

## PARCOURS « COMMERCE INTERNATIONAL »

### Semestre 7

|   |  |
|---|--|
| <b>UE 703</b>                             | <b>60h – 7 ects</b>  |
| <b>MARKETING INTERNATIONAL</b>            | Le cours vise à approfondir la démarche et les concepts marketing abordés en Licence 3, puis à comprendre et maîtriser la démarche marketing dans un contexte international. Les séances sont organisées à partir de sujets traités et soutenus par les étudiants. Ces sujets sont articulés autour des principales variables d'actions marketing dans un contexte international.  |
| <b>DROITS DES CONTRATS INTERNATIONAUX</b> | Les travaux dirigés de droit des contrats du commerce international visent à familiariser les étudiants de la filière C.I. aux deux problèmes juridiques majeurs spécifiques à la conclusion de contrats internationaux: multiplicité des règles de droit susceptibles de s'appliquer à la relation contractuelle, d'une part, diversité des juridictions potentiellement compétentes pour connaître des litiges nés de cette relation, d'autre part. Les séances de travaux dirigés s'organisent par conséquent selon une progression logique amenant les étudiants à découvrir et à manier les instruments destinés à résoudre ces problèmes (règles de conflit de lois et règles de conflit de juridictions). Compte tenu des objectifs de professionnalisation de la filière, les conventions internationales de droit uniforme relatives à la vente internationale de marchandises et au transport, d'une part, et la résolution des conflits par la voie de l'arbitrage, d'autre part, constituent des objets d'étude privilégiés. |
| <b>ANALYSE D'EXPLOITATION</b>             | L'analyse d'exploitation permet de comprendre – mais aussi de critiquer – les méthodes de calcul de la formation des coûts dans l'entreprise de façon diversifiée (coûts complets, coûts variables, coûts directs, coûts marginaux) comme base de la prise de décision. Elle comprend également l'analyse du compte de résultat en soldes intermédiaires de gestion et en surplus de productivité.   |
| <b>UE 704</b>                             | <b>24h – 3 ects</b>  |
| <b>CIRCUITS DE DISTRIBUTION</b>           | Dans ce cours, il s'agit de mettre en évidence la réalité des systèmes de commercialisation des biens et des services français sur les marchés d'exportation. Chacun de ses systèmes est analysé, avantages, inconvénients, concession ou non de l'exclusivité, calculs des marges, rétrocessions de commissions, suivi commercial depuis la France, et mesure de la performance.  |
| <b>UE 705</b>                             | <b>24h – 3 ects</b>  |
| <b>DOUANES ET MARCHES</b>                 | Dans ce cours, il s'agit d'aborder à la fois les grands principes douaniers de circulation des marchandises à travers le monde. Dans un 2 <sup>ème</sup> temps, les procédures de dédouanement qui sont à la charge des entreprises depuis 2008 (et presque plus à la charge des transitaires) seront étudiés.   |
| <b>UE 706</b>                             | <b>12h – 3 ects</b>  |
| <b>ACHATS INTERNATIONAUX</b>              | Le cours permet aux étudiants de comprendre la spécificité des achats et de la relation avec les fournisseurs dans le domaine du commerce international. Il comprend la présentation des processus et des opérations logistiques, les spécificités juridiques des contrats d'achats à l'international mais également les stratégies envisageables en matières de contrat de fournitures ou de sous-traitance. Le cours est dispensé à partir de situations réelles de l'entreprise Airbus qui est partenaire du master commerce international et le premier acheteur de la région Midi Pyrénées.   |

## Semestre 8

|  |                                       |  |
|--|---------------------------------------|--|
|  | <b>UE 703</b>                         | <b>60h – 7 ects</b>  |
|  | <b>CONTROLE BUDGETAIRE</b>            | Le contrôle budgétaire permet de comprendre l'articulation entre les différents budgets de l'entreprise. Deux budgets sont privilégiés : le budget de trésorerie complété par une analyse approfondie des besoins en fonds de roulement et de l'équilibre financier (fonds de roulement, besoins en fonds de roulement, trésorerie nette). Le budget des investissements complété par une analyse du financement à long terme de l'entreprise.   |
|  | <b>CRM ET NEGOCIATION COMMERCIALE</b> | Introduction aux techniques de négociation commerciale, intégrant la préparation de la vente à l'aide des outils de GRC, l'argumentaire de vente lui-même, et la gestion de la relation client post-négociation. Les techniques insisteront sur les méthodes pratiques telles que la méthode SONCAS, l'argumentaire CAP et les différentes techniques de réponses aux objections.  |
|  | <b>UE 804</b>                         | <b>24h – 3 ects</b>  |
|  | <b>PAIEMENTS INTERNATIONAUX</b>       | Ce cours permet d'assurer le « back office » d'un service export sur le plan financier, c'est-à-dire assurer le rapatriement des fonds issus des ventes internationales. Les points techniques tels que l'analyse des risques de non paiement, le choix de devises de facturation, le choix du monde de paiement, la garantie par crédit documentaire, etc. seront abordés.  |
|  | <b>UE 805</b>                         | <b>24h – 3 ects</b>  |
|  | <b>LOGISTIQUE INTERNATIONALE</b>      | Il s'agit d'un cours opérationnel qui permet de prendre en charge les obligations d'un service export – ou import – sur le plan des livraisons, une fois que la commande est reçue, et ceci en partenariat avec les opérateurs de transport et de logistique du monde entier. Une première partie est consacrée aux INCOTERMS 2010 et à l'analyse des conséquences opérationnelles : emballage, assurance, transport... Une deuxième partie est axée sur l'étude des 4 modes de transport principaux : maritime, aérien, routier, ferroviaire. |
|  | <b>UE 706</b>                         | <b>12h – 3 ects</b>  |
|  | <b>ETUDE DE CAS</b>                   | Le cours, divisé entre théorie et pratique, consiste à immerger les étudiants dans le monde de l'entreprise, à travers quatre thèmes différents : Supply Chain et modélisation des processus, Gestion des risques, Gestion de projet, Appel d'offre et gestion des livrables d'un cahier des charges.  |

## Semestre 9

|  |                |  |
|--|----------------|--|
|  | <b>UE 901</b>  | <b>24h – 3ects</b>   |
| <b>SIMULATION<br/>COMMERCE<br/>INTERNATIONAL</b> |                | Savoir gérer et prendre des décisions commerciales et financières dans un environnement international concurrentiel.<br>Les étudiants regroupés en équipe doivent gérer une entreprise sous les contraintes fixées à l'aide d'un logiciel de simulation de gestion commerciale (Mondial Manager, Kalypso, Forgam...) et influencées par les choix commerciaux et financiers des autres groupes.  |
|  | <b>UE 902</b>  | <b>24h – 3 ects</b>  |
| <b>MARKETING<br/>INTERNATIONAL</b>               |                | Approfondissement de la démarche de marketing international au niveau stratégique et opérationnel. L'approche interculturelle et la mise en place d'un plan marketing international sont plus spécifiquement abordées. Ce cours est complété et lié à celui d'analyses de données dans le cadre de l'étude de marché réalisée par les étudiants.   |
|  | <b>UE 903</b>  | <b>12h – 3 ects</b>  |
| <b>NEGOCIATIONS</b>                              |                | Cours en partie dispensés en anglais.  |
|  | <b>UE 906P</b> | <b>5ects</b>   |
| <b>MISSIONS TUTEURES</b>                         |                | Les Missions tuteurées consistent pour les étudiants à travailler en équipes resserrées de 4 ou 5 pour le compte d'une TPE ou d'une PME en situation réelle de prospection d'un marché d'exportation. Sur une période de 6, mois le groupe apporte à l'entreprise sa méthodologie, les résultats de ses investigations et ses recommandations stratégiques. Un suivi hebdomadaire avec livrables et réunions est organisé entre l'entreprise, le tuteur en entreprise et l'Université.   |
|  | <b>UE 907A</b> | <b>60h – 3 ects</b>  |
| <b>BUSINESS<br/>DEVELOPMENT</b>                  |                | Ce cours est orienté vers les aspects stratégiques du Commerce International et la maîtrise des actions de prospection des marchés visant le développement d'affaires : mobilisation du dispositif spécifique d'accompagnement des PME et des ETI, réalisation d'études de marchés, identification d'opérateurs locaux de commercialisation, organisation de missions et de salons professionnels, négociation en B to B, aménagement des conditions d'offres commerciales aux standards internationaux, et organisation du back-office.   |
|  | <b>UE 907A</b> | <b>60h – 3 ects</b>  |
| <b>MARKETING DIGITAL</b>                         |                | L'objectif du cours est de donner aux étudiants les bases des « media social managers » qui interviennent dans la réflexion des choix stratégiques de l'entreprise, les leviers d'actions, les implications des outils (référencement, plateforme numérique,...), le SoLoMo (social, local, mobile), le suivi et contrôle des actions numériques.  |
| <b>DROIT</b>                                     |                | Les travaux dirigés de droit des contrats du commerce international visent à familiariser les étudiants du parcours C.I. aux deux problèmes juridiques majeurs spécifiques à la conclusion de contrats internationaux: multiplicité des règles de droit susceptibles de s'appliquer à la relation contractuelle, d'une part, diversité des juridictions potentiellement compétentes pour connaître des litiges nés de cette relation, d'autre part. Les séances de travaux dirigés s'organisent par conséquent selon une progression logique amenant les étudiants à découvrir et à manier les instruments destinés à résoudre ces problèmes (règles de conflit de lois et règles de conflit de juridictions). Compte tenu des objectifs de professionnalisation de la filière, les conventions internationales de droit uniforme relatives à la vente internationale de marchandises et au transport, d'une part, et la résolution des conflits par la voie de l'arbitrage, d'autre part, constituent des objets d'étude privilégiés. |
| <b>GESTION</b>                                   |                | Le cours de gestion en master 2 Commerce International permet de valider les connaissances légitimes dans ce domaine pour occuper un poste d'encadrement dans une entreprise internationalisée :   |

|                           |   |
|---------------------------|---|
|                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Notion de rentabilité financière et économique, évaluation des Besoins en fonds de roulement normatifs avec prise en compte des charges fixes, plan de financement des investissements et solutions à apporter aux problèmes de trésorerie à long terme ;</li> <li>- Introduction à la finance internationale (financement de projets et de filiales internationales, éléments de fiscalité à l'international, prix de cession interne, coût du capital dans les Entreprises Multinationales.</li> </ul>   |
| <b>ANALYSE DE DONNEES</b> | <p>L'objectif de ce cours vise à comprendre et maîtriser les outils d'analyse de données les plus couramment utilisés dans une démarche d'étude de marché réalisée par les étudiants. Après avoir rappelé l'importance des études documentaires et abordé le rôle et les différentes techniques d'études qualitatives, ce cours traite principalement des études quantitatives. Il abordera les règles de construction des questionnaires, les techniques d'échantillonnage et les traitements statistiques inhérents. Des logiciels d'enquêtes et d'analyse de données (Sphinx, SPSS...) serviront d'appui aux séances.</p>  |
| <b>UE 907C</b>            | <b>32h – 3 ects</b>   |
| <b>COMMUNICATION</b>      | <p>Le cours de communication est divisé en 3 parties :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La première relevant de la capacité des étudiants à maîtriser les notions de communication interne et externe des entreprises évoluant dans un contexte international (conception d'une stratégie de communication et opérationnalisation) ;</li> <li>- La seconde relevant de la capacité des étudiants à penser des problématiques auxquelles se trouvent confrontées les entreprises évoluant dans un contexte international en termes d'approche analytique et scientifique, en basant leur analyse sur des articles académiques sélectionnés ;</li> <li>- La dernière visant à renforcer les compétences communicationnelles des étudiants, autant en ce qui concerne la communication interpersonnelle et la gestion de leur image professionnelle (à l'écrit, à l'oral, numérique), qu'en ce qui relève d'une communication orale professionnelle (présentations avec support pré-AO, aisance verbale et gestion du para- et non verbal).</li> </ul> |
| <b>UE 1001</b>            | <b>12h – 3 ects</b>   |
| <b>CONFERENCES</b>        | Les conférences sont assurées par des professionnels du commerce international.   |
| <b>UE 1002</b>            | <b>27ects</b>   |
| <b>STAGE</b>              | Stage de 6 mois. Il donne lieu à un rapport de stage et une soutenance.   |