

Master - Management et commerce international



Code : 13531267

LIEU DE FORMATION

Université Bordeaux
Montaigne
Domaine universitaire
19 esplanade des Antilles
33600 PESSAC

Durée : 2 ans

CONTACT

Formation :
Sabine Tinchant-Benrahho
Responsable pédagogique
[Sabine.tinchant-
benrahho@u-bordeaux-
montaigne.fr](mailto:benrahho@u-bordeaux-montaigne.fr)

Alternance :
Pascal GODINEAU
05 57 12 44 35
[cfa@u-bordeaux-
montaigne.fr](mailto:cfa@u-bordeaux-montaigne.fr)

Inscription :
Sophie De Villechenous
05 57 12 46 49
[master-langues-com-
international@u-bordeaux-
montaigne.fr](mailto:master-langues-com-international@u-bordeaux-montaigne.fr)

[TÉLÉCHARGER LA FICHE
AU FORMAT CSV](#)

[En savoir +](#)

Commerce international et pays émergents

Le master en commerce international vise à former des cadres dans le domaine de l'import-export reconnus pour leurs compétences linguistiques et commerciales, secteur porteur en termes d'insertion professionnelle.

Il a pour objectif principal de spécialiser les étudiants sur les marchés des pays émergents, là où les marges de progression des entreprises françaises, ou autres, sont les plus importantes avec l'augmentation du pouvoir d'achat des classes moyennes, à savoir le continent africain au sens large (Maghreb, Moyen-Orient et Afrique subsaharienne), tout en abordant également les marchés latino-américains (Amériques du Sud et centrale) et les marchés d'Asie et d'Eurasie (Asie du Sud-Est, Russie et CEI, etc.). Nous mettrons en relation la demande sur ces différents marchés avec des produits définis dans des secteurs principaux tels que l'agroalimentaire, la santé, l'industrie et l'aménagement urbain.

En outre, un accent sera porté sur les grandes organisations internationales telles que la Commission Européenne et l'ONU, afin que les futurs professionnels, en ayant connaissance du fonctionnement respectif de ces organisations, puissent les mettre au service de l'export en direction de ces différents marchés.

Objectifs

Les objectifs de la formation

Il s'agit de permettre aux étudiants de connaître les fonctionnements, les services spécifiques et les opportunités de marchés offerts par les institutions françaises et internationales ainsi que les principaux projets d'intégration économique dans les zones traitées en matière de commerce international. L'étudiant, futur professionnel dans l'import-export, acquerra les moyens de commercer avec des pays africains, latino-américains, asiatiques ou autre (Russie ou pays de la CEI) en sachant passer, si besoin est, par les grandes organisations.

Les compétences disciplinaires de ce parcours touchent à la fois :
les techniques du commerce international,

les différents secteurs et produits liés aux marchés visés (en Afrique, en Amérique latine, en Asie, en Russie et CEI),

ainsi que les langues étrangères (si l'anglais niveau B2/C1 et la maîtrise du français sont des pré-requis en commerce international, la maîtrise de deux langues étrangères supplémentaires est fortement recommandée, avec un niveau B1/B2 minimum en LV2 autre que l'espagnol ou un niveau B2 / C1 minimum en espagnol LV2, et un niveau débutant ou renforcé pour la LV3).

L'étudiant devra également avoir des connaissances approfondies des cultures et des sociétés propres aux pays étudiés.

Insertion

Métiers accessibles

Les diplômés accèdent de manière privilégiée à des postes de commerciaux - export et doivent être en mesure d'évoluer vers des postes d'encadrement au sein d'entreprises aux structures déjà plus développées : chef de zone export, responsable export, voire des postes de direction en évoluant dans leur carrière.

Suivant la nomenclature INSEE, il s'agit de postes de cadres administratifs et commerciaux d'entreprises : administration commerciale, fonction commerciale ; de cadres commerciaux des grandes entreprises (hors commerce de détail) ; de cadres commerciaux des petites et moyennes entreprises (hors commerce de détail). Cadres salariés chargés d'exercer une fonction commerciale dans une entreprise de moins de 500 salariés. Ils ont pour mission de définir des objectifs de vente, d'animer la force de vente, de contrôler la réalisation des objectifs et de pouvoir prendre part de manière directe, le cas échéant, aux opérations de vente elles-mêmes.

Les débouchés du commerce international sont principalement des métiers tels que : acheteur ou négociateur international ; manager de l'import-export des biens et des services ; responsable de bureau d'achat ou de vente ; chef de produits ; responsable de zone export ; chef de projets internationaux ; manager de point de vente à l'international ; représentant d'institutions économiques étrangères en France ou françaises à l'étranger.

Secteurs d'activité

Les entreprises concernées couvriront aussi bien le secteur primaire agricole que le secteur industriel ou tertiaire, y compris les entreprises intervenant comme intermédiaires commerciaux dans les échanges internationaux ou comme prestataires de service.

Contenus

Contenu de la formation

1. Les techniques du commerce international (tels que le marketing international, le web-marketing et les usages numériques, le droit des affaires basé sur les contrats et paiements, les techniques de vente, la gestion des risques à l'export, la logistique, les douanes, etc.) sont indispensables pour vendre des produits de différents secteurs sur divers marchés.

2. Plusieurs secteurs principaux seront abordés pour que les étudiants acquièrent des connaissances et des compétences générales leur permettant par la suite d'aborder et de s'approprier plus facilement un produit particulier. Pour traiter les différents thèmes et problèmes liés à l'éthique du commerce international, une matière intitulée « Éthique et commerce » est proposée.

3. Cette matière, comme les matières concernant les grandes organisations internationales ainsi que les zones économiques et marchés communs, fait le lien entre les matières consacrées aux différents marchés des pays émergents (en Afrique, en Amérique latine, en Asie et en Russie et CEI) et celles qui sont consacrées aux différents produits et secteurs d'activités.

4. L'ensemble des enseignements proposés vise à permettre aux étudiants d'acquérir une bonne connaissance non seulement de l'économie, de l'histoire et de la politique des différents pays mais également une bonne maîtrise des langues étrangères, dont l'anglais, une LV2 et une LV3 ou une LV2 renforcée. Toutes ces connaissances culturelles et sur les codes interculturels ainsi que ces compétences linguistiques sont nécessaires aux futurs professionnels pour aborder et prospecter les marchés des pays en question.

Un mémoire sera rédigé en fin de M2. Ce mémoire sera validé par une soutenance sur les missions effectuées en entreprise et les résultats de ces missions devant un jury au mois de septembre.

Rythme d'alternance

La formation est ouverte à l'apprentissage. Les alternants ont les mêmes contenus pédagogiques et sont également évalués dans toutes les matières proposées au sein de la formation.

Pour le Master 1 : 94 jours au CFA pour 159 jours en entreprise

Pour le Master 2 : 69 jours au CFA pour 189 jours en entreprise

Admissions

Conditions d'accès

Pour le M2 : sont admis de droit les étudiants de l'Université Bordeaux Montaigne, admis au M1, qui passent en année supérieure.

Pour le M1 et le M2 (hors étudiants de M1 « Commerce international et pays émergents » qui passent en M2 directement) : sur dossier + entretien

Pour le M1 :

Les candidats devront avoir validé un Bac + 3 c'est-à-dire être titulaires d'une licence langues étrangères appliquées ou d'une licence professionnelle en commerce international, ou équivalent, management, etc.).

ou titulaires d'un diplôme français ou étranger (bac+3) admis en dispense.

Pour le M2, il faut être :

titulaires d'un master 1 de langues étrangères appliquées ou d'un M1 commerce ou marketing de préférence

ou titulaires d'un diplôme français ou étranger (bac+4) admis en dispense.

La sélection se fera sur dossier puis sur entretien bilingue pour les dossiers retenus. Le jury sera composé d'enseignants de l'Université Bordeaux Montaigne et de professionnels. Les candidats doivent attester de la pratique de 2 langues étrangères dont l'anglais obligatoirement, à un niveau B2/C1. Les candidats à l'alternance doivent trouver une entreprise qui leur permette d'effectuer des missions en accord avec la formation, en commerce international et en relation de préférence avec les pays émergents (Afrique, Amérique latine, Asie, Russie et CEI).

Les +

Les plus de cette formation

Adossement au monde professionnel

Cette formation est le résultat d'une collaboration étroite entre le monde de la formation et le monde professionnel : elle permettra de concrétiser l'expression des besoins formulés par les entreprises en matière internationale, et comprendra pour chaque module, filière ou marché, des visites et témoignages de professionnels ainsi que des études de cas individuelles ou en groupe.

Elle fournit une réponse opérationnelle aux défis posés par la mondialisation aussi bien au niveau des entreprises qui ont à gérer l'internationalisation de leurs marchés, que celui des étudiants qui ont à intégrer un marché du travail de plus en plus exigeant.

[— Modifier cette formation](#)