein, Rungtusanatham - 6th edition - – Recommended –
- Lean Supply Chain and logistics management – Paul Myerson – McGraw Hill

## Ressources pédagogiques

---

**Internet Resources and others Cases**

- Short cases (starbucks, Zara, Louis Vuitton, Walmart, Ikea)
- Case for further reading

**Internet sites**

- Supply chain Dive operations – inscription newsletter gratuite
- <http://www.vestedway.com/vested-library/> - case studies and white papers
- <http://www.supplychainquarterly.com/whitepapers/> - white papers

## Contact(s)

> **Catherine Aubert-baudequin**

Responsable pédagogique  
c.aubertb@parisnanterre.fr

# UE Conduire un travail mobilisant la recherche/ l'expertise

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 3.0
- > Composante : Langues et cultures étrangères

## Liste des enseignements

---

· Market Research

# Market Research

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 8.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français, Anglais
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Langues et cultures étrangères
- > Code ELP : 4V7AIMSP

## Présentation

---

- \* Le cours présente la méthode et les techniques pour planifier et réaliser une étude de marché, que ce soit pour estimer le potentiel d'un nouveau produit, comprendre les tendances, les besoins et les motivations des clients ou mesurer leur taux de satisfaction.
- \* Les sessions sont interactives et incluent des simulations d'interviews et des exercices pratiques.
- \* Ce cours implique une part importante de travail personnel : les étudiants réaliseront de vraies études de marché sur des sujets d'actualité.

## Objectifs

---

Acquisition des connaissances nécessaires pour planifier et réaliser une étude de marché documentaire, conduire des interviews qualitatives ou réaliser des sondages en ligne.

## Évaluation

---

- \* Test de connaissance
- \* Travaux pratiques
- \* Contrôle continu

## Pré-requis nécessaires

---

Aucun

## Compétences visées

---

- \* Connaître les techniques pour planifier et réaliser des études dans différents contextes
- \* Savoir réaliser des interviews qualitatives et en faire un rapport consolidé
- \* Savoir réaliser des sondages en ligne et en synthétiser les conclusions

## Contact(s)

> **Catherine Teirlynck**

Responsable pédagogique  
cteirlyn@parisnanterre.fr

# UE Elargir ses connaissances/personnaliser son parcours

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

> ECTS : 10.5

## Liste des enseignements

---

- Grands systèmes politiques : Russie - Etats post-soviétiques - Eurasie
- Business computing

# Grands systèmes politiques : Russie - Etats post-soviétiques - Eurasie

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 6.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Langues et cultures étrangères
- > Code ELP : 4V7XRSPP

## Présentation

---

Ce cours s'attache à apporter une vue d'ensemble des systèmes politiques de l'Eurasie contemporaine, avec une insistance particulière sur la Russie. Les systèmes politiques de la Chine, de la Turquie, et dans une moindre mesure de la Corée du Sud, de l'Iran, des pays d'Asie centrale et du Caucase, seront également abordés.

Les systèmes politiques seront abordés sous plusieurs angles historiques et conceptuels, toujours dans une perspective comparative : héritages communistes en Russie et en Chine, configuration des relations entre pouvoir économique et pouvoir politique, les « géants économiques » nationaux et leur rôle politique, poids des appareils militaires et sécuritaires au sein des Etats, comparaison des leaderships charismatiques des présidents, observation des systèmes sous l'angle des concepts de démocratie et d'autoritarisme, religion et politique, idéologies et cultures politiques...

## Objectifs

---

- \* Acquérir les outils conceptuels fondamentaux en politique comparée
- \* Acquérir des connaissances fondamentales sur les systèmes politiques de l'aire culturelle de spécialité
- \* Apprendre à mettre en œuvre concrètement les concepts étudiés dans le cadre d'une analyse politique portant sur un des pays de l'aire culturelle de spécialité.

## Évaluation

---

- \* **Contrôle Continu** : travaux écrits à rendre au cours du semestre
- \* **Contrôle Terminal** : note de synthèse à rendre à l'écrit en fin de semestre

## Compétences visées

---

- \* Veille politique appliquée aux pays de l'aire culturelle de spécialité,
- \* Analyse politique destinée aux métiers du conseil en affaires internationales, russes, eurasiatiques et post-soviétiques dans les secteurs privé ou public.

## Bibliographie

---

Jean-Pierre Cabestan, *Le système politique chinois : un nouvel équilibre autoritaire*, Presses de Sciences Po, 2014.

Olivier Dabène, Vincent Geisser et Gilles Massardier, *Autoritarismes démocratiques et démocraties autoritaires au XXIe siècle*, La découverte, 2008.

Ahmet Insel, *La nouvelle Turquie d'Erdogan*, La Découverte, 2015.

Marlene Laruelle (ed.), *The Nazarbayev Generation : Youth in Kazakhstan*, Rowman & Littlefield, 2019.

Eugénie Mériaux, *La dictature, une antithèse de la démocratie ? 20 idées reçues sur les régimes autoritaires*, Cavalier Bleu Editions, 2019.

Jean-Robert Raviot, *Démocratie à la russe : pouvoir et contre-pouvoirs en Russie*, Ellipses, 2008.

Jean-Robert Raviot, *Le poutinisme : un système prétorien ? Notes de l'IFRI n°106*, 2018.

# Business computing

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Travaux dirigés
- > Composante : Langues et cultures étrangères
- > Code ELP : 4V7XBCPP

## Présentation

---

Traitement, analyse et présentation de données.

## Objectifs

---

Maîtriser des outils informatiques tels que les tableurs (Excel), la gestion des éléments fondamentaux des présentations et une introduction à la programmation au VBA depuis Excel.

## Évaluation

---

- \* **Contrôle continu** : Contrôles en cours de formation (CCF) et un examen en fin de semestre 90%. Un dossier (devoir) à rendre 10%.

## Compétences visées

---

Acquérir et maîtriser des compétences numériques, statistiques et financières.

## Contact(s)

### > Panagiotis Katsiulis

Responsable pédagogique  
katsiuli@parisnanterre.fr

# UE Maîtriser un domaine et ses méthodes

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

> ECTS : 12.0

## Liste des enseignements

---

- UE Maîtriser un domaine et ses méthodes
  - Le capitalisme américain : développement national et modèle de leadership international
  - Business Operation : Quality and lean management

# UE Maîtriser un domaine et ses méthodes

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 12.0
- > Composante : Langues et cultures étrangères

## Liste des enseignements

---

- Le capitalisme américain : développement national et modèle de leadership international
- Business Operation : Quality and lean management

# Le capitalisme américain : développement national et modèle de leadership international

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 6.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Langue(s) d'enseignement : Anglais
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement huitième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Langues et cultures étrangères
- > Code ELP : 4V8AICAP

## Présentation

---

À travers l'exemple américain, le cours s'attache, d'un point de vue théorique d'une part, et historique d'autre part, à analyser l'économie capitaliste en tant que phénomène total, à la fois géo-économique, politique, socioculturel etc.

La première partie expose le développement des structures institutionnelles des économies capitalistes avec des références aux principaux courants de pensée de l'économie.

La deuxième partie est consacrée de façon plus concrète à l'histoire de plusieurs grandes crises de l'économie américaine principalement la crise de 1929 et celle de 2008. Les crises sont utilisées ici comme des révélateurs des dynamiques et des interactions à l'œuvre entre les différentes composantes d'un système économique, qui font la dimension cyclique de ces systèmes.

La troisième partie s'intéresse aux inégalités. Il s'agit de voir comment l'évolution de celles-ci a une influence décisive sur les modes d'organisation et les dynamiques de l'économie, et comment elles dépendent des changements socioculturels, politiques et idéologiques. On s'intéresse en particulier à la période allant de 1945 à l'époque actuelle.

Le cours conclut sur les cycles longs de leadership et la transition entre les États-Unis et la Chine.

## Objectifs

---

- \* Développer la culture économique des étudiants ;
- \* Acquérir les outils conceptuels destinés à l'analyse économique, géoéconomique d'un secteur, d'une région, etc.
- \* Apprendre à mettre en œuvre concrètement ces concepts dans le cadre d'une analyse géopolitique ou d'une analyse de marché ou d'une analyse stratégique d'entreprise.

## Compétences visées

---

- \* Expertise économique appliquée aux études de marché, marketing, stratégique, pour des diplômés se dirigeant vers les fonctions internationales dans les entreprises
- \* Expertise géopolitique et géoéconomique orientée vers les sciences politiques, la diplomatie, la recherche, etc.

## Bibliographie

---

Picketty, Thomas, Capital et idéologie, Seuil, 2019

Arrighi, Giovanni, Adam Smith à Pékin, les promesses de la voie chinoise, Max Milo, 2007

Orléan, André, L'empire de la valeur, Refonder l'économie, Seuil, 2015

Todd, Emmanuel, L'illusion économique, coll. Folio Actuel, Gallimard, 1999

Rosanvallon, Pierre, La société des égaux, coll. Points, Seuil, 2013

Giraud, Pierre-Noel, L'inégalité du monde, coll. Folio Actuel, Gallimard, 2019

## Contact(s)

### > Pierre Arnaud

Responsable pédagogique

parnaud@parisnanterre.fr

# Business Operation : Quality and lean management

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 6.0
- > Nombre d'heures : 18.0
- > Langue(s) d'enseignement : Anglais
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement huitième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Travaux dirigés
- > Composante : Langues et cultures étrangères
- > Code ELP : 4V8AIQMP

## Présentation

---

\* **Course description :**

- From Quality Management to Lean Management
- Quality versus Performance
- Issues related to the deployment of a Quality Management System
- The ISO 9001 2015 frame and core principles
- Monitoring performance, how ?
- Lean Management principles and tools

\* **Course syllabus :**

**Module 1 – Quality: Why? What? :**

- What is quality? Common definitions, standards definitions
- What is a requirement?
- Defining quality : producer's based view versus customer's based view
- What is quality management?
- Quality management why? Targets, costs reduction, manage performance, develop competitiveness, cultivate customer loyalty

**Module 2 – ISO 9000 2015, global approach**

- Conceptual framework: overview, PDCA process, 8 core principles, benefits of a QMS, why an ISO certified system fails ?
- A 4-pillar structure :
- Management responsibility,
- Resource management
- Product realisation requirements and customer focus
- Measurement, analysis and improvement requirements of processes
- The mandatory procedures
- Changes between the 2008 and the 2015 version

**Module 3 – Lean Management principles and tools (Kaizen approach)**

- DMAIC, Value Stream Mapping, wastes -Muda-, Root Cause Analysis (problem-solving approach) and solutions deployment (Action Plan and follow-up)

- Lean management philosophy : skills management and value creation
- Process analysis, how ?

- \* Lecture : 6 hours
- \* Case (Kaizen Workshop) 12 hours - Group work process analysis (DMAIC)
- \* Total number of hours : 18,00

- \* **Methodology :**
  - Course with examples of ISO and Lean practices in companies
  - Short cases to be prepared in order to acquire concepts and vocabulary
  - Practice in Kaizen workshop : process analysis from mapping to Action Plan and solutions monitoring (case provided by C. Aubert-Baudequin)

## Objectifs

---

- \* Acquire understanding of ISO 9001-2015 principles and be able to use a PDCA approach to quality
- \* Acquire understanding and be able to put into practice a continuous improvement approach (DMAIC and Lean Management principles)
- \* Acquire tools and practice to be able to analyse processes in the supply chain

## Évaluation

---

- \* **Contrôle continu**
  - Work and participation : 40 %
  - Individual work : 60%

## Bibliographie

---

Lean Supply Chain – Logistics Management – Paul Myerson – MacGraw Hill

La boîte à outils du Lean – Radu Demetrescoux – Dunod 2015

Logistics and Supply Chain Management – Creating Value, adding networks – de Christopher Martin

## Ressources pédagogiques

---

Christian Hohmann : <http://christian.hohmann.free.fr/>

Institut Lean France: <http://ilf-lean-services.com/>

L' APICS : <http://www.apics.org/>

Lean Entreprise Institut : <http://www.lean.org/>

Portail AFNOR : [www.afnor.org](http://www.afnor.org)

## Contact(s)

### > Catherine Aubert-baudequin

Responsable pédagogique

[c.aubertb@parisnanterre.fr](mailto:c.aubertb@parisnanterre.fr)

# UE Elargir ses connaissances/personnaliser son parcours

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

> ECTS : 6.0

## Liste des enseignements

---

- UE Approfondir en séminaire
  - Géopolitique de l'Eurasie - enjeux géopolitiques de la nouvelle « Route de la Soie »

# UE Approfondir en séminaire

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 6.0
- > Composante : Langues et cultures étrangères

## Liste des enseignements

---

- Géopolitique de l'Eurasie - enjeux géopolitiques de la nouvelle « Route de la Soie »

# Géopolitique de l'Eurasie - enjeux géopolitiques de la nouvelle « Route de la Soie »

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 6.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement huitième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Langues et cultures étrangères
- > Code ELP : 4V8XRGPP

## Présentation

---

Ce cours s'attache à apporter une vue d'ensemble des problématiques géopolitiques et géoéconomiques de l'Eurasie contemporaine. Après avoir envisagé les différentes conceptions géopolitiques de l'Eurasie dans l'histoire de la discipline, on étudiera les visions géopolitique et géoéconomique de l'Eurasie que développent trois puissances majeures du continent: la Russie, la Chine et la Turquie.

On étudiera ensuite plusieurs thématiques géopolitiques/géoéconomiques transcontinentales : voies de transport et de communication (transeurasiatiques, transarctiques, « route maritime de la soie »...), flux des échanges économiques et énergétiques, convergences et rivalités économiques dans la globalisation, questions frontalières, territoriales et de minorités ethniques et religieuses, relations internationales propres à l'espace eurasiatique (Union eurasiatique, Organisation de coopération de Shanghai...), relations des puissances eurasiatiques avec l'Occident.

Enfin, on accordera une place importante à l'étude de l'ouverture de la « Nouvelle Route de la Soie » (projet One Belt – One Road) et à ses conséquences géopolitiques et géoéconomiques pour l'Eurasie, l'Europe et le monde.

## Objectifs

---

- \* Acquérir les outils conceptuels fondamentaux en géopolitique et en géoéconomie.
- \* Acquérir des connaissances fondamentales sur la géopolitique de l'Eurasie et celle des grandes puissances eurasiatiques,
- \* Acquérir une bonne méthodologie de lecture de carte et de traitement de données statistiques,
- \* Apprendre à mettre en œuvre concrètement les concepts étudiés dans le cadre d'une analyse géopolitique et géoéconomique portant l'Eurasie contemporaine.

## Évaluation

---

- \* **Contrôle Continu** : exposés oraux et/ou travaux écrits à rendre au cours du semestre
- \* **Contrôle Terminal** : note de synthèse à rendre à l'écrit en fin de semestre

## Compétences visées

---

- \* Veille géopolitique et stratégique,
- \* Analyse géopolitique destinée aux métiers du conseil en affaires internationales, russes, eurasiatiques et post-soviétiques dans les secteurs privé ou public.

## Bibliographie

---

Olivier Zajec, Introduction à l'analyse géopolitique, Editions du Rocher, 2018.

Paul J. Bolt, Sharyl N. Cross, China, Russia, and Twenty-First Century Global Geopolitics, Oxford University Press, 2018.

Michel Bruneau, L'Eurasie : continent, empire, idéologie ou projet, CNRS Editions, 2018.

Glenn Diesen, Russia's Geoeconomic Strategy for a Greater Eurasia, Routledge, 2017.

Frédéric Lasserre, Eric Mottet, Barthélémy Courmont, Les nouvelles routes de la soie : géopolitique d'un grand projet chinois, Presses de l'Université du Québec, 2019.

Pascal Marchand, Géopolitique de la Russie : une nouvelle puissance en Eurasie, PUF, 2014.

Daniel Markey, China's Western Horizon : Beijing and the New Geopolitics of Eurasia, Oxford University Press, 2020.

# UE Se former en milieu professionnel

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

> ECTS : 12.0

## Liste des enseignements

---

- UE Conduire un travail personnel
- Stage

# UE Conduire un travail personnel

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 12.0
- > Composante : Langues et cultures étrangères

## Liste des enseignements

---

· Stage

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 12.0
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement huitième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Langues et cultures étrangères
- > Code ELP : 4V8AISTP

## Objectifs

---

Le stage a pour finalité d'offrir aux étudiant(e)s l'occasion de se familiariser avec le monde professionnel et de découvrir le fonctionnement d'une entreprise, d'une administration ou d'une association, et d'en étudier les différents aspects et services. Un « bon » stage doit en principe permettre à l'étudiant(e) d'appréhender l'organisation dans son ensemble (services, structure...) et reposer sur une mission bien définie en rapport avec les thématiques et compétences enseignées dans le master.

Les missions sont soumises à validation d'un enseignant référent. Doivent être privilégiés les stages dans les domaines suivants :

- Marketing international
- Supply chain
- Prospection à l'international
- Administration des ventes import-export
- Achats-approvisionnements à l'international
- Implantation ou distribution à l'international
- Veille concurrentielle
- Veille d'info internationale
- Transitaire international
- Commissionnaire en douane
- RH international gestion expatriation
- Développement site web pour entreprises qui se développent à l'international
- Évaluation de conformité de normes (type Bureau Veritas)
- Cloud computing (exemple SAP)

## Évaluation

---

Rédaction d'un mémoire et soutenance orale

## Contact(s)

> Frederic Heurtebize

Responsable pédagogique  
fheurtebize@parisnanterre.fr

# UE Maîtriser un domaine et ses méthodes

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

> ECTS : 12.0

## Liste des enseignements

---

- UE Maîtriser un domaine et ses méthodes
  - International marketing
  - Stratégies juridiques et fiscales des opérations internationales
  - Innovation

# UE Maîtriser un domaine et ses méthodes

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 12.0
- > Composante : Langues et cultures étrangères

## Liste des enseignements

---

- International marketing
- Stratégies juridiques et fiscales des opérations internationales
- Innovation

# International marketing

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 30.0
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral et Travaux dirigés
- > Composante : Langues et cultures étrangères
- > Code ELP : 4V9XIMKP

## Présentation

---

Ce cours dresse un tableau réaliste des enjeux du marketing international et donne les techniques et outils essentiels pour travailler dans cet environnement.

L'accent est mis sur des analyses de cas et des mises en situation réelles.

Ce cours comporte une part importante de travail personnel. Les travaux portent sur des problématiques réelles et visent à s'approprier les techniques et les outils enseignés.

## Objectifs

---

Approfondissement du vocabulaire marketing

Acquisition des techniques et outils de base nécessaires pour travailler dans le marketing international

## Évaluation

---

Examen écrit, travaux pratiques, contrôle continu

## Compétences visées

---

Savoir décrypter la stratégie marketing d'une entreprise pour mieux cadrer son action propre

Savoir segmenter un marché, positionner un produit ou un service, quantifier une opportunité de marché et établir un plan marketing annuel

Savoir définir la stratégie marketing appropriée pour se développer à l'international

## Bibliographie

---

KEEGAN W.J., GREEN M.C., *Global Marketing*. 9<sup>th</sup> Edition. Pearson, 2017

## Contact(s)

> Catherine Teirlynck

Responsable pédagogique

[cteirlyn@parisnanterre.fr](mailto:cteirlyn@parisnanterre.fr)

# Stratégies juridiques et fiscales des opérations internationales

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 46.0
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral et Travaux dirigés
- > Composante : Langues et cultures étrangères
- > Code ELP : 4VgXISTP

## Présentation

---

### \* Première partie : Contrats

Après un rappel du droit français et une initiation au droit anglais-américain des contrats, le cours aborde les aspects juridiques de la négociation, de la formation, et de l'exécution des contrats internationaux en général avant d'étudier certains contrats spéciaux dont la fréquence souligne l'importance pratique dans les affaires internationales (vente, transport, distribution, licence...). L'accent est mis aussi sur le choix du droit applicable et la prévention et la résolution du contentieux international.

Cet enseignement privilégie une optique de droit comparé destinée à sensibiliser les étudiants aux enjeux de la détermination du droit applicable et de la prévision d'un mode efficace de résolution des litiges dans un contexte où des conceptions juridiques radicalement différentes traduisent la diversité des cultures auxquelles les acteurs du commerce international peuvent appartenir.

### \* Deuxième partie :

Cette partie a pour objet de familiariser les étudiants avec divers aspects de la vie de l'entreprise

Droit de l'UE et libre circulation des marchandises

Droit de la propriété intellectuelle et stratégie de protection à l'international

Appel d'offres et garanties bancaires. Mécanismes et conseils pour répondre à un appel d'offres

L'implantation à l'étranger : définition de la stratégie et étude des différentes formes : filiale, acquisition, joint-venture.

Le statut juridique, social et fiscal des salariés détachés et expatriés.

Éléments de fiscalité des opérations internationales : présentation des grands principes et mécanismes. Relation mère/filiale. La partie fiscale implique des connaissances de fiscalité française et donne lieu à des exercices chiffrés.

## Objectifs

---

Donner aux étudiants le bagage juridique et fiscal nécessaire leur permettant de comprendre les enjeux, chercher l'information, poser les bonnes questions et jouer un rôle d'interface entre l'entreprise (et ses commerciaux) et les juristes de l'entreprise ou les

avocats chargés de la rédaction des contrats ou d'un éventuel contentieux. L'objectif est de permettre aux étudiants de savoir réagir quand il y a signal d'alarme.

## Évaluation

---

- \* Examen
- \* Dossier d'analyse critique d'un contrat

## Compétences visées

---

- \* Les éléments d'une stratégie juridique : connaissance de l'environnement juridique communautaire et international (conventionnel en particulier), protection de la propriété industrielle en France et à l'étranger.
- \* Négocier et rédiger un contrat international : analyse des clauses principales (force majeure, règlement des litiges), typologie et présentation des principaux contrats : vente, distribution, agence, franchise, licence, clé en main. Le travail se fait sur contrats « authentiques », et inclut l'évaluation de contrats.
- \* Appel d'offres et garanties bancaires. Mécanismes et conseils pour répondre à un appel d'offres
- \* L'implantation à l'étranger : définition de la stratégie et étude des différentes formes : filiale, acquisition, joint-venture.
- \* Le statut juridique, social et fiscal des salariés détachés et expatriés

## Bibliographie

---

Mathias Audit, Sylvain Bollee, Pierre Calle, *Droit du commerce international et des investissements étrangers*, LGDJ, 3e édition, 2019

Catherine Kessedjian, Valerie Pironon, *[Droit du commerce international](#)*, Puf, 2<sup>ème</sup> éd. 2020

Jean-Baptiste Racine, *[Droit du commerce international](#)*, Dalloz, 3<sup>ème</sup> éd. 2018

Hugues Kenfack, *[Droit du commerce international](#)*, Dalloz, 7<sup>ème</sup> éd, 2019,

## Contact(s)

### > Vincent Chantebout

Responsable pédagogique  
vchantebout@parisnanterre.fr

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Composante : Langues et cultures étrangères
- > Code ELP : 4VgXIINP

## Présentation

---

Après une introduction sur la dimension sociétale de l'innovation (Schumpeter, grappes d'innovation...), ce cours intéresse essentiellement à l'innovation entrepreneuriale. On y aborde les différentes formes d'innovation, incrémentale, de rupture, innovation technologique, de produits, de process, marketing, etc.

On s'appuie sur l'étude de cas d'innovation majeurs pour montrer comment le succès d'une innovation dépend à la fois de l'environnement technologique, des infrastructures, de l'état du marché, des besoins et de la stratégie d'entreprise. On analyse aussi des cas d'échec. Pour ce qui est du processus et des conditions de l'innovation interne aux entreprises, on s'appuie sur le modèle d'analyse C/K.

Le cours aborde aussi la question du financement de l'innovation aussi bien public que privé, subventions pour la R&D, partenaires institutionnels, private equity, capital-risque, levées de fonds, financement des start-ups, modèles de croissances, mise sur le marché, etc.

## Objectifs

---

Etre capable d'appréhender l'ensemble des problématiques liées à l'innovation dans les entreprises, notamment les PME.

## Compétences visées

---

Développer et financer un projet innovant dans une entreprise ;

Maîtriser les processus de gestion et d'organisation favorisant l'innovation dans l'entreprise.

## Bibliographie

---

Garel & Mock, La fabrique de l'innovation, Dunod, Paris, 2016

# UE Elargir ses connaissances/personnaliser son parcours

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

> ECTS : 12.0

## Liste des enseignements

---

- UE Approfondir en séminaire
  - International & Intercultural Business Environment
  - International negotiation
  - Business opérationnel : gestion de projet et procurement strategy

# UE Approfondir en séminaire

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 12.0
- > Composante : Langues et cultures étrangères

## Liste des enseignements

---

- International & Intercultural Business Environment
- International negociation
- Business opérationnel : gestion de projet et procurement strategy

# International & Intercultural Business Environment

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 56.0
- > Langue(s) d'enseignement : Anglais, Français
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral et Travaux dirigés
- > Composante : Langues et cultures étrangères
- > Code ELP : 4VgXIBTP

## Présentation

---

Ce séminaire a pour but d'exposer et d'analyser l'environnement politique, économique et réglementaire international dans lequel les entreprises évoluent. Il se divise en 3 parties et progresse de l'échelle macro à l'échelle micro.

La première partie du séminaire (7 séances de deux heures) analyse l'environnement politique et économique international au niveau macro. Il s'attache d'abord à analyser la typologie des acteurs des relations internationales (États, institutions intergouvernementales, acteurs non-étatiques : entreprises multinationales et investissements directs étrangers, ONG, société civile...). L'accent est placé sur leur statut, leur source de légitimité, leurs fondements juridiques, leur place – et l'évolution de celle-ci – dans l'équilibre des pouvoirs sur la scène internationale. Sont à l'occasion abordées les notions de *hard* et *soft power*, ainsi qu'une introduction aux théories des relations internationales (notamment sur les paradigmes réalistes et libéraux).

La 2<sup>e</sup> partie du séminaire s'attache au niveau micro. Le cours examine comment préparer son entreprise à l'international, comment diagnostiquer son degré de préparation. Puis il aborde de nombreux aspects techniques liés aux activités internationales des entreprises : protection de la propriété intellectuelle, stratégies de mise sur les marchés internationaux des biens et services (vente directe, agents, distributeurs, IDE, franchise...), documents de transport, INCOTERMS, moyens de paiement. Le cours aborde enfin les questions plus larges de lutte anticorruption, de compliance et de RSE.

La 3<sup>e</sup> partie est consacrée aux questions interculturelles, d'abord à travers les principaux travaux sur la question (Hofstede, Iribarne, etc), puis à travers des études de cas.

Le séminaire adopte une pédagogie mixte : études de cas, travaux de groupes, exposés, CM.

## Évaluation

---

Cette partie du module International Business Transactions se fonde sur 4 notes : examen final, dossier pays, synthèse de document, et participation.

## Compétences visées

---

## Bibliographie

---

BRAILLARD, Philippe et Mohammad-Reza Djalili, *Les relations internationales*, Paris, PUF, coll. « Que sais-je ? », 2016.

CAPRON, Michel et Françoise Quairel-Lanoizelée, *La responsabilité sociale des entreprises*, nouv. éd., Paris, La Découverte, 2010.

DEVIN, Guillaume, *Sociologie des relations internationales*, nouv. éd., Paris, La Découverte, 2007.

KEEGAN, Warren J., Mark C. Green, *Global Marketing with MyMarketingLab\**, Global Edition, 9th edition, Pearson Education, 2016, ISBN-10: 1292150882 | ISBN-13: 9781292150888

PAVEAU, Jacques et François Duphil, *Exporter : Pratique du commerce international*, Foucher (édition récente).

STEGER, Manfred, *Globalization: A Very Short Introduction*, 3e éd., Oxford, Oxford University Press, 2013.

CHEVRIER, Sylvie, *Le management interculturel*, PUF/Que sais-je, 2019

MEIER, Olivier, *Management interculturel, stratégie, organisation, performance*, Dunod, 6e ed., 2016.

## Contact(s)

### > Frederic Heurtebize

Responsable pédagogique  
fheurtebize@parisnanterre.fr

### > Pierre Arnaud

Responsable pédagogique  
parnaud@parisnanterre.fr

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 40.0
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Composante : Langues et cultures étrangères
- > Code ELP : 4V9XINGP

## Présentation

---

### 1. Enseignements sur la théorie de la négociation (dispensé en anglais)

- \* Les différentes écoles de pensée et approches (l'Ecole classique, Getting to Yes...), typologie de la négociation ("intégrative" ou "distributive")
- \* Méthode O.C.E.A.N. (Objet, Contexte, Enjeux, Asymétries de pouvoir, Négociateurs)
  - stratégies et techniques
  - déroulement séquentiel et mouvement dans la plage de négociation
- \* Maîtrise de moments cruciaux (démarrage et position affichée de départ, concessions, blocages, conclusion d'une négociation...), préparation d'un dossier de négociation
- \* Etude du contrat du point de vue des enjeux du négociateur.

### 2. Méthodes et pratiques de la négociation

- \* Communication, négociation, langue anglaise :
  - phrases clefs en situation de négociation (lors du déroulement séquentiel.....)
  - étude du "pouvoir" dans la négociation et phrases types pour mieux le manier ("Intégration", "Esquive", "Contre-Attaque")
  - écoute active et écoute tactique, utilisation de questions, etc....
- \* Utilisation des tactiques dans la négociation
  - application en situation concrète (enregistrement vidéo d'une négociation)
  - étude comparative transculturelle d'utilisation des tactiques : rapport au temps, jeux de l'autorité et de la hiérarchie, rapport de force, schémas de concessions....
- \* Mini-cas pratiques d'application des stratégies, techniques et tactiques étudiées
  - application pratique des notions théoriques (négociation "distributive" et "intégrative", maîtrise du temps, tactiques du prix,...)
  - la maîtrise des propos en relation avec le Plan de négociation

### 3. Simulations de négociations (en langue anglaise)

- \* 3 phases de négociation de 2 heures chacune en petits groupes en langue anglaise
  - sessions de 2 heures comprenant 40 à 50 minutes de négociation
  - visionnement et analyse de la bande filmée au caméscope

- double corrigé (technique et commercial, communication) de la prestation

\* Les phases

- 1ère phase : approche commerciale

- 2ème phase : discussion technique des clauses du contrat

- 3ème phase : finalisation du contrat entre représentants des deux parties

\* Préparation et notation

- Avant la 1ère phase, les différentes équipes rendent un Plan de négociation : étude de la nature de la négociation selon la méthode O.C.E.A.N. ; aspects de la stratégie adoptée (définition des objectifs et priorités, en les hiérarchisant et en les qualifiant sommairement en fonction de leur utilité); étude approfondie de l'Autre partie ; esquisse du déroulement prévisionnel de la négociation ainsi que les techniques qu'on envisage d'utiliser, avec scénarios alternatifs; préparation des grilles d'analyse afin de positionner les différents; préparation des tactiques, arguments et contre - arguments.

- Avant les 2ème et 3ème phases, les équipes doivent réactualiser leur préparation en fonction des évolutions constatées et des résultats acquis.

- Après la 3ème phase, et en vue de la séance de synthèse, les équipes font un compte rendu objectif de leur négociation; réaffirmation de leurs objectifs initiaux, déroulement sommaire de la négociation, résultats acquis, démarche et travaux complémentaires à effectuer (si nécessaire) pour boucler intégralement la négociation, appréciation objective du succès (ou de l'échec) de la négociation.

## Évaluation

---

Les équipes d'étudiants seront notées selon la qualité et la perspicacité de leurs préparations, leur capacité d'adaptation, leur performance dans les négociations et les résultats de cette dernière.

## Compétences visées

---

Négociation dans le cadre de l'entreprise, vente et achat, sur les fonctions commerciales comme celles liées au sourcing et supply chain.

## Bibliographie

---

Roger Fischer et William Ury, *Getting to Yes: Negotiating Agreement Without Giving In*, rev. ed., New York, Penguin, 2011.

Michel Vuillot et Donna Kesselman, *La négociation de projet. Des objectifs à la réalisation*, Paris, Éd. Technip, 2004.

# Business opérationnel : gestion de projet et procurement strategy

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 30.0
- > Langue(s) d'enseignement : Anglais
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Travaux dirigés
- > Composante : Langues et cultures étrangères
- > Code ELP : 4VgXIBOP

## Présentation

---

### \* Gestion de projet - Project Management

Cours organisé en atelier qui permet aux étudiants de déployer l'ensemble de la démarche et des outils de la gestion de projets depuis l'identification du besoin client à la soumission du cahier des charges à ce même client

Les étudiants travailleront en groupe projet, avec un Chef de projet et auront pour mission d'organiser et de piloter la réalisation des livrables du projet en intégrant les contraintes de ressources (temps et compétences) dans le respect des exigences de leur client

Ce module, sous forme d'atelier, leur permet donc d'appréhender les enjeux, les risques et les contraintes liés à la gestion d'un projet et de se préparer au pilotage de projets à l'international.

### \* Procurement strategy

Terminologie et bases de la stratégie « procurement » qui couvre les sourcing, les achats et les approvisionnements en lien avec la stratégie compétitivité de l'entreprise

Outils d'analyse d'un portefeuille d'achats et d'un portefeuille fournisseurs (spends analysis et Kraljic)

Définition du besoin achats

Sourcing fournisseurs selon les besoins définis

Outils de pré-sélection d'un fournisseur : grilles de critères, RFI et RFQ

## Objectifs

---

### \* Gestion de projet - Project Management

Comprendre la gestion d'un projet et pouvoir travailler en mode projet quel que soit le dossier.

Comprendre les composantes et les enjeux (y compris gestion des risques et des changement) du cycle de vie d'un projet ainsi que les phases d'un projet

Comprendre comment formaliser les besoins clients et identifier les livrables d'un projet

Maîtriser la terminologie et les bases de la gestion de projet ainsi que les principaux outils (ex : Gantt, PERT, analyse du chemin critique, des champs de force, WBS, OBS, RAM)

Rédiger une charte projet, un cahier des charges et élaborer un plan d'action SMART

Valoriser le coût d'un projet et le piloter

\* Procurement strategy

Comprendre les enjeux stratégiques et de compétitivité du processus procurements particulièrement à l'international

Comprendre l'environnement de l'activité « procurement » dans une approche d'analyse marché fournisseurs et d'équilibre des pouvoirs entre acheteurs et fournisseurs potentiels

Comprendre l'impact d'une stratégie compétitivité sur les choix organisationnels et stratégiques en matière de procurement ainsi que la gestion et le pilotage des fournisseurs

Etre capable de rédiger une RFI et une RFQ

## Évaluation

---

\* Gestion de projet - Project Management

Dossier projet soumis au client

Soumission orale (note de groupe et note individuelle)

REX individuel

\* Procurement strategy

Cas individuel écrit

Cas groupe oral et écrit

Participation travaux cours

## Compétences visées

---

\* Gestion de projet - Project Management

Etre capable de lancer et gérer un projet de manière efficiente soit:

Etre capable d'identifier les clients d'un projet, leurs besoins et les formaliser dans un cahier des charges

Etre capable d'organiser les phases et les tâches d'un projet à l'aide d'outils tels que le WBS, OBS et piloter le travail de l'équipe

Etre capable de conduire une négociation avec le(s) client(s) d'un projet

Etre capable de construire le budget d'un projet et de rédiger le rapport final

\* Procurement strategy

Maîtriser les outils d'analyse de la stratégie procurement :

- Analyse du marché fournisseurs

- Analyse du portefeuille produits,

- Analyse Kraljic,

- Analyse du pouvoir de négociation de l'entreprise face à ses fournisseurs,

- Analyse de l'organisation des achats

Préconiser une stratégie entre stock ou 0 stock (MTO ou MTS/BTO ou BTS), achats externes ou fabrication interne, différenciation retardée

Préconiser une grille de qualification des fournisseurs (critères quantitatifs et qualitatifs)

Planifier des achats annuels via commande de couverture en intégrant les enjeux transport et stocks

Intégrer la stratégie compétitivité de l'entreprise dans la stratégie procurement

## Bibliographie

---

\* Gestion de projet - Project Management

Gestion de Projets – Robert Buttrick – Pearson 4ème édition –

Gérez vos projets – Andy Bruce et Ken Langdon – Pearson

PM Knowledge deck – Alan MacIntyre, PMP – published by Exigent, Inc

\* Procurement strategy

Designing and managing the supply chain: concepts, strategies and Case studies – 3rd edition – McGraw Hill

La boîte à outils de l'acheteur - Dunod

## Ressources pédagogiques

---

\* Gestion de projet - Project Management

The project management memory jogger – second edition –

[http://www.goalqpc.com/shop\\_products.cfm](http://www.goalqpc.com/shop_products.cfm)

The advanced project management memory jogger – à acheter en ligne

[http://www.goalqpc.com/shop\\_products.cfm](http://www.goalqpc.com/shop_products.cfm)

\* Procurement strategy

Procurement and supply chain management – Kenneth Lysons et Brian Farrington – Pearson books – 9<sup>th</sup> edition

Sites internet :

Chartered Institute of Procurement and Supply

<https://www.cips.org/>

Harvard Business Review site

<https://hbr.org>

Purchasing and procurement centre (US)

<https://www.purchasing-procurement-center.com>

# UE Conduire un travail personnel mobilisant la recherche/l'expertise

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 6.0
- > Composante : Langues et cultures étrangères

## Liste des enseignements

---

- Mission dans les entreprises parrainées

# Mission dans les entreprises parrainées

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 6.0
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Composante : Langues et cultures étrangères
- > Code ELP : 4VgXIMEP

# UE Maîtriser un domaine et ses méthodes

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

> ECTS : 12.0

## Liste des enseignements

---

- Gestion internationale
- Information technologique
- Strategies internationale et supply chain

# Gestion internationale

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 20.0
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement dixième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Composante : Langues et cultures étrangères
- > Code ELP : 4VoXIGIP

# Information technologique

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 33.0
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement dixième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral et Travaux dirigés
- > Composante : Langues et cultures étrangères
- > Code ELP : 4VoXIITP

# Stratégies internationale et supply chain

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 30.0
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement dixième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral et Travaux dirigés
- > Composante : Langues et cultures étrangères
- > Code ELP : 4V0XISTP

## Présentation

---

Ce cours donne les clefs pour analyser l'environnement d'une entreprise, définir les enjeux stratégiques et articuler les stratégies appropriées pour y faire face dans un contexte international

L'accent est mis sur des analyses de cas

Ce cours comporte une part importante de travail personnel. Les travaux portent sur des problématiques réelles et visent à s'approprier les techniques et outils enseignés.

## Objectifs

---

Approfondissement du vocabulaire stratégique

Analyse des stratégies d'entreprise à l'international

Appropriation des principaux outils et méthodes d'analyse stratégique

## Évaluation

---

Examen écrit, travaux pratiques, contrôle continu

## Compétences visées

---

Savoir décrypter la stratégie d'une entreprise pour mieux cadrer son action propre

Savoir analyser l'environnement externe et interne d'une entreprise (PESTEL, 5 FORCES, chaîne de valeur, business model, ...)

Savoir définir la stratégie adaptée pour se développer à l'international

Savoir établir un business plan

## Bibliographie

---

## Contact(s)

> Catherine Teirlynck

Responsable pédagogique  
cteirlyn@parisnanterre.fr

# UE S'investir pour son université et dans son projet personnel

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

> ECTS : 1.5

## Liste des enseignements

---

- UE S'investir pour son université
- Business teams

# UE S'investir pour son université

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 1.5
- > Composante : Langues et cultures étrangères

## Liste des enseignements

---

- Business teams

# Business teams

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 1.5
- > Période de l'année : Enseignement dixième semestre
- > Composante : Langues et cultures étrangères
- > Code ELP : 4VoXIBTP

# UE Conduire un travail personnel mobilisant la recherche/l'expertise

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

> ECTS : 16.5

## Liste des enseignements

---

- Projet transversal entreprise
- Stage

# Projet transversal entreprise

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 3,0
- > Nombre d'heures : 16,0
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement dixième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Travaux dirigés
- > Composante : Langues et cultures étrangères
- > Code ELP : 4V0XIPTP

## Présentation

---

Le projet startup sert d'ossature aux enseignements pratiques de la 2<sup>e</sup> année du master. En groupes de 3 à 4, les étudiants développent un projet d'entreprise depuis l'idée initiale jusqu'à la présentation finale dans le cadre d'une simulation de demande de financement. Les idées développées doivent avoir une dimension innovante.

Les étudiants doivent évaluer le marché envisagé, développer un plan marketing et stratégique, un plan de financement, une analyse de besoins en supply chain, une grille de sélection des fournisseurs, une analyse de risque, et intégrer l'ensemble dans un business plan cohérent. Ils doivent aussi concevoir les outils de communication (brochures, slideshows), créer et mettre en ligne le site web de leur entreprise, celui-ci incluant le cas échéant un module d'e-commerce, à l'exclusion du système de paiement, et définir les actions nécessaires en matière de protection de la propriété intellectuelle.

Pour le suivi et la planification de leur travail, les étudiants mettent en œuvre les outils de gestion de projet qu'ils ont appris à maîtriser dans le cours consacré à ce sujet.

## Objectifs

---

Mise en pratique de l'ensemble des connaissances acquises dans le master, en marketing, stratégie, supply chain, finance, innovation, propriété intellectuelle, négociation, etc.

## Évaluation

---

Réalisation d'un business plan, et présentation —à la manière d'un roadshow— faite devant les enseignants responsables du master et des professionnels impliqués dans des startups ou le financement de celles-ci.

Évaluation des documents de communication créés pour le projet.

Évaluation du site web, dans le cadre du cours NTIC

## Compétences visées

---

Apprendre à mener à bien, dans toutes ses dimensions, un projet entrepreneurial ou intrapreneurial.

## Contact(s)

> Catherine Teirlynck

Responsable pédagogique

[cteirlyn@parisnanterre.fr](mailto:cteirlyn@parisnanterre.fr)

# Stage

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 13.5
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement dixième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Composante : Langues et cultures étrangères
- > Code ELP : 4VoXISGP