

# Offre de formation complémentaire (OFC)

Métiers du management et de la  
coopération internationale  
Licence 2 (semestres 3 et 4)



## Métiers du management et de la coopération internationale

### Descriptif des cours – Licence 2 (semestres 3 et 4)

#### Sommaire

Présentation de l'OFC.....	2
Métiers du management et de la coopération internationale .....	2
Contact .....	2
Semestre 3.....	3
Traduction et entreprise.....	3
Echanges économiques du monde hispanique - Espagnol des affaires.....	3
Coopération internationale (monde hispanique).....	3
Le made in Germany.....	4
Confrontation et coopération des organisations .....	4
Marketing et techniques du commerce international .....	4
Japonais : technique de compréhension et expression - 2 .....	4
Chinois des affaires.....	4
Russe : langue de spécialité et traduction - 3.....	4
Semestre 4.....	6
Analyse quantitative des organisations (comptabilité).....	6
Marchés et crédit .....	6
Russe : langue de spécialité et traduction - 4.....	6
Anglais : pensée économique et société .....	6
Anglais : langue des affaires .....	6
Conception et administration de projet culturel.....	7

## Présentation de l'OFC

**Le choix de la famille de métier est valable pour les 2 semestres d'une année universitaire.** Au sein d'une famille de métiers, l'étudiant devra opter pour **3 enseignements** dans la liste proposée, de 24h/semestre chacun.

Le changement de famille de métier ne sera possible qu'en licence 2e année. Le choix fait en licence 2e année sera reconduit en licence 3e année.

## Métiers du management et de la coopération internationale

Ce parcours vise à préparer les étudiants intéressés par les métiers du management, du commerce et de la coopération internationale, les principaux débouchés de la filière LEA.

Il est articulé autour de deux types de compétences principales, liées d'une part aux enseignements de sciences sociales, d'autre part aux enseignements en langue.

En sciences sociales, les étudiants apprendront entre autres les bases économiques, sociales et juridiques du fonctionnement des organisations, les concepts de base en marketing ainsi que la démarche marketing, à situer le rôle des banques et des marchés financiers, à comprendre les données issues de la comptabilité et à savoir en tirer une analyse sur la situation d'une entreprise.

En langues, ils apprendront à utiliser un lexique spécifique au marché du travail, aux collaborations et aux échanges, à communiquer avec des partenaires étrangers (clients, fournisseurs, collaborateurs...), ou encore à prendre part à des réunions et à participer à des négociations dans deux langues.

Ce parcours est particulièrement recommandé aux étudiants qui souhaitent poursuivre vers les masters « Négociateur Trilingue en Commerce International » ou « Coopération Internationale et Communication » à l'UGA, ou vers toute autre formation similaire dans d'autres établissements supérieurs.

## Contact

Véronique MOLINARI  
[veronique.molinari@univ-grenoble-alpes.fr](mailto:veronique.molinari@univ-grenoble-alpes.fr)  
04 76 82 77 75

Université Grenoble Alpes / UFR de Langues  
étrangères  
Bâtiment Stendhal, bureau G208  
1180 avenue centrale  
38400 Saint-Martin-d'Hères

## Semestre 3

### Traduction et entreprise

Langue d'enseignement : italien

Prérequis : connaissance de l'italien

Le cours se fonde essentiellement sur des textes à traduire du et vers le français relevant des domaines liés à l'entreprise. Il permet d'apprendre à rechercher et à utiliser la terminologie spécialisée et à se familiariser avec la recherche et l'utilisation des textes parallèles.

### Echanges économiques du monde hispanique - Espagnol des affaires

Langue d'enseignement / Prérequis: espagnol

12 h : Langue des affaires. Étude des principaux genres discursifs oraux et écrits utilisés dans des activités de communication sociale spécifiques du monde des affaires hispanophone

12 h : étude de l'impact de l'économie et des choix économiques dans les relations internationales au XX siècle, en Espagne et en Amérique latine. Il y aura aussi une attention particulière pour les acteurs et pour l'usage des échanges économiques et financiers comme instrument de pression diplomatique. Accent mis sur le concept d'échange. Période : 1900 à 1980/86

Economie et relations internationales : modèle de développement et relations internationales (exemple modèle exportateur en Amérique latine et relations inégales avec les puissances économiques ; choix du modèle industrialisateur et impact dans les relations internationales ; dette et relations internationales.

Acteurs : entreprises, Etat, banques, poids du secteur exportateur

Étude des principaux genres discursifs oraux et écrits utilisés dans des activités de communication sociale spécifiques du monde des affaires hispanophone.

12 h : Étude des principaux genres discursifs oraux et écrits utilisés dans des activités de communication sociale spécifiques du monde des affaires hispanophone.

### Coopération internationale (monde hispanique)

Langue d'enseignement / prérequis : espagnol

Initiation au thème espagnol de spécialité (tourisme, culture, entreprise) et approfondissement de la méthodologie de la traduction

- 12h : langue de la coopération : approfondissement de la connaissance de la langue de la coopération. Etude et production écrite de documents professionnels spécifiques à ce domaine.

- 12 h : présentation de la notion de coopération et de ses acteurs. Choix politiques, acteurs publics et privés, accent mis sur la notion de coopération qui est centrale pour les relations internationales de l'Espagne à partir de 1982 et aussi du fait du développement de la coopération Sud-Sud actuellement.

### **Le made in Germany**

Langue d'enseignement : Allemand

Description/prérequis : B1

Compréhension de l'importance de l'essor économique d'après-guerre pour la reconstruction de l'identité nationale, et que la fierté des Allemands en raison de la qualité des produits dure jusqu'à l'époque actuelle. Etude de l'impact sur la société allemande du scandale Volkswagen. Analyse de publicités et d'articles de presse consacrés au Made in Germany.

Savoir analyser des textes émanant d'entreprises allemandes et de quotidiens et magazines de référence.

### **Confrontation et coopération des organisations**

Recommandations : avoir suivi les enseignements de sciences sociales de S1 et S2. Préparation à la Licence pro « AET » et aux M NTCI et CICM

Les stratégies d'entreprise (Préparation à la licence pro « Assistant export trilingue » et aux masters NTCI et CICM). Secteurs et tailles d'entreprises, les stratégies de croissance, les stratégies : différenciation, spécialisation, diversification, internationalisation.

### **Marketing et techniques du commerce international**

Recommandations : avoir suivi les enseignements de sciences sociales de S1 et S2. Préparation à la Licence pro « AET » et aux M NTCI et CICM

Démarche marketing, principes du marketing et de la terminologie des TCI

### **Japonais : technique de compréhension et expression - 2**

Langue d'enseignement : français/japonais

Prérequis A2/B11 acquis

Pratique du japonais dans la situation professionnelle (affaires, tourisme) et initiation à la traduction japonais-français

### **Chinois des affaires**

Langue d'enseignement : français et chinois

Prérequis : chinois des affaires, niveau intermédiaire requis

Etudes syntaxiques et apprentissage des cent phrases usuelles du chinois des affaires (S1)

Contenu : la syntaxe chinoise et les phrases types les plus usuelles.

### **Russe : langue de spécialité et traduction - 3**

Langue d'enseignement : français et russe

Prérequis : connaissance du russe de niveau équivalant à LV2 ou L1 minimum

Apprentissage des procédés de la traduction et de la rédaction de la correspondance commerciale et de documents relevant des domaines du tourisme, des projets artistiques et culturels. Entraînement à la traduction de textes à destination des voyageurs : brochures, guides, commentaires, menus de restaurants, descriptions de monuments du patrimoine culturel, architectural, gastronomique, industriel etc. Examen critique des traductions existantes. Par ce biais, découverte d'éléments représentatifs du patrimoine culturel russe.

## Semestre 4

### Analyse quantitative des organisations (comptabilité)

Recommandations : avoir suivi les enseignements de sciences sociales de S1 et S2. Préparation à la Licence pro « AET » et aux M NTCI et CICM

Etude des principaux principes de la comptabilité privée, analyse de bilan, compte de résultat, soldes de gestion

### Marchés et crédit

Recommandations : avoir suivi les enseignements de sciences sociales de S1 et S2. Préparation à la Licence pro « AET » et aux M NTCI et CICM

- Principes et technique d'une étude de marché. Etudes de cas
- Financement et crise financière, financement des organisations, rôle du crédit, investissements vs spéculation

### Russe : langue de spécialité et traduction - 4

Langue d'enseignement : français et russe

Prérequis : connaissance du russe de niveau équivalant à LV2 ou L1 minimum

Apprentissage des procédés de la traduction de documents relevant des domaines du tourisme, des projets artistiques et culturels. Initiation à l'interprétation et à la traduction audio-visuelle. Par ce biais, découverte d'éléments représentatifs du patrimoine culturel, notamment cinématographique, russe.

### Anglais : pensée économique et société

Langue d'enseignement : anglais

Prérequis : test d'anglais niveau B1 requis (score égal ou supérieur à 25 au test de positionnement) ou, pour les étudiants de LEA, L1 validée

Analyse des grands courants de la pensée économique dans les pays de langue anglaise et des mutations économiques et sociales qui les reflètent à partir d'exemples concrets et de documents écrits et/ou de vidéos.

### Anglais : langue des affaires

Langue d'enseignement : Anglais

Prérequis : test d'anglais niveau B1 requis (score égal ou supérieur à 25 au test de positionnement) ou, pour les étudiants de LEA, L1 validée

Ce cours, basé essentiellement sur l'anglais oral, vise à développer des compétences de base en anglais des affaires et s'appuie sur des études de cas (marketing strategies, business and management problems, simple macro economics). Cours différent des semestres 1 et 2.

### **Conception et administration de projet culturel**

Conception puis mise en œuvre d'un projet culturel : implications conceptuelles et conditions de réalisation d'une telle démarche (obligations matérielles, sociales, économiques et juridiques, prise en compte d'un contexte socio-politique précis). Faisabilité de projets pertinents et exigeants, porteurs de sens et de valeurs au sein de la cité, dans un champ culturel, éventuellement artistique, coopté par les membres de chaque groupe de travail.