

Master Management et Commerce International (MCI)

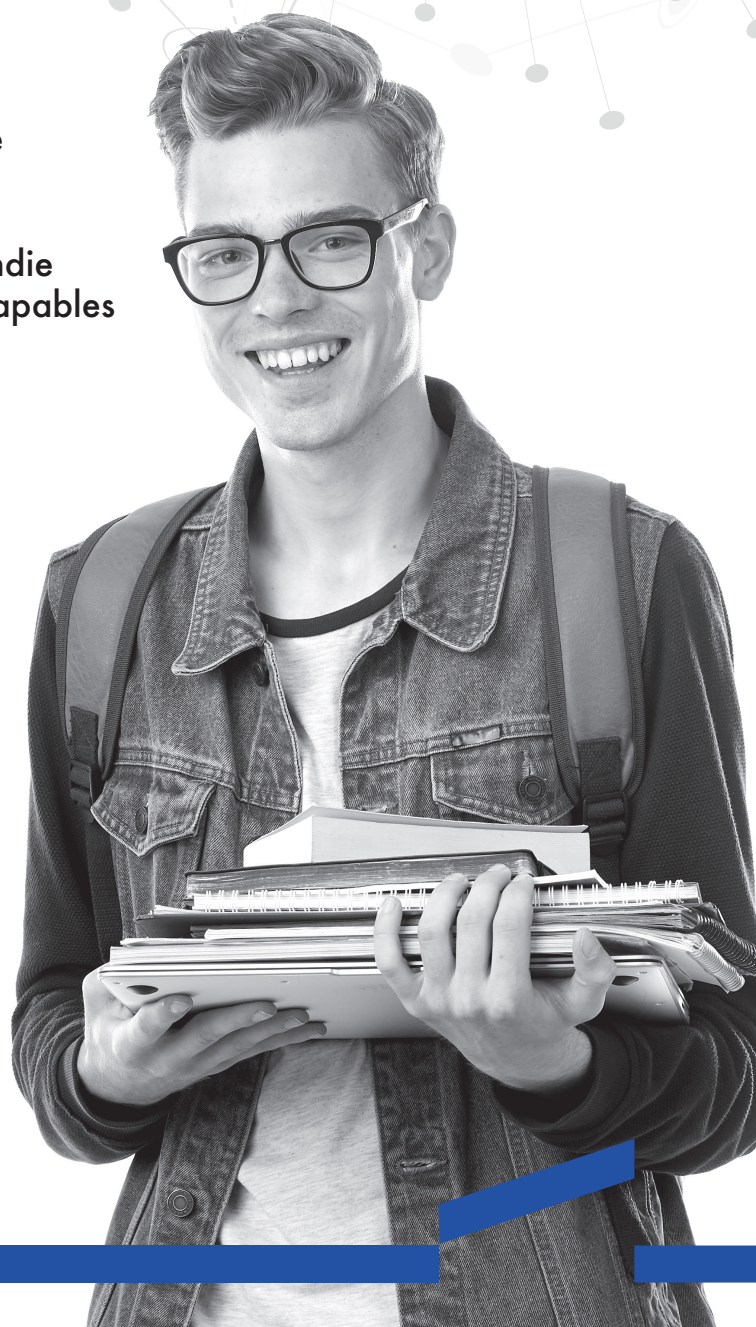
PARCOURS

COMMERCE INTERNATIONAL ET LE MONDE AMÉRIQUE DU NORD (M2)

Le Master Commerce International et le monde Amérique du Nord vise à former les futurs managers et spécialistes du commerce international ayant une connaissance approfondie de la culture d'entreprise nord-américaine et capables de répondre aux exigences des entreprises confrontées aux défis de la globalisation.

Dispensée en anglais, par des universitaires et des professionnels, la formation permet aux alternants de renforcer leurs connaissances et leurs compétences dans le domaine du management et de la gestion à l'international : web marketing, commerce international avec l'Amérique du Nord, financement de projets, business development, legal engineering... Des méthodes pédagogiques actives visent à développer chez les alternants les hard skills et les soft skills nécessaires à l'exercice des métiers du commerce international.

aei.u-pec.fr/alternance



Master Management et Commerce International (MCI) PARCOURS **COMMERCE INTERNATIONAL ET LE MONDE AMÉRIQUE DU NORD (M2)**

NIVEAU :

MASTER / BAC+5 (M2)

DURÉE DE LA FORMATION :406 h / 1 an - M2
septembre à septembre**TYPE DE CONTRAT :**Contrat d'apprentissage
Contrat de professionnalisation**CONDITIONS D'ACCÈS**

Niveau Bac+4 ou 240 ECTS acquis en AEI, Sciences économiques, gestion, LEA ou équivalent **Langues obligatoires :**

Français : minimum C1 ou équivalent pour les étudiants étrangers

Anglais : minimum de 800 TOEIC, 80 TOEFL ou équivalent

Bon niveau en LV2 : espagnol ou allemand

Admission : sur dossier (et entretien selon profil)

Candidatures : dossier en ligne : www.aei.u-pec.fr

RYTHME D'ALTERNANCE

2 jours / 3 jours

Jours à l'UPEC : jeudi et vendredi

FRAIS DE FORMATION

Tarif France Compétences (prise en charge OPCO/ Entreprise)

LIEU DE FORMATION

Université Paris Est-Créteil - AEI International School Campus
Centre, 61 avenue du Général de Gaulle - 94010 CRÉTEIL

RESPONSABLE PÉDAGOGIQUE

Jérémie ABOIRON jeremie.aboiron@u-pec.fr

CONTACTS ADMINISTRATIFS

Scolarité : Achevine-Coumar Krishnan Kutty

01 45 17 19 56 achevine-coumar.krishnan-kutty@u-pec.fr

Responsable alternance : Farida NABET

01 45 17 19 48 farida.nabet@u-pec.fr

I COMPÉTENCES VISÉES

- Maîtriser les techniques du commerce international et de la gestion à l'international – en matière de marketing, performance financière, financement et gestion de projets, etc...
- Élaborer un diagnostic export permettant de définir le potentiel stratégique d'une entreprise et ses capacités à déployer ses activités à l'export, en rapport avec les spécificités de l'Amérique du Nord
- Formuler des choix stratégiques de développement à l'international, à partir de l'analyse d'un diagnostic
- Élaborer, mettre en œuvre et gérer une politique import/export dans la zone Amérique du Nord
- Maîtriser les législations régionales de l'Amérique du Nord et les mécanismes de règlement de litiges
- Mener une réflexion globale sur l'activité de l'entreprise dans le contexte international
- Prendre des décisions dans un environnement multiculturel
- Maîtriser la connaissance client, le big data et les leviers du webmarketing, afin de concevoir et déployer une stratégie CRM pertinente pour l'entreprise
- Élaborer une analyse de l'environnement global et analyser les marchés internationaux afin de concevoir et mettre en œuvre la stratégie internationale de l'entreprise
- Maîtriser les principes du management interculturel et savoir les intégrer dans la stratégie de développement international de l'entreprise.

I DÉBOUCHÉS

- Consultant en cabinet de conseil aux entreprises
- Responsable commercial de zone export Amériques
- Responsable comptes clients export Amériques
- Responsable achats zone Amérique
- Manager stratégie d'internationalisation
- Chef de projets internationaux : internationalisation, études de marché, community management, solution digitale
- Chargé d'affaires internationales
- Fonctions de cadre en marketing international
- Direction import /export
- Direction commerciale et direction opérationnelle
- Direction d'entreprises présentes sur le marché international

PROGRAMME PEDAGOGIQUE

Master 2

UE 1 GLOBALIZATION (6 ECTS)

- Geostrategy
- Legal engineering in the digital world
- Sustainable Economies

UE 2 INTERNATIONAL TRADE DIGITALIZATION (6 ECTS)

- Web Marketing
- Big Data Analytics

UE 3 INTERNATIONAL FINANCIAL MANAGEMENT (6 ECTS)

- International Projects Financing
- International Business Development Financing
- International Projects Management

UE 4 NEW BUSINESS MANAGEMENT (6 ECTS)

- Marketing Research for Innovation
- Leadership and Intercultural Management

UE 5 SPECIALIZATION : NORTH AMERICAN BUSINESS MODELS (bilingual) (6 ECTS)

- North American Organization and Business Development
- Module in FL2 : (Spanish/German)
- New Challenges of American Entreprises

UE 6 PROFESSIONNALISATION (30 ECTS)

- Business Game
- Mémoire Professionnel ; Tutorat ; Intégration & Team building

Master Management et Commerce International (MCI)

PARCOURS **COMMERCE INTERNATIONAL**

ET LE MONDE AMÉRIQUE DU NORD (M2)

■ EXEMPLES DE POSTES EN ENTREPRISE PENDANT LA FORMATION DE M2 MCI

« **COMMERCE INTERNATIONAL ET LE MONDE AMÉRIQUE DU NORD** » EN ALTERNANCE

- Commercial Import / Export
- Business Analyst
- International Marketing & Communication Coordinator
- Assistant chargé d'affaires internationales
- Gestionnaire Import / Export
- Chargé de développement commercial / Assistant
- Assistant / Chef de projet
- Assistant Chef des ventes
- Ingénieur d'affaires
- Assistant Web marketing
- CRM
- International Brand Manager
- Assistant Project Manager
- Chargé d'étude de marché / Research Executive / Assistant
- Coordinateur commercial
- Consultant en Commerce International

■ EXEMPLES DE MISSIONS POSSIBLES PENDANT LA FORMATION DE M2 MCI

« **COMMERCE INTERNATIONAL ET LE MONDE AMÉRIQUE DU NORD** » EN ALTERNANCE

- Participer à la réalisation des études de marché (nouveaux marchés, nouveaux produits, satisfaction client, tests de produits)
- Assurer la supervision globale des études de marché, notamment le recueil et la garantie de la qualité des processus des études de marché.
- Coordonner le travail de l'ensemble des équipes (chargé d'études, responsable terrain, statisticien, chargé de traitements) qui seront mobilisées pour plusieurs projets.
- Rédigez les rapports de synthèse et participer à l'analyse des résultats issus des études.

- Participer à la démarche de création de nouveaux concepts de produits en tenant en compte des données collectées et analysées par des méthodes qualitatives et quantitatives.
- Suivre au quotidien, en utilisant les outils du CRM, la relation client afin de leur apporter un soutien opérationnel permanent et d'identifier rapidement les actions qui s'imposent de la part de l'entreprise.
- Participer à l'élaboration et la mise en place des actions marketing à l'international.
- Mettre en place des actions de marketing digital.
- Assurer la veille concurrentielle (concurrence directe et indirecte) et analyser l'environnement global de l'entreprise.
- Assurer pour les équipes achats un rôle de veille de marché permanent : détection des informations stratégiques pour l'entreprise, analyse de certains facteurs clés d'évolution du marché.
- Gérer les données issues du web (big data), les synthétiser et en tirer des actions managériales concrètes.
- Gérer une équipe dans le cadre de la gestion d'un projet : digital, de changement, étude de marché... etc.
- Mettre en place et mettre à jour en permanence la base de données fournisseurs/clients en intégrant les nouvelles données du marché.
- Participer aux négociations avec les fournisseurs et les acheteurs à l'international.
- Gérer les bons de commandes.
- Assurer la production des tableaux de bord des actions relatives à la business intelligence.
- Conclure des ventes et des contrats.
- Mettre en place un système de veille informationnelle.
- Analyser les besoins et les attentes du client local et international pour apporter des solutions techniques et financières adaptées.
- Participer aux études de faisabilité technique du projet.
- Élaborer le business model d'une nouvelle activité.
- Établir le plan d'actions marketing et commerciales.
- Réaliser les actions de recherche active d'opportunités.
- Mener des actions de fidélisation des clients.
- Gérer et développer un portefeuille clients (PME, PMI, grands comptes).
- Prospection téléphonique, physique, visites clients.