



## Master Affaires Internationales Trilingues, Parcours Marketing International et Négociation

### Master 1 Semestre 1

Intitulé du cours	Volume Horaire /semestre	30 crédits
Anglais professionnel	20h	
Anglais : communication écrite	10h	
LV3 Russe <u>OU</u> Arabe <u>OU</u> Chinois	20h	
Allemand ou Espagnol professionnel	20h	10
Allemand ou Espagnol communication écrite	10h	
Culture économique espagnole/allemande	15h	
Techniques de commerce international/Diagnostique export	36h	
Comportement de l'acheteur/consommateur local	30h	10
Gestion internationale des marques	20h	
E business et web 2	25h	
Marketing international	20h	6
Marketing stratégique	33h	
Marketing quantitatif	15h	4
Étude de cas - Management de projet	20h	

### Master 2 Semestre 3

Marketing Stratégique International	30h	
Études de marchés et techniques quantitatives appliquées au marketing	15h	
Panels et plan marketing	23h	
Informatique appliquée au marketing et à l'E-commerce	20h	7
Marketing stratégique international	30h	
Informatique appliquée au marketing et à l'e-commerce	20h	
Recherche et utilisation de l'information stratégique	15h	
Négociations Internationales	20h	
Anglais professionnel	35h	10
Allemand/Espagnol professionnel	35h	
LV3 Russe <u>OU</u> Arabe <u>OU</u> Chinois	30h	
Gestion financière et stratégies des entreprises	30h	
Financements internationaux et couverture du risque	20h	8
Méthodologie et procédure du commerce international	30h	
Initiation à la création d'entreprise	26h	

### Master 1 Semestre 2

Intitulé du cours	Volume Horaire /semestre	30 crédits
Anglais professionnel	16h	
Anglais : communication orale	12h	
LV3 Russe <u>OU</u> Arabe <u>OU</u> Chinois	16h	
Allemand ou espagnol professionnel	16h	8
Allemand ou espagnol : communication écrite	12h	
Culture économique espagnole/allemande	12h	
Communication d'entreprise (interne et externe)	15h	
Le secteur transport et logistique internationale	24h	6
Négociation International	16h	
Service d'achat dans l'environnement International	20h	4
Études de marchés et techniques quantitatives	24h	
Approche géopolitique des marchés	20h	4
Étude de cas – Management de projet	16h	
Stage en entreprise	de 3 à 5 mois	8

### Master 2 Semestre 3 (suite)

Management International	15h	
Management moderne et utilisation des réseaux	24h	6
Techniques de ventes	20h	
Bilan de compétences	28h	
Marketing digital omni canal	20h	
Supply chain management	20h	9
CRM et marketing direct	20h	
Technique d'achat	20h	

### Master 2 Semestre 4

Stage/mémoire/soutenance orale	de 4 à 6 mois	10
Mémoire écrit		10

#### CONTACT ADMINISTRATIF

Laurent VANDER BRIGGHE

03 20 13 47 38

laurent.vanderbrigghe@univ-catholille.fr