

COMMERCE INTERNATIONAL

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Offrir aux étudiants une formation généraliste, orientée Management, de forte densité et de même à forger les contours d'une personnalité répondant au mieux au profil exigé par les métiers du Management ;
- Permettre aux étudiants d'acquérir les compétences transversales nécessaires au Management et mobilisant l'ensemble des disciplines liées au Marketing et Commerce international ;
- Former aux techniques de management, marketing, commerce international et communication et publicité ;
- Permettre aux étudiants de s'approprier les compétences de management en particulier en marketing et commerce international ;
- Maîtriser les technologies de l'information et de la communication en vue d'accroître l'efficacité et améliorer les méthodes de gestion.

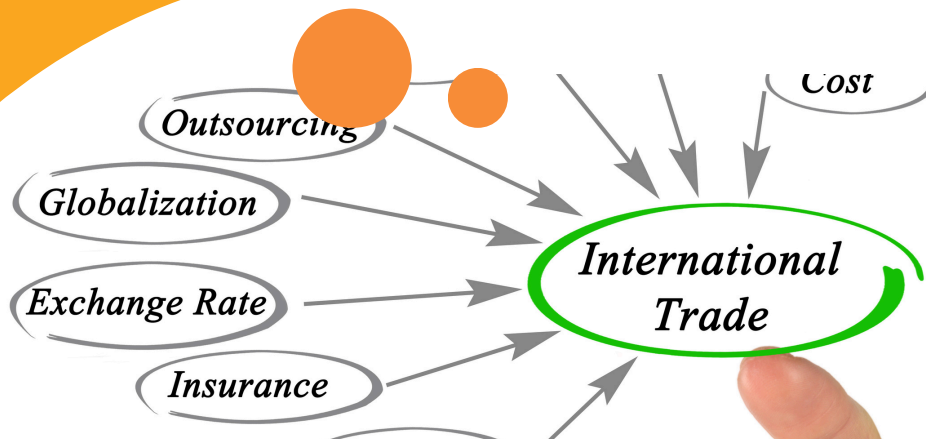
COMPETENCES A ACQUERIR

- Compétences en termes de commerce et marketing notamment en ce qui concerne le marketing international, le négoce à l'international, le management des exportations et les techniques de commerce international.

DEBOUCHES DE LA FORMATION

La filière Commerce international prépare les étudiants aux métiers suivants :

- Cadres de haut niveau spécialisés en techniques marketing ;
- Cadres de haut niveau spécialisés en commerce international,
- Métiers de négociation internationale et logistique internationale ;



PROGRAMME

SEMESTRE 7	MARKETING SECTORIEL	MARKETING INTERNATIONAL MARKETING INDUSTRIEL MARKETING DE SERVICE
	OUTILS DE DÉCISION ET DE DÉVELOPPEMENT	SIMULATION DE GESTION I RECHERCHE OPERATIONNELLE
	LANGUES ET COMMUNICATION 6	METHODOLOGIE ET COMMUNICATION 2 ANGLAIS DES AFFAIRES III ESPAGNOL
	MANAGEMENT DES ORGANISATIONS IV	GRH2 MANAGEMENT INTERCULTUREL
SEMESTRE 8	MANAGEMENT DE COMMERCE INTERNATIONAL I	TECHNIQUES DE COMMERCE INTERNATIONAL MARKETING INTERNATIONAL
	DÉVELOPPEMENT PERSONNEL ET PROFESSIONNEL 3	METHODOLOGIE DE RECHERCHE STAGE D'APPROFONDISSEMENT
	LANGUES ET COMMUNICATION 7	MÉTHODOLOGIE ET COMMUNICATION 3 ANGLAIS DES AFFAIRES IV ESPAGNOL
	MANAGEMENT DES ORGANISATIONS V	MANAGEMENT STRATEGIQUE MANAGEMENT DE PROJET ET ENTREPRENEURIAT
SEMESTRE 9	MANAGEMENT DE COMMERCE INTERNATIONAL II	NÉGOCIATION COMMERCIALE INTERNATIONALE THÉORIES DE COMMERCE INTERNATIONAL LOGISTIQUE INTERNATIONALE ET MANAGEMENT DES EXPORTATIONS
	OUTILS DE COMMERCE INTERNATIONAL	E-MARKETING DROIT COMMERCIAL INTERNATIONAL FISCALITÉ INTERNATIONALE
	LOGICIELS DE GESTION	SIMULATION DE GESTION II PROGICIELS DE GESTION INTEGREE
	ENVIRONNEMENT INTERNATIONAL DE L'ENTREPRISE	INTELLIGENCE ECONOMIQUE GEO- STRATEGIE/ GEO- POLITIQUE
S10	STAGE PROFESSIONNEL	

