

LIVRET DES ETUDES

MASTER LANGUES ETRANGERES APPLIQUEES LANGUES, AFFAIRES, NEGOCIATION INTERCULTURELLE

Année Universitaire 2025-2026

----- *Document à lire attentivement et à conserver* -----

TABLE DES MATIERES

I. LA FACULTE DE LETTRES ET LANGUES..... 4

I.I. LA FACULTE (L'UFR).....4

I.II. L'OFFRE DE FORMATION EN SYSTÈME L-M-D5

I.III. LA LUTTE CONTRE LE PLAGIAT5

II. LES MASTERS – réglementation générale nationale 7

III. LE MASTER DE LANGUES ETRANGERES APPLIQUEES – LANGUES, AFFAIRES, NÉGOCIATION INTERCULTURELLE 13

III.I. LES OBJECTIFS DU MASTER LEA LANI.....13

III.II. LES CONDITIONS D'ETUDES EN MASTER LEA LANI14

III.II.I. L'inscription administrative et pédagogique.....14

III.II.II. Le contrôle des connaissances14

III.II.III. Le régime particulier (RSE)15

III.III. RENSEIGNEMENTS PRATIQUES15

III.III.I. L'équipe de gestion du master15

III.III.II. L'équipe p dagogique16

III.III.III. Le calendrier prévisionnel du Master LEA LANI - 2024-202517

IV. LE DEROULEMENT DES ETUDES EN MASTER LEA LANI..... 18

IV.I. LE MASTER 1.....19

IV.I.I. La maquette des enseignements du M1 S719

IV.I.II. Le descriptif des enseignements du M1 S7.....21

IV.I.III. Les modalités de contrôle de connaissances du M1 S730

IV.I.IV. La maquette du M1 S832

IV.I.V Descriptif des enseignements du M1 S8.....33

IV.I.VI. Les modalités de contrôle de connaissances du M1 S8.....40

IV.II. LE MASTER 242

IV.II.I. La maquette des enseignements du M2 S9	42
IV.II.II. Le descriptif des enseignements du M2 S9	43
IV.II.III. Les modalités de contrôle de connaissances du M2 S9.....	52
IV.II.IV. La maquette du M2 S10 = STAGE.....	54
IV.II.V. Les modalités de contrôle de connaissances du M2 S10 = STAGE.....	54
IV.III. LES STAGES	55
IV.III.I. La procédure Pstage	55
IV.III.II. L'équipe des responsables des stages à l'étranger	59
<i>LEXIQUE – ABREVIATIONS LES PLUS COURANTES A L'UNIVERSITE</i>	<i>61</i>

I. LA FACULTE DE LETTRES ET LANGUES

I.I. LA FACULTE (L'UFR)

La faculté, ou UFR (Unité de formation et de recherche) Lettres et Langues de l'université de Tours, est administrée par un conseil élu composé de 40 membres.

Elle est actuellement dirigée par une Doyenne, ou directrice, assistée d'un responsable administratif.

Elle est composée de huit départements indépendants (Allemand, Anglais, Espagnol-Portugais, Italien, Sciences du Langage, Sociolinguistique et Didactique des Langues, [Langues Etrangères Appliquées \(LEA\)](#) et Droit-Langues (DL) ainsi que d'une filière Lettres gérée par cinq autres départements (français, latin, grec, littérature comparée, arts du spectacle).

Quelques chiffres

A l'université de Tours, en 2019-2020, environ 32 000 étudiant(e)s étaient inscrits, dont **3 500**   la Faculté de Lettres et Langues, pour étudier avec l'aide de **150** enseignant(e)s-chercheur(e)s et **25** personnels de bibliothèque, ingénieur(e)s, technicien(ne)s et administratif(ve)s.

La Direction de l'UFR

Adresse : 3 rue des Tanneurs, 37000 TOURS

Directrice : **SOUBEYROUX Marie-Hélène**

Secrétaire de l'UFR : **RIEUL Céline**, Bureau 144

Responsable administratif : **MARTIN Hubert**

Le service de scolarité

Le service de scolarité gère votre dossier administratif, de l'inscription administrative à la remise du diplôme.

Responsable de la scolarité : **GAUTIER Graziella**

Bureau 138 / tél : 02 47 36 68 35 / Courriel : scolarite.lettres@univ-tours.fr

Les départements pédagogiques

Les départements sont le lieu de rattachement des enseignants et des bureaux pédagogiques.

Le bureau pédagogique LEA gère votre dossier pédagogique : vos inscriptions pédagogiques, votre emploi du temps, la saisie de vos notes, la validation de vos conventions de stage, etc.

C'est donc auprès de ce bureau que vous aurez les renseignements sur les **stages**.

Responsable de la gestion pédagogique du Master LEA LANI : HANNOUN Aurélie / aurelie.hannoun@univ-tours.fr

Chargée des stages en Master LEA LANI : DESOEUVRES Stéphanie / stephanie.desoeuvres@univ-tours.fr

Bureau 025 / tél : 02.47.36.65.71

Fax : 02 47 36 66 76

I.II. L'OFFRE DE FORMATION EN SYSTEME L-M-D

Le système L-M-D est fondé sur trois niveaux de grades universitaires, chaque grade ayant une valeur en crédits européens commune à l'ensemble de l'espace européen : Licence, Master et Doctorat (L-M-D).

Il permet aux étudiant(e)s une grande modularité favorisant l'élaboration d'un parcours individualisé.

La délivrance des diplômes donne lieu à un supplément au diplôme, c'est-à-dire une annexe descriptive qui indique la nature des connaissances et aptitudes acquises par l'étudiant(e). Le supplément au diplôme a pour objet d'identifier les enseignements suivis et de favoriser la mobilité des étudiant(e)s.

■ **La Licence** : préparée en 3 ans après le bac, elle est structur e en 6 semestres et correspond à 180 crédits européens validés.

Les diplômes de Licence sont répartis dans des **domaines** de formation et découpés en **mention**. Certaines Licences s'organisent ensuite en parcours.

■ **Le Master** : préparé en 2 ans après la Licence, il est structuré en 4 semestres et correspond à 300 crédits européens validés (180 de Licence + 120 de Master 1^{ère} et 2^{ me} années).

■ **Le Doctorat** : préparé en 3 ans après le Master, il est délivré après la soutenance d'une thèse.

I.III. LA LUTTE CONTRE LE PLAGIAT

L'Université constate un accroissement préoccupant des cas de plagiat commis par les étudiant(e)s, notamment à cause d'INTERNET.

L'attention des étudiant(e)s est appelée sur le fait que **le plagiat, qui consiste à présenter comme sien ce qui appartient à un autre, est assimilé à une fraude.**

Les auteurs de plagiat sont passibles de la Section disciplinaire et s'exposent aux sanctions prévues à l'article 40 du décret n 92-657 du 13 juillet 1992, allant de l'avertissement à l'exclusion définitive de tout établissement d'enseignement supérieur

1  L'avertissement ;

2  Le blâme ;

3  L'exclusion de l'établissement pour une durée maximum de cinq ans. Cette sanction peut être prononcée avec sursis si l'exclusion n'excède pas deux ans ;

4° L'exclusion définitive de l'établissement ;

5° L'exclusion de tout établissement public d'enseignement supérieur pour une durée maximum de cinq ans ;

6° L'exclusion définitive de tout établissement public d'enseignement supérieur

II. LES MASTERS – Dispositions générales applicables aux étudiant(e)s de Master

Les présentes règles communes s’inscrivent dans le cadre r glementaire national défini par les textes suivants :

- [Arrêté du 9 avril 1997](#) relatif au diplôme d’études universitaires générales, licence et maîtrise ;
- [Arrêté du 25 avril 2002](#) relatif au diplôme national de master ;
- [Arrêté du 4 février 2014](#) fixant la nomenclature des mentions du diplôme national de master ;
- [Décret n 2016-672 du 25 mai 2016](#) relatif au diplôme national de master ;
- [Loi n 2016-1828 du 23 décembre 2016](#) portant adaptation du deuxième cycle de l’enseignement supérieur français au système LMD ;
- [Décret du 27 janvier 2017](#) portant création de la poursuite en master ;
- Décision de la CFVU du 27 juin 2019 et CA du 08 juillet 2019 ;
- [Arrêté du 30 juillet 2018](#) modifiant l’arrêté du 22 janvier 2014 fixant le cadre national des formations conduisant à la délivrance des diplômes nationaux de licence, de licence professionnelle et de master ;
- [Arrêté du 30 juillet 2018](#) modifiant l’arrêté du 22 janvier 2014 fixant le cadre national des formations conduisant à la délivrance des diplômes nationaux de licence, de licence professionnelle et de master.
- [Circulaire n 2000-033 du 1er mars 2000](#) portant sur l’organisation des examens dans les établissements publics de l’enseignement supérieur, publiée au BO n 10 du 9 mars 2000

Conditions d’acc s¹

La loi du 27 janvier 2017 rappelle que le master est un diplôme composé de quatre semestres, il repose sur un processus de recrutement à l’entrée dans le cursus.

Conformément à la loi [no 2016-1828 du 23 décembre 2016 portant adaptation du deuxième cycle de l’enseignement supérieur français au système Licence-Master-Doctorat](#), les établissements d’enseignement supérieur peuvent désormais fixer des capacités d’accueil pour l’accès à la première année du deuxième cycle. Les mentions Droit et Psychologie ne sont pas concernées et appliquent par dérogation une sélection

¹. Commission de la formation et de la Vie Universitaire, « Modalité de contrôle des connaissances, d’évaluation et règles de passage de l’université de Tours ; Dispositions générales applicables aux étudiant(e)s de Master », Université de Tours, 23 septembre 2021, pp. 7-8.

en master 2^e année, l'accès en master 1^{ère} année reste alors de droit pour tout étudiant titulaire de la licence ou d'un diplôme équivalent conférant 180 ECTS et dans la même mention et dans le même domaine.

Les établissements autorisés par l'Etat à délivrer le diplôme national de master doivent organiser un processus de recrutement conformément aux dispositions de l'article L. 612-6.

L'admission est alors subordonnée à l'examen du dossier du candidat et éventuellement à une audition. L'examen du dossier repose sur des critères d'appréciation des résultats académiques, de l'expérience professionnelle, et du diplôme de premier cycle obtenu.

La désignation des membres composant la commission de sélection doit faire l'objet d'une décision officielle par arrêté de nomination, signée du Directeur de la composante par délégation du président de l'université, comprenant la liste exhaustive de la-dite commission.

Les membres sont issus de l'équipe pédagogique. La composition minimale est de trois membres dont au moins deux enseignants – chercheurs ou enseignants intervenants dans la-dite formation. Le responsable de la mention préside la commission finale.

La composition de la commission est publique (art. L. 613-1 du Code de l'éducation). La liste signée par le président de la commission doit faire l'objet d'une publication sur le site internet de l'université à la rubrique concernant la sélection et d'un affichage dans les locaux de la formation concernée.

Les refus d'admission sont notifiés et motivés obligatoirement. En master 1, les motifs pour lesquels l'admission est refusée sont communiqués aux candidats qui en font la demande dans le mois qui suit la notification de ce refus. En master 2^e année, les motifs sont systématiquement communiqués.

Les délais et voie de recours doivent également figurer sur le courrier de refus.

Le Président de la commission est le responsable de la mention et préside la commission finale. Il comprend obligatoirement un responsable de chaque parcours. Chaque responsable de parcours organise des comités de sélection de dossiers.

Art. 1 - Conditions d'accès d'inscription²

Les dispositions des articles D. 612-36-2 et suivants du code de l'éducation fixent les règles de candidature en master 1^{ère} année

Un-e étudiant-e de licence n'est pas autorisé-e à s'inscrire en Master 1^{ère} année s'il n'a pas obtenu les 180 crédits nécessaires à l'obtention de sa licence.

En application de l'article D. 612-36-4 du Code de l'éducation, une vérification des unités d'enseignement acquises en Master 1 est faite pour certain-es étudiant-es souhaitant s'inscrire en Master 2. Cette vérification s'applique notamment aux étudiant-es qui, dans le même établissement, souhaitent s'inscrire en deuxième

². Commission de la formation et de la Vie Universitaire, « Modalité de contrôle des connaissances, d'évaluation et règles de passage de l'université de Tours », Université de Tours, 27 juin 2024, pp. 2-5.

année d'une mention de master différente de la mention dans laquelle ils ont validé leur première année ainsi qu'aux étudiants qui changent d'établissement entre la première et la seconde année de master.

L'étudiant-e ayant obtenu 60 crédits ECTS en première année de master peut poursuivre de droit en seconde année de master dans la même mention et le cas échéant dans le même parcours.

L'inscription administrative est annuelle, conformément aux dispositions nationales.

L'inscription pédagogique est obligatoire dans les délais fixés par l'établissement et portés à la connaissance des étudiant-es. Elle a valeur d'inscription aux examens. Elle se déroule selon les modalités communiquées par chaque service de scolarité. L'étudiant.e n'ayant pas satisfait à cette obligation ne sera pas autorisé.e à passer les examens de contrôle continu et les examens terminaux.

Art. 2 - Organisation des enseignements

Le diplôme de master sanctionne un niveau correspondant à l'obtention de 120 crédits européens au-delà du grade de licence répartis sur deux années universitaires à raison de 30 crédits par semestre.

Régime spécial d'études

Un régime spécial d'études (RSE) comprenant notamment des aménagements pour le contrôle des connaissances et des compétences est fixé, par diplôme, pour certaines catégories d'étudiants.

Les dispositions relatives au RSE font l'objet d'un développement figurant en annexe³. Un tableau détaillant les modalités de contrôle de connaissances et de compétences, y compris celles relevant du régime spécial, est complété pour chaque diplôme et joint au tableau des enseignements de chaque formation.

Art. 3 - Modalités de contrôle des connaissances (art. L. 613-1 du code de l' ducation)

Les modalités de contrôle des connaissances sont arrêtées dans chaque diplôme au plus tard à la fin du premier mois de l'année universitaire et ne peuvent être modifiées en cours d'année. Elles comportent obligatoirement le nombre d'épreuves, leur nature, leur coefficient et leur durée. Elles doivent être portées à la connaissance des étudiants par voie d'affichage sur le site internet de l'université et rester accessibles jusqu'à l'issue de la seconde session.

Modifications exceptionnelles des modalités de contrôle des connaissances et des compétences

Des nouvelles modalités de contrôle des connaissances et des compétences, permettant le passage d'examens à distance, peuvent être prises en raison d'un mouvement de grève avec blocages, tant des locaux de l'université que des locaux extérieurs dans lesquels devaient se dérouler les examens, rendant impossible le respect des modalités prévues (TA de Montpellier, 18 avril 2018, n 1801653). Ce dispositif permet aux

³. Voir : *Ibidem*, pp. 6-10.

 tudiants de bénéficier des évaluations prévues dans le cadre de leur formation et nécessaires à l'obtention de leur diplôme.

Dispositions exceptionnelles

En cas de circonstances exceptionnelles appréciées, au cas par cas, par le président ou par délégation par le ou la vice-président-e CFVU le contrôle continu pourrait être remplacé par un contrôle terminal ou le contrôle terminal par un contrôle continu dont la nature sera à établir. Les modalités de contrôle des connaissances seront définies en fonction des circonstances.

Les modifications devront être faites et portées à la connaissance des étudiants concernés au moins 15 jours avant les épreuves concernées

Ces dispositions devront être validées par les conseils compétents.

Art. 4 - Compensation – Capitalisation - Report de notes – Validation

Les éléments pédagogiques (EP), affectés de crédits européens (ECTS), auxquels l'étudiant.e a obtenu la moyenne sont définitivement capitalisés, emportant l'acquisition des crédits européens correspondants.

Le principe de la capitalisation des EP affectés de crédits ECTS est la règle. En l'absence de crédits attribués à un EP, celui-ci n'est pas capitalisable sans validation de l'unité d'enseignement (UE)   laquelle il appartient.

L'UE est acquise dès lors que la moyenne des notes obtenues aux éléments pédagogiques qui la composent, affectés de leurs coefficients, est égale ou supérieure à 10/20. L'UE est alors définitivement acquise et capitalisée, sans possibilité d'y renoncer. L'acquisition de l'UE emporte l'acquisition des crédits européens correspondants.

Le semestre est validé par compensation entre les UE qui la composent (moyenne des moyennes de UE affectées de leurs coefficients, égale ou supérieure à 10/20).

Le semestre validé est capitalisé et implique l'acquisition de 30 crédits (ECTS).

Cependant, pour les semestres prévoyant un mémoire d'initiation à la recherche ou un stage d'une durée supérieure à 2 mois, la validation du semestre nécessite que l'étudiant ait obtenu à la fois :

- une note supérieure ou égale à 10/20 au stage ou au mémoire individuel ;
- une moyenne supérieure ou égale à 10/20 à l'ensemble constitué des autres unités d'enseignement pondérée par les coefficients.

Il n'y a pas de compensation entre les semestres.

Chaque filière définit pour tous les éléments pédagogiques, ce qu'elle considère comme une épreuve obligatoire. Toute absence injustifiée à une de ces épreuves entraîne la défaillance au module et au semestre correspondant. La défaillance empêche le calcul du résultat à l'épreuve, puis à l'UE ou module, au semestre et donc à l'année, soit toute validation.

La possibilité de valider des compétences hors validation du master est laissée à l'appréciation de chaque formation. Il fera l'objet d'un relevé de notes à part.

Actions NEOLAIA

Dans le cadre de l'université européenne NEOLAIA dont l'université de Tours est un des partenaires, un étudiant peut participer à une des nombreuses actions pédagogiques qui sera intégrée dans sa formation ; l'activité NEOLAIA se substitue à un élément pédagogique de deux ou trois crédits ECTS du semestre où elle a lieu et sa note remplace celle de l'EP.

Art. 5 - Organisation des sessions d'examens

Deux sessions de contrôle des connaissances sont organisées par semestre d'enseignement.

Les mémoires, rapports de stage et projet tuteur  font l'objet d'une en session unique.

Art. 6 - Bornage année universitaire des diplômes de second cycle

Il appartient à chaque établissement public d'enseignement supérieur de fixer le début des cours et la fin de l'année universitaire, à l'instar des dates d'examen et des dates de vacances.

L'année universitaire débute le 1er septembre et se termine le 31 août pour tous les diplômes à l'exception des diplômes de fin de second cycle. Pour ces derniers, l'année universitaire s'étend sur 13 mois, entre le 1er septembre de l'année N et le 30 septembre de l'année N+1.

Toutes les activités pédagogiques et administratives doivent être comprises dans ces strictes périodes de référence.

En fin de second cycle, les activités pédagogiques liées aux soutenances se terminent avant le 15 octobre de l'année N+1 d'inscription, les délibérations doivent avoir lieu au maximum 7 jours après la soutenance.

Art. 7 - Jury (art. L613-1 du code de l' ducation)

Un jury est nommé par année d'études. Sa composition est affichée sur le lieu des épreuves des examens impérativement au moins 15 jours avant le début des épreuves.

A la fin de la première session de l'année universitaire, le jury délibère souverainement à partir des résultats obtenus par les étudiants sur l'ensemble des modules tant en contrôle continu qu'en contrôle terminal. Il se prononce sur l'acquisition des modules et la validation des semestres et de l'année en appliquant les règles de compensation (cf. article 4).

Le redoublement en master n'est pas de droit, il est accordé sur décision du jury. La décision de refus est d mument motivée et notifiée à l'étudiant. En amont de la décision du jury et au plus tard quinze jours avant la réunion de celui-ci, l'étudiant peut transmettre tout élément de nature à justifier la demande de redoublement.

Art. 8 - Délivrance du diplôme

Le diplôme de master est délivré à l'issue des quatre semestres après délibération du jury, attribuant 120 crédits, sous réserve d'avoir validé l'aptitude à maîtriser au moins une langue vivante étrangère.

Le diplôme intermédiaire de maîtrise est délivré, sur demande de l'étudiant, sur la base de la moyenne des deux semestres de Master 1 re année et à condition que l'étudiant ait validé chacun des deux semestres, conférant 60 crédits ECTS.

Art. 9 - Mention

Une mention de réussite est attribuée sur chacun des quatre semestres de Master.

Une mention de réussite est attribuée à l'issue du master 1 re année sur la base de la moyenne des deux semestres de M1 si l'étudiant quitte l'université ; chaque semestre sera affecté d'un coefficient 1.

La mention de réussite à l'issue du Master 2 me année devra être calculée sur la base de la moyenne des quatre semestres de master ; chaque semestre sera affecté d'un coefficient 1.

Les seuils de mention sont les suivants :

Attribution de la mention Assez bien : moyenne générale égale ou supérieure à 12/20.

Attribution de la mention Bien : moyenne générale égale ou supérieure à 14/20.

Attribution de la mention Très bien : moyenne générale égale ou supérieure à 16/20.

Art. 10 - Publication des résultats – Communication des copies

Les notes ne doivent pas être affichées nominativement. Elles ne peuvent être communiquées qu'à l'étudiant concerné.

Les résultats doivent faire l'objet d'un affichage anonymisé, remplaçant le nom et le prénom de l'étudiant par son numéro étudiant.

Les résultats sont publiés sur l'environnement numérique de travail.

Les résultats sont définitifs et ne peuvent en aucun cas être remis en cause sauf erreur matérielle d ment constatée par le jury.

Les étudiants ont droit sur leur demande, et dans un délai raisonnable, à la communication de leurs copies d'examen et à un entretien individuel.

III. LE MASTER DE LANGUES ETRANGERES APPLIQUEES – LANGUES, AFFAIRES, NÉGOCIATION INTERCULTURELLE

III.I. LES OBJECTIFS DU MASTER LEA LANI

Le département de LEA de l'UFR Lettres et Langues propose une formation en :

Master

Mention Langues étrangères appliquées

Parcours Langues, Affaires, Négociation Interculturelle.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES : faire acquérir aux étudiant(e)s :

- des compétences linguistiques (compréhension et expression écrites et orales, traduction, langue des affaires) par la maîtrise du français et de deux autres langues ;
- des connaissances sur les civilisations, les sociétés, l'économie des différentes aires culturelles ;
- des compétences pluridisciplinaires en droit, économie, marketing, gestion, management, négociation, techniques de commerce international ;
- des capacités de conceptualisation, d'analyse et de synthèse ;
- de l'organisation, de l'autonomie, de la capacité de travail en équipe y compris en milieu interculturel.

OBJECTIFS PROFESSIONNELS - DEBOUCHES

De nombreux débouchés existent dans tous les secteurs de la négociation, en particulier interculturelle, et du commerce international qui nécessitent une bonne connaissance des langues : agro-alimentaire, industrie, services commerciaux des sociétés françaises ou étrangères travaillant à l'import/export, entreprises tertiaires (communication, marketing, logistique transports), banques (service commercial, service international).

Métiers les plus souvent exercés à l'international :

Responsable service import/export ; responsable marketing ; responsable administration des ventes ; assistant commercial ; assistant export ; attaché commercial ; acheteur ; assistant logistique ; assistant de direction.

Résultats (2024-2025)

M2 LEA (parcours LANI) : Effectifs : 10 - Taux de réussite : 100 %

III.II. LES CONDITIONS D'ETUDES EN MASTER LEA LANI

III.II.I. L'inscription administrative et pédagogique

L'inscription administrative à l'université, avec paiement des droits, se fait auprès du service de scolarité présenté précédemment (voir à 1.1. La faculté (l'UFR), *supra*). Elle permet de vous octroyer une carte d'étudiant(e), une adresse électronique @univ-tours.fr et un Espace Numérique de Travail (ENT) sur la plateforme de l'université.

Après votre inscription administrative, vous devrez vous inscrire pédagogiquement dans les cours. Cette procédure détermine votre inscription aux épreuves de contrôle des connaissances.

Tout étudiant(e) qui n'aura pas réalisé son inscription pédagogique avant le 1^{er} octobre 2026 ne sera pas autorisé(e)   se présenter aux épreuves de contrôle des connaissances quelles qu'elles soient.

L'inscription pédagogique se fait via le web sur votre ENT – Onglet SCOLARITE – ou auprès de votre gestionnaire pédagogique (voir à 1.1. La faculté (l'UFR), *supra*).

III.II.II. Le contrôle des connaissances

Vous trouverez le détail des Modalités de Contrôle des Connaissances et des Compétences (M3C), anciennement appelées Modalités de Contrôle des Connaissances (MCC), dans les tableaux présents en fin de ce document.

Vous verrez qu'en Master LANI, les évaluations se font en majorité par un **contrôle continu** tout au long des semestres 7, 8 et 9.

Cela signifie que **la présence à toutes les séances d'enseignement, que l'enseignement apparaisse comme CM ou TD dans la maquette, est obligatoire.**

Un contrôle d'assiduité des étudiant(e)s est systématiquement effectué par les enseignants.

En cas d'absence, il est courtois de prévenir l'enseignant(e), de rattraper le contenu de la séance manqu e, et de voir, le cas échéant, comment rattraper une épreuve de CC, sachant que les enseignant(e)s ne sont nullement tenus d'effectuer une épreuve de rattrapage individuel.

Par ailleurs, toute absence à une séance doit faire l'objet d'une justification. En cas de maladie, vous devez fournir un certificat médical au service de gestion pédagogique (auprès d'Aurélie Hannoun) ainsi qu'à l'enseignant dans un délai de 8 jours.

L'absence non justifiée aux cours a des conséquences graves. Elle entraîne automatiquement la mention "absence injustifiée" (ABI) sur le relevé de notes et ne permet plus la validation du semestre et de l'année.

Par ailleurs, les étudiant(e)s boursiers doivent être présents aux cours et aux examens, même en cas de réorientation, sous peine de voir leur bourse suspendue et faire l'objet d'un ordre de reversement des mois perçus.

III.II.III. Le régime particulier (RSE)

Légalement, certaines catégories d'étudiant(e)s (par exemple les salariés, en situation de handicap, chargés de famille, ...) peuvent demander à être inscrit(e)s sous le Régime Spécial d'Etudes (RSE). Le RSE comprend de bénéficiaire d'aménagements d'études (aménagement de l'emploi du temps, dispense d'assiduité en TD, aménagement d'examens dont dispense du contrôle continu). Il est dument proposé dans la maquette du Master LEA LANI.

Les étudiant(e)s qui souhaitent bénéficiaire du régime spécial d'études devront en faire la demande avant le 27 septembre 2025. Les modalités détaillées et la procédure sont consultables sur le site internet de l'Université dans la rubrique Formations/Régime Spécial d'Etudes.

En réalité cependant, l'équipe gestionnaire et pédagogique du Master LEA CI ne peut que mettre en garde sur le fait constaté que **le RSE ne favorise pas la réussite à certaines EP, voire à l'ensemble du master**, les étudiant(e)s ne bénéficiant plus de l'émulation et de l'aide réciproque trouvée tout au long des semestres 7 et 9 lors des séances de travail en petits groupes, de l'interaction avec les enseignants et de la diversité et de la multiplicité des épreuves compensatoires de CC.

CAS D'EXCLUSION :

Le RSE ne s'applique pas aux Eléments Pédagogiques (EP) prévoyant des stages obligatoires. Cependant, des modalités d'organisation ou d'all gement pourront être apportées aux étudiants en situation de handicap.

De même, les EP prévoyant des projets tuteur s en master, sont exclues du régime RSE.

III.III. RENSEIGNEMENTS PRATIQUES

Pour tout ce qui vous concerne collectivement en tant que groupes, vous serez représentés par des délégué(e)s qui joueront le rôle d'intermédiaires vers l'équipe gestionnaire et pédagogique du master. La communication directe à titre individuel restera bien évidemment possible. Ces deux délégué(e)s par groupe, un(e) titulaire et un(e) suppléant(e), seront élu(e)s par vos soins dès les toutes premières semaines de cours.

En parallèle des séances de cours, vous travaillerez souvent chaque enseignement au moyen de pages dédiées sur la plateforme universitaire C l ne, accessible par votre Environnement Numérique de Travail (ENT).

III.III.I. L'équipe de gestion du master

Direction du département de LEA – Bureau 135 : Adeline Chan

Responsabilité du Master LEA – Bureau 134 : Nathalie Anna Champroux

Responsable pédagogique des stages de master 1 : Anne Urbanowski

Responsable pédagogique des stages de master 2 : Anne Urbanowski

Gestionnaire pédagogique du Master LEA LANI - Bureau 025 : Aurélie Hannoun

Mail : aurelie.hannoun@univ-tours.fr / Tél : 02 47 36 65 71 / Fax : 02 47 36 66 76

Gestionnaire administrative des stages du Master LEA LANI - Bureau 025 : Stéphanie Desoeuvres

Mail : stephanie.desoeuvres@univ-tours.fr / Tél : 02 47 36 65 25 / Fax : 02 47 36 66 76

III.III.II. L'équipe pédagogique

MASTER 1 semestre 7

Intitulé de l'élément pédagogique	Enseignant(e)s
7-1-1 Communication écrite (Langue A)	Caroline Money
7-1-2 Communication orale (Langue A)	Iléana Sasu
7-1-3 Approches interculturelles (Langue A)	Nathalie Champroux / Anne Urbanowski
7-2-1 Communication écrite (Langue B)	All. Sylvie Toscer-Angot / Esp. Michelle Vazquez Soriano / It. Sabrina Ferrara
7-2-2 Communication orale (Langue B)	All. Sylvie Toscer-Angot / Esp. Michelle Vazquez Soriano / It. Maria Teresa Ricci
7-2-3 Approches interculturelles (Langue B)	All. Ingrid Rademacher / Esp. José Lopez Casado / It. Maria Teresa Ricci /
7-3-1 Economie internationale 1	Stéphane Lelandais
7-3-2 Economie internationale 2	Stéphane Lelandais
7-3-3 Fondamentaux du marketing	Julien Simarro
7-4-1 Communication d'entreprise	Anna Krykun
7-4-2 Environnement numérique 1	Karim Aboukinane
7-4-3 Organisation des entreprises	Pierre Vanderwalle
7-4-4 Relations internationales 1	Michel Forin
7-4-5 Métiers du commerce international, négociation	Albane de la Laurencie

MASTER 1 semestre 8

8-1-1 Langue des affaires (langue A)	Nathalie Champroux
8-1-2 Approches interculturelles (Langue A)	Nathalie Champroux / Anne Urbanowski
8-1-3 Langues des affaires (langue B)	All. Sylvie Toscer-Angot / Esp. José Lopez Casado / It. Sabrina Ferrara /
8-1-4 Approches Interculturelles (langue B)	All. Ingrid Rademacher / Esp. José Lopez Casado / It. Maria Teresa Ricci /
8-2-1 Droit 1	Michel Forin
8-2-2 Droit 2	Michel Forin
8-2-3 Analyse Financière	Pierre Bertrand
8-2-4 Marketing International / marketing du vin	Julien Simarro
8-3-1 Environnement numérique 2 : marketing digital	Julien Simarro
8-3-2 Tourisme et valorisation du patrimoine	Kilien Stengel
8-3-3 Projet professionnel	Pierre Vanderwalle
8-3-4 Techniques de recherche de stage et de rédaction du rapport	Anne Urbanowski

MASTER 2 semestre 9

9-1-1 Langue économique et commerciale (langue A)	Nathalie Champroux
9-1-2 Approches interculturelles (langue A)	Caroline Money
9-1-3 Langue économique et commerciale (langue B)	All. Jonas Kurscheidt / Esp. José Lopez Casado / It. Sabrina Ferrara /
9-1-4 Approches interculturelles (langue B)	All. Jonas Kurscheidt / Esp. José Lopez Casado / It. Sabrina Ferrara /
9-2-1 Economie 3 : gestion des ressources humaines	Stéphane Lelandais
9-2-2 Gestion financière à l'international	Pierre Bertrand
9-2-3 Négociation et stratégie commerciales	Landry Coutant
9-2-4 Financement des opérations internationales	Steeve Harrmann
9-2-5 Administration des ventes / <i>Supply chain</i>	Albane de la Laurencie
9-3-1 Commerce et marketing touristique ou œnotourisme	Pilar Galarza
9-3-2 Négociation de projets interculturels (projet tutoré)	Stéphane Lelandais/Michel Forin / José Lopez Casado / Kilien Stengel
9-3-3 Méthodologie de la recherche appliquée	Anna Krykun
9-3-4 Communication interculturelle	Julien Simaro
9-3-5 Projet professionnel	Pierre Vanderwalle
9-3-6 Recherche de stage	Anne Urbanowski

III.III.III. Le calendrier prévisionnel du Master LEA LANI - 2025-2026

Inscriptions administratives	Jusqu'au 30 septembre 2025
Début des cours du 1 ^{er} semestre Master 1	A partir du 15 septembre 2025
Master 2	A partir du 15 septembre 2025
Réunion de rentrée Master 1	13h30 – mardi 16 septembre 2025 salle TA 064
Réunion de rentrée Master 2	10h – mercredi 17 septembre 2024 salle TA 064
Dates du second semestre de M1 (semestre 8)	Du lundi 12 janvier au samedi 14 mars 2026
Semaine de l'insertion professionnelle Université de Tours	Date à définir
Semaine interculturelité LEA	Semaine du 17 au 21 novembre 2025
Pause pédagogique	Du 26 octobre au 2 novembre 2025 inclus
Examens terminaux	Du 15 au 20 décembre 2025 inclus Du 5 janvier au 10 janvier 2026 inclus
Vacances de fin d'année (fermeture des sites d'enseignements)	Du 22 décembre 2024 au 4 janvier 2025 inclus

Début des stages 2nd semestre Master 1 et Master 2	M1 : � partir du 16 mars 2026 M2 : � partir de janvier 2026
Date de remise des rapports de stage M1	mi- juin 2026 (sous format électronique)
Soutenances des rapports de stage de master 1 (par langue)	Semaines du 22 juin au 3 juillet 2026
Seconde session d'examens des EP non validées (rattrapages ou seconde chance)	Du 16 au 27 juin 2026
Date de remise des rapports de stage M2	24 août 2026 (sous format électronique)
Soutenances des rapports de stage de master 2	Vendredi 4 septembre 2026

IV. LE DEROULEMENT DES ETUDES EN MASTER LEA LANI

La formation du Master LEA LANI se déroule sur deux ans. Chaque année est divisée en deux semestres.

Les semestres 7, 8 et 9 sont consacrés à la partie académique de la formation, c'est-à-dire aux enseignements, d'un volume de 300 heures, assurés par des personnels enseignants de l'université et des intervenants extérieurs. Les compétences et connaissances acquises par ces enseignements sont évaluées lors d'épreuves de contrôle continu ou d'examens terminaux dont la forme est spécifique à chaque enseignement.

Le semestre 8 est composé de 8 semaines d'enseignements académiques à l'université et d'une période de stage obligatoire à l'étranger d'une durée minimum de deux mois.

Le semestre 10 est consacré à un stage en entreprise (en France ou à l'étranger selon le choix de l'étudiant.e) d'une durée minimum de trois mois.

Chaque stage donne lieu à un rapport de stage et à une soutenance de ce rapport.

Les cours commencent le 15 septembre 2025 en master 1 et 2. Le planning est variable d'un parcours à l'autre (anglais-allemand, anglais-espagnol, anglais-italien) et d'une semaine sur l'autre et doit être vérifié sur votre ENT (par ADE). **Les enseignements sont répartis du lundi 8h au vendredi 20h et le samedi matin.** Ils sont tous en présentiel (le distanciel n'est mis en place qu'en cas de force majeure) avec de nombreux intervenants extérieurs. **Votre présence est obligatoire, même le samedi.**

IV.I. LE MASTER 1

IV.I.I. La maquette des enseignements du M1 S7

Master Langues, Affaires, Négociation Interculturelle	Volume horaire			Coeff.	ECTS
	CM	TD	Total		
S7			194		30
M 7.1. Langue A			40	7	7
EP 7.1.1. Communication écrite	0	18	18	2	2
EP 7.1.2. Communication orale	0	12	12	2	2
EP 7.1.3. Approches interculturelles (langue A)	10	0	10	3	3
M 7.2. Langue B (allemand, espagnol, italien)			40	7	7
EP 7.2.1. Communication écrite	0	18	18	2	2
EP 7.2.2. Communication orale	0	12	12	2	2
EP 7.2.3. Approches interculturelles (langue B)	10	0	10	3	3
M 7.3. Economie et Marketing			42	7	7
EP 7.3.1. Economie internationale 1	12	0	12	2	2
EP 7.3.2. Economie internationale 2	12	0	12	2	2
EP 7.3.3. Fondamentaux du marketing	18	0	18	3	3
M 7.4. Environnement professionnel			72	9	9
EP 7.4.1. Communication d'entreprise	0	18	18	2	2
EP 7.4.2. Environnement numérique 1	0	18	18	1	1
EP 7.4.3. Organisation des entreprises	12	0	12	2	2

EP 7.4.4. Relations internationales 1	12	0	12	2	2
EP 7.4.5. Métiers du commerce international, négociation 1	12	0	12	2	2

IV.I.II. Le descriptif des enseignements du M1 S7

M 7.1. LANGUE A

EP 7.1.1. Communication  crite

Objectifs du Cours

Les objectifs de ce cours sont de permettre aux étudiants d'acquérir les outils nécessaires à la rédaction de documents en anglais (de toute nature) et ce dans une langue correcte et précise. Il vise donc, dans un premier temps, à s'assurer de la maîtrise des règles de grammaire et de syntaxe fondamentales ainsi que d'un lexique riche et varié en rapport avec différents domaines socio-économiques. Seront ensuite travaillées la structuration logique et thématique des écrits ainsi que la capacité de synthèse et de restitution.

Compétences travaillées

Correction de la langue, en particulier grammaire (temps et modaux), syntaxe, précision du lexique, organisation et construction logique

Résumé : identifier les éléments clés d'un document, les restituer et les organiser

Synthèses de documents : identifier les éléments clés de plusieurs documents, repérer comment ils se complètent, s'opposent, se nuancent. R diger une synthèse structur e dans une langue correcte et efficace.

M3C

Régime général : plusieurs travaux écrits (individuels et en groupes, en classe et à la maison) / Session 2 : une synthèse de documents sur table

RSE : une synthèse de document sur table

EP 7.1.2. Communication orale

Description

Ce module offre une opportunité concrète de perfectionner l'anglais dans des contextes professionnels. Contrairement à un cours traditionnel, ce module propose des simulations de situations du monde de l'entreprise (réunion d'affaires, de présentation de projets ou d'opportunités, débats, etc.). Les participants ( tudiants comme enseignant et/ou intervenants extérieurs) interagissent en tant que collaborateurs, favorisant ainsi l'utilisation d'un langage propre aux situations d'affaires.

L'objectif est de recrer des environnements professionnels réels où les échanges se font en adoptant un ton et un vocabulaire adaptés au monde des affaires. Ce cours permet ainsi de développer les aptitudes linguistiques dans un cadre dynamique et professionnel, en vue de leur application directe en entreprise.

M3C

Régime général : CC, écrit (50%) + oral (50%)

RSE : oral

EP 7.1.3. Approches Interculturelles (langue A)

Ce cours sera prodigué en deux temps :

5 premières séances abordant la question de l'interculturalité à partir du contexte particulier du travail en entreprise au Royaume-Uni (Nathalie Champroux)

Objectifs du Cours de Nathalie Champroux

L'objectif sera, lors de 5 séances de travail interactif, d'acquérir, à partir des exemples britanniques et français, les outils nécessaires à la compréhension des spécificités de sa propre culture et de celles des cultures d'autrui, afin de pouvoir fluidifier les relations.

Compétences travaillées

- Mobiliser une connaissance approfondie de la culture, de l'histoire et de la civilisation des pays dont on étudie la langue ;
- Analyser les enjeux socio-économiques et le fonctionnement d'une organisation en contexte plurilingue ou international ;
- Développer une conscience critique des savoirs dans un domaine et/ou à l'interface de plusieurs domaines ;
- Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation.

Activités prévues

- Recherche et sélection de ressources écrites et vidéos ;
- Analyse, traduction, synthèse de ces ressources, à l'oral et à l'écrit, en anglais et/ou en français ;
- Rédaction, et présentation à l'oral, de documents d'explication et/ou de valorisation de l'information.

M3C

Régime général : 1 note d'écrits divers produits au cours du semestre (50 %) + 1 note de participation à la dynamique de travail de l'équipe (50 %)

RSE : 1 note de dossier final (50 %) + 1 note de soutenance du dossier (50 %)

5 dernières séances abordant la question de la recherche de stage à l'étranger (Anne Urbanowski)

Objectifs du séminaire d'Anne Urbanowski

Aide et suivi dans la recherche des stages : rappel des dispositions légales relatives aux stages dans les principaux pays d'Europe et d'Amérique du Nord et des démarches à effectuer à l'université. Conseils pour la rédaction de CV et de lettres de motivation, démarches de la recherche de stage (sites internet à utiliser, comment postuler), utilisation des réseaux sociaux, préparation de l'entretien, consignes et conseils pour la rédaction du rapport de stage et l'organisation et la préparation de la soutenance.

M3C

Validation par quitus de présence

M 7.2. LANGUE B.

EP 7.2.1. Communication  crite

Allemand

Description

Le cours de communication écrite vise à familiariser les étudiants avec le monde de l'entreprise et diverses situations courantes de la vie professionnelle. L'objectif est de permettre aux étudiants d'acquérir les outils et les compétences nécessaires à la rédaction et à la synthèse de documents en allemand, appliquées notamment à un contexte commercial international.

Compétences travaillées

Maîtrise de la langue allemande à l'écrit sur le plan grammatical et acquisition d'un lexique varié relatif à différents domaines de la vie économique en lien avec le commerce international

La lecture de la presse économique allemande est vivement recommandée.

Des indications bibliographiques seront fournies au début du semestre.

M3C

Régime général : Contrôle continu :  crit (50%) / oral (50%)

RSE : Epreuve écrite le même jour que les étudiants en régime général

Espagnol

Description

Cet enseignement sera consacré au développement des compétences avancées en communication écrite en espagnol. Les étudiants apprendront   rédiger divers documents professionnels, tels que des rapports d'activités, des lettres commerciales, des propositions, des études de cas, etc., en respectant les normes et conventions du secteur. Le cours inclura une étude approfondie des différents types de documents de communication en entreprise. Les étudiants seront formés à produire des documents clairs, précis et adaptés aux besoins professionnels spécifiques. Il sera attendu des étudiants d'intégrer du lexique et des structures linguistiques de niveau C1 du CECL. La pratique sera au cœur de l'enseignement, avec des exercices basés sur des cas réels et des projets pratiques qui permettront aux étudiants de répondre aux exigences du domaine professionnel à un niveau de maîtrise avancé.

MMC

Régime général : Contrôle continu. 2 épreuves écrites.

RSE : 1 épreuve écrite le même jour que les étudiants en régime général.

Italien

Description

Cet enseignement a pour objectif de former les étudiants à la maîtrise des formes écrites de la communication en contexte de crise. Il s'inscrit dans une logique professionnalisante et s'appuie sur des études de cas réels, des simulations de crise et des travaux en groupe. L'accent est mis sur l'adaptabilité, la clarté rédactionnelle et la stratégie de réponse dans des situations complexes.

  l'issue de ce cours, les étudiants seront capables de :

- Comprendre les enjeux de la communication écrite en situation de crise.
- Concevoir des messages clairs, adaptés et stratégiques dans un contexte de tension ou d'urgence.
-  laborer des plans de communication de crise pour différents types d'organisations.
- Travailler en équipe sur des projets simulant des crises réelles ou fictives.

Ce cours permet de renforcer les compétences linguistiques, communicationnelles, stratégiques et professionnelles suivantes :

Compétences

- R diger des textes complexes, argument s, en français professionnel dans un style adapté à la situation et au support.
- Synthétiser des informations multiples et parfois contradictoires en messages clairs.
- Appliquer les techniques de rédaction en situation de tension (structuration, vocabulaire, tonalité).

MMC

Régime général : E et O Evaluation sur dossier

RSE : Dernière épreuve écrite :  valuation sur dossier à faire en classe

EP 7.2.2. Communication orale

Allemand

Description

Le cours de communication orale a pour objectif de permettre aux étudiants d'acquérir les outils et les compétences nécessaires à l'expression et à la communication orales dans des situations en lien avec le monde de l'entreprise et de la vie professionnelle.

Compétences travaillées

Maîtrise de la langue allemande à l'oral et acquisition d'un lexique propre au monde de l'entreprise et à différents domaines de la vie économique.

Ce cours proposera des simulations de situations professionnelles propres au monde de l'entreprise.

La lecture de la presse économique allemande est vivement recommandée.

Des indications bibliographiques seront fournies au début du semestre.

M3C

Régime général : Contrôle continu. Participation orale et épreuves orales

RSE : 1 épreuve orale (le même jour que les étudiants en régime général)

Espagnol

Description

Cet enseignement permet aux étudiants de maîtriser les techniques avancées de communication et d'adopter une posture professionnelle dans un contexte international. Les activités se concentreront sur la préparation approfondie d'un entretien d'embauche à partir d'offres d'emploi/stage réelles, la prise de parole en public, la présentation de projets, les négociations, ainsi que les débats et discussions professionnelles. Les étudiants seront amenés à travailler sur des cas pratiques et des simulations de situations courantes dans le domaine du commerce international, telles que des réunions d'affaires, des présentations de produits, et des interactions interculturelles. Une attention particulière sera portée à l'élargissement du vocabulaire spécifique au secteur du commerce international, ainsi qu'à la maîtrise des techniques d'argumentation et d'organisation du discours oral en espagnol.

M3C

Régime général : Contrôle continu. 1 exercice de simulation noté et deux épreuves orales.

RSE : 1 épreuve orale le même jour que les étudiants en régime général.

Italien

Description

Le cours de communication orale doit permettre aux étudiants de maîtriser les techniques de communication dans un contexte professionnel international. On travaillera notamment sur l'entretien d'embauche, la communication téléphonique, la simulation de réunions, le débat, la présentation de projets.

Les étudiants devront présenter des exposés sur des thématiques liées à l'économie et l'interculturalité.

M3C

Régime général : Contrôle continu. Exposé.

EP 7.2.3. Approches Interculturelles (langue B)
--

Allemand

Description

Ce cours ayant pour objectif de permettre aux étudiant.e.s d'acquérir des connaissances interculturelles s'articulera autour de trois parties. Il introduira d'abord les notions essentielles de l'interculturel en mettant l'accent sur la particularité et les différences sémantiques de la terminologie allemande (*Kultur, Zivilisation, Interkulturalit t*, etc.). L'enseignement sera consacré ensuite aux principales théories sociologiques ou anthropologiques de l'interculturalité (ex. Hofstede, Hall) pour finalement aborder les pratiques de communication et de management interculturels à travers des exemples concrets d'expériences interculturelles au sein d'entreprises ou de structures internationales.

Ce cours sera réparti sur deux semestres comprenant les EP 7.2.3 et 8.1.4.
Une bibliographie sera accessible sur C l ne.

M3C

Régime général : note 1 :  tablissement d'un dossier sur l'une des thématiques traitées en cours ; note 2 : exposé oral ; note 3 : participation en cours

RSE :  tablissement d'un dossier sur l'une des thématiques traitées en cours

Espagnol

Italien

Description

Le cours se propose d'aborder la question de l'interculturalité à travers la notion de globalisation ( conomique et culturelle). On discutera notamment les notions de : « interdépendance », « village global », « sociétés multiethniques », « modernité liquide ».

Les questions relatives aux relations économiques et culturelles entre la France et l'Italie seront également examinées.

Les étudiants devront élaborer un petit projet de développement ou réhabilitation ( conomique et sociale) d'une région/ville italienne dans une perspective interculturelle. Cela implique la prise en compte des problèmes linguistiques et culturels, de la « diversité », de la question de l'« identité », de l'interaction et de la communication.

M3C

Régime général : Travail écrit et exposé.

M 7.3. ECONOMIE ET MARKETING

EP 7.3.1. Economie internationale 1

Six séances de deux heures. Trois thèmes sont abordés :

- Comprendre les enjeux de la mondialisation et le cadre des échanges
- Le marché des changes et la relation entre taux de change et activité économique
- La politique monétaire européenne et le rôle international de l'euro

Une version plus détaillée du programme figure sur Celene

M3C : Epreuve écrite sur table

EP 7.3.2. Economie internationale 2

Six séances de deux heures. Quatre thèmes sont abordés :

- Les circuits de financement de l'économie et des Etats
- Les acteurs de l'économie financière mondiale
- Les crises financières
- Le processus de libéralisation de la finance et la question de la régulation

Une version plus détaillée du programme figure sur Celene

M3C : Epreuve écrite sur table

EP 7.3.3. Fondamentaux du marketing

Plan du cours

- Préambule : *se vendre c'est bien, savoir bien se vendre c'est mieux*
- Partie 1 : *Le marketing de soi et Ikigai*
- Partie 2 : *L'évolution du Marketing*
 - 1) *Du 1.0 au 5.0 et les « 5A » de Kotler*
 - 2) *Les différents types de Marketing (produit, projet...)*
- Partie 3 : *Les bases du marketing*
 - 1) *Segmentation*
 - 2) *Ciblage*
 - 3) *Positionnement*
 - 4) *Le Marketing Mix (les 4P)*
- Partie 4 : *Les outils stratégiques du marketing*
 - 1) *L'analyse SWOT*
 - 2) *La Matrice BCG*
 - 3) *Les 5 forces de Porter + 1*
 - 4) *La Matrice McKinsey*
- Partie 5 : *Branding, Logos et Symbolique des Couleurs*
- Conclusion : *Analyse de cas concrets et exercices pratiques*

M3C

10% : assiduité et présence

20% : participation active en cours, réflexion / prise de recul sur les exercices pratiques

35% : Travail de groupe avec exposé oral devant la classe

35% : Examen écrit final de type « contrôle des connaissances »

M 7.4. ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL

EP 7.4.1. Communication d'entreprise

Description

Le cours vise à présenter aux étudiants les principaux types de communication institutionnelle : la communication écrite traditionnelle, la communication graphique, audiovisuelle, socionum rique,  v nementielle et la communication de crise. Chaque sujet est abordé au cours de deux séances en combinant ainsi un cadrage informatif général avec une étude de cas ou une mise en application. Un atelier de communication audiovisuelle, associé à ce cours, permet d'affiner les connaissances acquises en travaillant sous la houlette de deux enseignants (un universitaire et un intervenant extérieur) pour produire un film institutionnel à la commande d'une société tourangelle.

M3C

Régime général : 3 devoirs individuels et 4 devoirs collectifs réalisés au cours du semestre complétés par un devoir sur table lors de la dernière séance.

RSE : un devoir sur table lors de la dernière séance.

EP 7.4.2. Environnement numérique 1

EP 7.4.3. Organisation des entreprises

EP 7.4.4. Relations internationales 1

Ce cours abordera les thèmes de la souveraineté des  tats, l'histoire des relations internationales, les traités internationaux et les institutions internationales, les relations juridiques, culturelles et économiques entre  tats.

M3C : Epreuve écrite sur table

EP 7.4.5. Négociation et métiers du commerce international

Description

L'objectif général de cet enseignement est d'apprendre aux étudiant(e)s à négocier au sein de l'entreprise. La négociation commerciale est une démarche de communication ayant pour but d'arriver à un accord commercial.

Compétences travaillées

- Passer par un processus de confrontation des intérêts, attentes, points de vue.
- Savoir se préparer, sur quels critères, prix, quantités, délais de livraison ? Quelles concessions, quelles contreparties ?
- Analyser les besoins du client, savoir argumenter.
- Savoir conclure => accord gagnant- gagnant

Activités prévues

- Passage en studio sur un thème de négociation commerciale : chaque binôme est passé au crible afin de s'améliorer.
- Délibération par la suite.
- Durée des cours : 10h en 7 séances

M3C

Régime général : note d'écrit : 20% - note d'oral finale : 80%

RSE : note finale : 100%

IV.I.III. Les modalités de contrôle de connaissances du M1 S7

Type de contrôle : CC = Contrôle Continu / ET = Examen Terminal / AC = Attribution des crédits sur suivi actif des séances

Type d'épreuve : E = Ecrit / O = Oral

Master Langues, Affaires, Interculturelle	Coeff.	ECTS	Régime général						Régime spécial d'études					
			Session 1			Session 2			Session 1			Session 2		
			Type contrôle	Type d'épreuve	Durée de l'épreuve	Type contrôle	Type d'épreuve	Durée de l'épreuve	Type contrôle	Type d'épreuve	Durée de l'épreuve	Type contrôle	Type d'épreuve	Durée de l'épreuve
S7		30												
M 7.1 Langue A	7	7												
EP 7.1.1 communication écrite	2	2	CC			ET	E	01:30	ET	E	01:30	ET	E	01:30
EP 7.1.2 communication orale	2	2	CC			ET	O	00:30	ET	O	00:30	ET	O	00:30
EP 7.1.3 approches interculturelles (langue A)	3	3	CC			ET	E	01:30	ET	E	01:30	ET	E	01:30
M 7.2 Langue B (espagnol, allemand, italien)	7	7												
EP 7.2.1 communication écrite	2	2	CC			ET	E	01:30	ET	E	01:30	ET	E	01:30
EP 7.2.2 communication orale	2	2	CC			ET	O	00:30	ET	O	00:30	ET	O	00:30
EP 7.2.3 approches interculturelles (langue B)	3	3	CC			ET	E	01:30	ET	E	01:30	ET	E	01:30
M 7.3 Economie et Marketing	7	7												
EP 7.3.1 économie internationale 1	2	2	ET	E	02:00	ET	E	02:00	ET	E	02:00	ET	E	02:00
EP 7.3.2 économie internationale 2	2	2	ET	E	02:00	ET	E	02:00	ET	E	02:00	ET	E	02:00
EP 7.3.3 fondamentaux du marketing	3	3	CC			ET	E	01:30	ET	E	01:30	ET	E	01:30

M 7.4 Environnement professionnel	9	9												
EP 7.4.1 communication d'entreprise	2	2	CC			ET	E	01:30	ET	E	01:30	ET	E	01:30
EP 7.4.2 environnement numérique 1	1	1	CC			ET	E	01:30	ET	E	01:30	ET	E	01:30
EP 7.4.3 organisation des entreprises	2	2	CC			ET	E	01:00	ET	E	01:00	ET	E	01:00
EP 7.4.4 relations internationales 1	2	2	ET	E	01:30	ET	E	01:30	ET	E	01:30	ET	E	01:30
EP 7.4.5 métiers du commerce international, négociation 1	2	2	Valid	ation	sur do	ssier	Valid	ation	sur do	ssier	Valid	ation	sur do	ssier

IV.I.IV. La maquette du M1 S8

Master Langues, Affaires, Négociation Interculturelle	Volume horaire			Coeff.	ECTS
	CM	TD	Total		
S8			160		30
M 8.1. Langues			54	6	6
EP 8.1.1. langue des affaires (langue A)	0	18	18	2	2
EP 8.1.2. approches interculturelles (langue A)	9	0	9	1	1
EP 8.1.3. langue des affaires (langue B)	0	18	18	2	2
EP 8.1.4. approches interculturelles (langue B)	9	0	9	1	1
M 8.2. Droit, fiscalité, marketing			61	6	6
EP 8.2.1. droit 1	10	0	10	2	2
EP 8.2.2. droit 2 : commerce international	24	0	24	2	2
EP 8.2.3. analyse financière	9	0	9	1	1
EP 8.2.4. marketing	18	0	18	1	1
M 8.3. Environnement professionnel			45	6	6
EP 8.3.1. environnement numérique 2: marketing digital	0	13,5	13,5	1	1
EP 8.3.2. tourisme et valorisation du patrimoine	13,5	0	13,5	2	2
EP 8.3.3. projet professionnel	0	9	9	1	1
EP 8.3.4. techniques de recherche de stage et de rédaction du rapport	0	9	9	2	2
M 8.4. Stage en entreprise à l'étranger	0	0	0	12	12
EP 8.4.1. Stage en entreprise à l'étranger	0	0	0	12	12

IV.I.V Descriptif des enseignements du M1 S8

M 8.1. LANGUES

EP 8.1.1. Langue des affaires (langue A)

Objectifs du Cours

L'objectif général de cet enseignement est la progression des étudiants dans leur maîtrise de l'anglais des affaires.

Compétences visées

- Maîtriser, à un haut niveau, l'anglais des affaires nécessaire à la communication écrite et orale dans un contexte de travail en entreprise multiculturelle
- Analyser les enjeux socio-économiques et le fonctionnement d'une organisation, afin de pouvoir, dans un second temps (en M2) contribuer à son développement à l'international
- Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation

Thème abordé : Le produit

- Le produit, ses caractéristiques, sa cible, son emballage, sa distribution
- L'entreprise
- Le financement
- La production
- La logistique
- Le marketing

Activités prévues

- Recherche et sélection de ressources écrites et vidéos
- Analyse, traduction, synthèse de ces ressources, à l'oral et à l'écrit, en anglais et/ou en français
- Rédaction et présentation à l'oral de documents d'explication et/ou de valorisation de l'information
- Production écrite, par groupe de 2 ou 3, d'un dossier sur un produit et son entreprise productrice

MMC

Régime général : 1 note d'écrits divers produits au cours du semestre (40 %) + 1 note de dossier final (40 %) + 1 note de participation à la dynamique de travail de l'équipe (20 %)

RSE : 1 note de dossier final (50 %) + 1 note de soutenance du dossier (50 %)

EP 8.1.2. approches interculturelles (langue A)

Ce cours s'intéressera à l'interculturalité à travers les échanges commerciaux de deux grands pays anglophones, le RU et les EU.

Il sera prodigué en deux temps :

Une moitié des séances abordant la question des accords commerciaux passés et présents du Royaume-Uni
(Nathalie Champroux)

Une moitié des séances abordant la question des accords commerciaux passés et présents des États-Unis
(Anne Urbanowski)

Objectifs

Permettre aux étudiant(e)s d'acquérir :

- les notions clés relatives aux accords commerciaux (droits de douane, accord bilatéraux ou groupés, rappel historique entre libre échange et protectionnisme...) ;
- les notions clés relatives aux documents comptables d'un pays (balance commerciales, des paiements, des transactions courantes, des invisibles)
- les points clés des (dés)accords commerciaux entre leurs principaux partenaires et 1) le RU depuis le Brexit / 2) les États-Unis depuis l'élection du Président Donald Trump ;

M3C

Régime général : deux épreuves écrites en dernière séance : des questions sur le cours relatif au cas britannique (50 %) + des questions sur le cours relatif au cas états-unien (50 %)

RSE : note finale : 100%

EP 8.1.3. langue des affaires (langue B)

Allemand

Description

L'objectif de ce cours est de familiariser les étudiants avec l'allemand des affaires (allemand commercial, financier, de négociation, de vente...).

Le cours portera sur des notions et des éléments lexicaux indispensables à la compréhension des activités économiques et commerciales en langue allemande (négociations, échanges commerciaux, commercialisation, importation et exportation de produits...). Il s'appuiera sur l'actualité du monde des entreprises et des affaires et plus largement sur l'actualité économique et commerciale.

Compétences travaillées

Maîtrise de la langue allemande à l'écrit et à l'oral et acquisition d'un vocabulaire propre à l'allemand des affaires.

Ce cours s'appuiera sur des simulations de situations professionnelles (ex: déjeuner d'affaires, négociations, réclamations, conclusion et signature d'un contrat, arbitrage en cas de litige...).

La lecture de la presse économique allemande est vivement recommandée.

Des indications bibliographiques seront fournies au début du semestre.

M3C

Régime Général : Contrôle continu : oral + écrit

RSE : 1 épreuve écrite (le même jour que les étudiants en régime général)

Espagnol

Italien

Description

Ce cours vise à développer les compétences linguistiques et professionnelles des étudiants dans la langue de spécialité, à travers des situations concrètes du monde des affaires (communication écrite, orale, interactions professionnelles). Il permet aux étudiants de se familiariser avec les pratiques commerciales internationales tout en consolidant leur expression dans un contexte professionnel.

Objectifs pédagogiques

- Acquérir et mobiliser le lexique spécifique à la langue des affaires.
- Comprendre et utiliser les formes de communication professionnelle dans des contextes variés (email, réunion, présentation, négociation, etc.).
- Développer des compétences de rédaction, d'interaction et de présentation dans un contexte économique, commercial ou institutionnel.
- Sensibiliser aux différences interculturelles dans les pratiques commerciales.

Compétences visées

Linguistiques

- Lire, comprendre et produire des documents économiques et commerciaux.
- Comprendre des documents authentiques (emails, publicités, vidéos d'entreprise).

Professionnelles

- Mener une conversation professionnelle (téléphonique ou en présentiel).
- Présenter un produit, une entreprise ou un projet à l'oral.

Transversales

- Travailler en équipe, gérer un mini-projet professionnel.
- S'exprimer de façon claire et structur e dans une langue étrangère.

M3C

Régime Général : Contrôle continu avec des exercices lors des séances de cours et devoir sur table final la dernière séance

RSE : Devoir sur table final la dernière séance

EP 8.1.4. approches interculturelles (langue B)

Allemand

Ce cours sera réparti sur deux semestres comprenant les EP 7.2.3 et 8.1.4.

Voir le descriptif de l'EP 7.2.3.

M3C

Régime général : note 1 : établissement d'un dossier sur l'une des thématiques traitées en cours ; note 2 : exposé oral ; note 3 : participation en cours

RSE : établissement d'un dossier sur l'une des thématiques traitées en cours

Espagnol

Italien

Description

Le cours se propose d'aborder la question de l'interculturalité à travers la notion de globalisation (économique et culturelle). On discutera notamment les notions de : « interdépendance », « village global », « sociétés multiethniques », « modernité liquide ».

Les questions relatives aux relations économiques et culturelles entre la France et l'Italie seront également examinées.

Les étudiants devront élaborer un petit projet de développement ou réhabilitation (économique et sociale) d'une région/ville italienne dans une perspective interculturelle. Cela implique la prise en compte des problèmes linguistiques et culturels, de la « diversité », de la question de l'« identité », de l'interaction et de la communication.

M3C

Régime général : Travail écrit et exposé.

M 8.2. Droit, fiscalité, marketing

EP 8.2.1. droit 1

EP 8.2.2. droit 2 : commerce international

Ce cours abordera les thèmes deS sources, procédures, institutions, convention de Vienne, contrats de vente de marchandise, contrats de transport et contrats spéciaux.

EP 8.2.3. analyse financière

Objectifs

Permettre aux étudiant(e)s de disposer des bases de gestion pour analyser et comprendre les tableaux de bord et les  tats financiers.

- Notions de prix de vente, de remises, de prix de revient et de calcul de marge.
- Initiation élémentaire au système comptable et incidences pratiques pour suivre un encours client.
- Analyse financière de base des  tats financiers de l'entreprise, bilan et compte de résultat.

M3C

Régime général : Contrôle continu portant sur des exercices réguliers

RSE :

EP 8.2.4. marketing

Plan du cours

- **Partie 1 : Introduction au marketing numérique**
 - 1) *SEO (Search Engine Optimization)*
 - 2) *SEA (Search Engine Advertising)*
 - 3) *Marketing de contenu*
- **Partie 2 : Les médias sociaux et l'influence marketing**
 - 1) *Stratégies sur les plateformes sociales*
 - 2) *Marketing d'influence*
 - 3) *Publicité sociale payante*
- **Partie 3 : Automatisation et IA dans le marketing**
 - 1) *Automatisation*
 - 2) *IA et personnalisation*

M3C

10% : assiduité et présence

20% : participation active en cours, réflexion / prise de recul sur les exercices pratiques

35% : Travail de groupe avec exposé oral devant la classe

35% : Examen écrit final de type « contrôle des connaissances »

EP 8.3.1. environnement numérique 2: marketing digital

EP 8.3.2. tourisme et valorisation du patrimoine

Description

De nombreux outils de valorisation des patrimoines agricoles, alimentaires et viticoles régionaux existent, basés ou non sur un référentiel lexical, et des livres multiples consignent ce que la société française souhaite transmettre du patrimoine touristique gastronomique et o nologique. Les acteurs touristiques et o notouristiques regroupent l'ensemble des activités qui répondent aux besoins et aux plaisirs des consommateurs, comme à l'économie des territoires. Ces activités correspondent à un très large éventail de prescripteurs et d'entreprises : traditionnelles, à caractère social, de collectivité, de production artisanale, voire industrielles. Ces activités ont cependant de nombreux points communs : leur finalité humaine, un discours subjectif, et la valorisation d'un patrimoine immatériel.

Pourtant, la question aujourd'hui pourrait être : comment valorise-t-on ces produits patrimoniaux ? Compte-tenu de la mondialisation, des politiques économiques, d'actions régionales, du *French paradox* et des politiques éducatives, quel avenir offre-t-on à ce capital culturel ? On sait que des vocabulaires techniques, destinés aux argumentations commerciales, peuvent désigner les produits. On sait que des villes ou des régions cherchent à communiquer une identité par la lecture sémiologique de leurs spécialités régionales. Mais comment diffuser les approches variées du patrimoine gastronomique et o notouristique auprès de consommateurs jeunes et adultes aux bagages culturels variés ? Autant de questions qui signalent un rapport étroit entre la volonté de conserver et celle de transmettre qui passe par l'usage de la pluriculturalit  des discours.

Ce module proposera aux étudiants d'organiser un cycle de tables rondes culturelles avec des acteurs professionnels et institutionnels : préparation, recherche d'intervenants, promotion, logistique, communication amont-aval.

M3C : 100% contrôle continu (assiduité, présentation d'un travail écrit et évaluation de l'organisation d'une table ronde...)

EP 8.3.3. projet professionnel

EP 8.3.4. techniques de recherche de stage et de rédaction du rapport

Aide et suivi dans la recherche des stages : rappel des dispositions légales relatives aux stages dans les principaux pays d'Europe et d'Amérique du Nord et des démarches à effectuer à l'université. Conseils pour la rédaction de CV et de lettres de motivation, démarches de la recherche de stage (sites internet à utiliser, comment postuler), utilisation des réseaux sociaux, préparation de l'entretien, consignes et conseils pour la rédaction du rapport de stage et l'organisation et la préparation de la soutenance.

M3C : validation par quitus de présence

IV.I.VI. Les modalités de contrôle de connaissances du M1 S8

Type de contrôle : CC = Contrôle Continu / ET = Examen Terminal

Type d'épreuve : E = Ecrit / O = Oral

Master Langues, Affaires, Négociation Interculturelle	Coeff.	ECTS	Régime général						Régime spécial d'études					
			Session 1			Session 2			Session 1			Session 2		
			Type contrôle	Type d'épreuve	Durée de l'épreuve	Type contrôle	Type d'épreuve	Durée de l'épreuve	Type contrôle	Type d'épreuve	Durée de l'épreuve	Type contrôle	Type d'épreuve	Durée de l'épreuve
S8		30												
M8.1 Langues	6	6												
EP 8.1.1 langue des affaires (langue A)	2	2	CC			ET	E & O	01:15	ET	E & O	01:15	ET	E & O	01:15
EP 8.1.2 approches interculturelles (langue A)	1	1	CC			ET	E	01:00	ET	E	01:00	ET	E	01:00
EP 8.1.3 langue des affaires (langue B)	2	2	CC			ET	E	01:30	ET	E	01:30	ET	E	01:30
EP 8.1.4 approches interculturelles (langue B)	1	1	CC			ET	E	01:00	ET	E	01:00	ET	E	01:00
M 8.2 Droit, fiscalité, marketing	6	6												
EP 8.2.1 droit 1	2	2	ET	E	01:00	ET	E	01:00	ET	E	01:00	ET	E	01:00
EP 8.2.2 droit 2 : commerce international	2	2	ET	E	01:30	ET	E	01:30	ET	E	01:30	ET	E	01:30
EP 8.2.3 analyse financière	1	1	CC			ET	E	01:00	ET	E	01:00	ET	E	01:00
EP 8.2.4 marketing	1	1	CC			ET	E	01:30	ET	E	01:30	ET	E	01:30

M 8.3														
Environnement professionnel	6	6												
EP 8.3.1 environnement numérique : marketing digital	1	1	CC			ET	E	01:00	ET	E	01:00	ET	E	01:00
EP 8.3.2. tourisme et valorisation du patrimoine	2	2	ET	E	01:00	ET	E	01:00	ET	E	01:00	ET	E	01:00
EP 8.3.3. projet professionnel	1	1	CC			ET	O	00:30	ET	O	00:30	ET	O	00:30
EP 8.3.4 techniques de recherche de stage et de rédaction du rapport	2	2		Val		Val	O	00:30	Val	O	00:30	Val	O	00:30
M 8.4 Stage en entreprise à l'étranger	12	12												
EP 8.4.1 Stage en entreprise à l'étranger	12	12	ET	E & O	Rapport + Sout.				ET	E & O	Rapport + Sout.			

IV.II. LE MASTER 2

IV.II.I. La maquette des enseignements du M2 S9

Master Langues, Affaires, Négociation Interculturelle	Volume horaire			Coeff.	ECTS
	CM	TD	Total		
S9			264		30
M 9.1. Langues			72	10	10
EP 9.1.1. Langue économique et commerciale (langue A)	0	24	24	3	3
EP 9.1.2. Approches interculturelles (langue A)	0	12	12	2	2
EP 9.1.3. Langue économique et commerciale (langue B)	0	24	24	3	3
EP 9.1.4. Approches interculturelles (langue B)	12	0	12	2	2
M 9.2. Affaires et commerce international			108	10	10
EP 9.2.1. Economie 3 : gestion des ressources humaines	24	0	24	2	2
EP 9.2.2. Gestion financière à l'international	18	0	18	2	2
EP 9.2.3. Négociation et stratégie commerciales	18	0	18	2	2
EP 9.2.4. Financement des opérations internationales	24	0	24	2	2
EP 9.2.5. Administration des ventes/ <i>supply chain</i>	24	0	24	2	2
M 9.3. Environnement professionnel, interculturalité, tourisme			84	10	10
EP 9.3.1. Commerce et marketing touristique	18	0	18	2	2
EP 9.3.2. Négociation de projets interculturels (projet tutoré)	0	30	30	2	2
EP 9.3.3. Méthodologie de la recherche appliquée	6	0	6	1	1
EP 9.3.4. Communication interculturelle	0	12	12	2	2
EP 9.3.5. Projet professionnel	0	12	12	2	2
EP 9.3.6. Recherche de stage	0	6	6	1	1

IV.II.II. Le descriptif des enseignements du M2 S9

M 9.1. Langues

EP 9.1.1. Langue économique et commerciale (langue A)

Objectifs du Cours

L'objectif général de cet enseignement est la progression des étudiants dans leur maîtrise de l'anglais économique et commercial, ainsi que dans leur familiarisation avec la culture d'un pays anglophone.

Compétences travaillées :

- Maîtriser, à un très haut niveau, l'anglais économique et commercial nécessaire à la communication écrite et orale dans un contexte d'échanges internationaux
- Bénéficier d'une connaissance approfondie de la culture, de l'histoire et de la civilisation d'un pays anglophone, afin de manager des projets commerciaux internationaux dans ce pays
- Analyser les enjeux socio-économiques et le fonctionnement d'une organisation française, afin de contribuer à son développement à l'international
- Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation

Thème abordé : L'internationalisation

- Les facteurs et les modes d'internationalisation
- Le choix du pays cible
- L'adaptation du marketing au pays cible
- La logistique et le financement de l'activité d'internationalisation

Activités prévues :

- Recherche et sélection de ressources écrites et vidéos
- Analyse, traduction, synthèse de ces ressources, à l'oral et à l'écrit, en anglais et/ou en français
- Rédaction et présentation à l'oral de documents d'explication et/ou de valorisation de l'information
- Production écrite et présentation orale d'un dossier d'internationalisation d'une activité d'une entreprise française

MMC

Régime général : 1 note d'écrits divers produits au cours du semestre (40 %) + 1 note de dossier final (40 %) + 1 note de participation à la dynamique du groupe (20 %)

RSE : 1 note de dossier final (50 %) + 1 note de soutenance du dossier (50 %)

EP 9.1.2. Approches interculturelles (langue A)

Objectifs du Cours

Compétences travaillées :

-
-

Activités prévues :

-
-
-

MMC

Régime général :

RSE :

EP 9.1.3. Langue économique et commerciale (langue B)

Allemand

Espagnol :

Langues des affaires et des contrats. Mise en place de glossaires techniques par produit. Négociation.

Programme :

- 1.- Le produit : la fiche technique et l'argumentaire de vente.
- 2.- Le marché : l'étude de marché.
- 3.- Le plan d'action : planifier le plan d'action.
- 4.- Négociation : négociation internationale.

Compétences :

- a.- être capable de traduire des documents commerciaux en espagnol et en français par écrit ou simultanément.
- b.- être capable de préparer une fiche produit.
- c.- être capable de préparer une étude de marché, de préparer et de lire des graphiques.
- d.- être capable de négocier la vente et l'achat d'un produit en espagnol.

M3C

Régime général : En groupe de deux (ou individuellement), les étudiants devront : Note 1.- Présenter un produit lors d'une foire sectorielle à un groupe d'acheteurs potentiels : présentation par groupes (9-12' plus questions). Note 2.- Réaliser un rapport présentant le produit que vous avez choisi et le marché d'exportation où vous souhaitez l'exporter. Note 3.- Simulation de négociation. Présentation orale.

RSE :

Italien :

Description

Ce cours vise à renforcer les compétences linguistiques et professionnelles des étudiants dans le domaine du **commerce international et du marketing en langue italienne**.   travers des mises en situation concrètes et un projet fil , les étudiants apprennent à :

- Mobiliser un vocabulaire spécialisé pour décrire des produits, analyser des marchés et construire des supports commerciaux.
- Concevoir un projet de marketing international simulé, en groupe, dans une démarche professionnelle.

Objectifs pédagogiques

Maîtriser le vocabulaire spécialisé lié à l'économie, au commerce et au marketing en italien.

1. Comprendre et produire des documents professionnels (emails, présentations, pitches, études de marché, dossiers produits).
2.  laborer un projet de marketing international pour l'entrée d'un produit français sur le marché italien ou inversement.
3. S'exprimer à l'oral avec aisance dans des situations professionnelles simulées (réunions, négociations, présentations)

Compétences visées

Linguistiques et professionnelles :

- Maîtriser les expressions idiomatiques et techniques du commerce italien
- Lire et analyser des textes économiques (articles, études de marché, sites B2B)
- R diger des supports marketing : fiches produit, pitches, e-mails commerciaux

Interculturelles :

- Comprendre les pratiques commerciales italiennes (négociation, marketing, relation client)
- Identifier les différences entre les stratégies françaises et italiennes

Projet :

- Concevoir un plan d'entrée sur le marché italien (ou français)
- Utiliser les outils de veille et d'analyse marketing

M3C

Régime général :

RSE :

Allemand

EP 9.1.4. Approches interculturelles (langue B)
--

Allemand

Espagnol

Italien

Objectifs pédagogiques

Ce cours a pour but de :

- Sensibiliser les étudiants aux enjeux de l'interculturalité dans les échanges professionnels internationaux.
- Apporter des outils théoriques et pratiques pour comprendre, analyser et gérer les situations interculturelles en entreprise.
- Développer des compétences en communication interculturelle adaptées au commerce international.
- Préparer les étudiants à s'intégrer dans des environnements multiculturels, que ce soit en négociation, en management ou en communication interne et externe.

Compétences visées

Compétences interculturelles

- Analyser les différences culturelles à partir de cadres théoriques (Hofstede, Hall, Trompenaars...)
- Adapter sa posture et ses messages à des contextes culturels variés
- Identifier les sources potentielles de malentendus culturels

Compétences professionnelles et commerciales

- Communiquer efficacement dans un contexte multiculturel
- Gérer des négociations internationales avec intelligence culturelle
- Adapter les pratiques managériales et commerciales aux contextes locaux

M3C

Régime général : Evaluation sur les exercices en faire en classe et sur devoir sur table à la dernière séance.

RSE : Devoir sur table à la dernière séance

M 9.2. Affaires et commerce international

EP 9.2.1. Economie 3 : gestion des ressources humaines

Principaux thèmes abordés :

- L'anticipation dans la gestion des ressources humaines
- La gestion sociale dans l'entreprise
- La dynamique des organisations (routines, changements et équilibre organisationnel)
- Culture et pratiques managériales

Une version plus détaillée du programme figure sur Celene

M3C

Régime général : Un exposé + une évaluation écrite en fin de semestre

RSE :

EP 9.2.2. Gestion financière à l'international

Description

En décider de se développer pour prendre une dimension internationale, l'entreprise va générer des incertitudes nouvelles et des risques qui vont nécessiter d'adapter sa gestion financière. La gestion financière internationale va consister à s'adapter pour minimiser les risques nés de cette internationalisation en levant les incertitudes et en sécurisant les opérations financières.

A travers des cas pratiques, nous allons illustrer comment l'introduction d'une dimension internationale impacte tous les champs de la gestion financière :

La comptabilité et notamment la comptabilité tiers (clients et fournisseurs) impactée par le règlement des opérations d'import-export et la gestion des risques de contrepartie.

La gestion de la trésorerie avec l'introduction de la gestion des devises.

Le contrôle de gestion impact  par le calcul de la rentabilité de ces opérations et notamment par une structure de prix de revient qui se complexifie.

La gestion des investissements et des financements qui doit intégrer des outils spécifiques de financement.

M3C : Contrôle continu

EP 9.2.3. Négociation et stratégie commerciales

Description

Dans un premier temps, le cours proposera un cadre de préparation, analyse et mise en œuvre d'une relation commerciale, rapidement applicable en situation professionnelle.

Dans un second temps, des mises en situation et/ou études de cas de négociations seront proposées, selon l'approche dite « raisonnée » décrite par Roger Fisher et William Ury.

La définition d'une approche commerciale tout comme l'art de la négociation ont en commun de mobiliser des compétences d'écoute active ainsi qu'une forte capacité de relations interpersonnelles.

M3C

Régime général : Contrôle continu, avec une épreuve écrite et une épreuve orale

RSE :

EP 9.2.4. Financement des opérations internationales

Description

Ce cours abordera les thèmes des généralités bancaires (fonctionnement, réglementation, enjeux...), rôle et outils des banques centrales, opérations bancaires spécialisées à l'international (crédits documentaires, marché des changes, garanties internationales...)

M3C

Régime général : examen terminal

RSE : examen terminal

EP 9.2.5. Administration des ventes/supply chain

Administration des Ventes

Description

L'objectif général de cet enseignement est de mieux cerner le fonctionnement de l'entreprise et plus précisément de découvrir les stratégies du métier d'Administration des Ventes. Comprendre quelle est sa place au sein de l'entreprise, quelles sont ses interactions en interne comme en externe, et de mieux saisir ses tâches et missions qui lui sont confiées.

7 chapitres sont abordés et détaillés et se déroulent sur 5 séances de 2h.

Compétences travaillées

- Apporter une connaissance plus approfondie de l'entreprise et de la culture d'entreprise par le biais du métier d'Administration de Ventes.
- Identifier les missions quotidiennes d'un administrateur en poste et l'importance de l'interface client.
- Approfondir l'anglais professionnel en tenant compte de la question de l'interculturalité.
- Réalisation d'exercices sur les passages de commandes, sur les incoterms, la facturation, la TVA, la logistique et le transport à l'international.

M3C

Régime général : Note d'écrit : 20% - Note d'oral finale : 80%

RSE : note finale oral 100%

Supply Chain

M 9.3. Environnement professionnel, interculturalité, tourisme

EP 9.3.1. Commerce et marketing touristique

EP 9.3.2. Négociation de projets interculturels (projet tutoré)

Description

Les principaux objectifs du projet tutoré sont :

- Développer l'autonomie de l'étudiant
- Acquérir des méthodes de gestion du travail (planification, régularité de l'effort, travail d'équipe).
- Mettre en pratique les concepts appris au cours des enseignements
- Rechercher de la documentation
- Encourager l'ouverture d'esprit

Le travail doit s'effectuer en collaboration avec un employeur, une association ou l'Université.

M3C

Ecrit à rendre sous forme d'un rapport d'une dizaine de pages + Soutenance par groupe de projet (Il s'agit de restituer le travail effectué sous la forme d'un oral en groupe comprenant tous les étudiants ayant réalisé le projet).

EP 9.3.3. Méthodologie de la recherche appliquée

Description

Le cours entend initier les étudiants à la méthodologie de la recherche appliquée afin de leur permettre d'exploiter les données de leur environnement de travail dans le but de produire des études de terrain dans le cadre universitaire (mémoires de fin d'études) aussi bien que professionnel (rapports et révisions d'expert, analyses appliquées et modélisations du comportement, etc.). Il se concentre sur les différentes façons d'exploitation intensive d'informations traitées quotidiennement au lieu de travail : observation analytique, entretien, portrait socioprofessionnel, sondage, analyse de contenu et analyse de discours, approche statistique et économétrique des données, veille informationnelle.

M3C

Régime général : un dossier comprenant 5 exercices d'application.

RSE : un dossier comprenant 5 exercices d'application.

EP 9.3.4. Communication interculturelle

Plan du cours

- Introduction et Fondamentaux de la Communication Interculturelle
- Partie 1 : *Communication Non-Verbale et Contextes Culturels*
- Partie 2 : *Styles de Communication et Adaptation Interculturelle*
- Partie 3 : Cognition Culturelle : *Biais cognitifs, Perception, Stéréotypes et Préjugés*
- Partie 4 : *Intelligence Culturelle (CQ) et Gestion des Conflits*
- Partie 5 : Mise en œuvre : *Négociations Internationales et Management Interculturel*
- Conclusion et Clôture

M3C

- **10%** : assiduité et présence
- **20%** : participation active en cours, réflexion / prise de recul sur les exercices pratiques
- **35%** : Travail de groupe avec exposé oral devant la classe
- **35%** : Examen écrit final de type « contrôle des connaissances »

EP 9.3.5. Projet professionnel

Description

L'approche proposée consiste à aborder les enjeux interpersonnels en milieu professionnel, sous plusieurs dimensions :

- prendre du recul son profil et le mettre en perspective avec différents types de postes
- apprendre à cerner le profil de ses interlocuteurs, qu'ils soient internes à l'entreprise, clients ou fournisseurs
- appréhender les complémentarités, risques ou oppositions entre les différents profils.

Au terme du cours, les étudiants sont en mesure :

- de cerner leurs points forts et faibles en amont de leur entrée sur le marché du travail.
- d'identifier les opportunités et menaces relationnelles dans un contexte professionnel

EP 9.3.6. Recherche de stage

Description

Aide et suivi dans la recherche des stages : rappel des dispositions légales relatives aux stages dans les principaux pays d'Europe et d'Amérique du Nord et des démarches à effectuer à l'université. Conseils pour la rédaction de CV et de lettres de motivation, démarches de la recherche de stage (sites internet à utiliser, comment postuler), utilisation des réseaux sociaux, préparation de l'entretien, consignes et conseils pour la rédaction du rapport de stage et l'organisation et la préparation de la soutenance.

M3C

Validation par quitus de présence

IV.II.III. Les modalités de contrôle de connaissances du M2 S9

Type de contrôle : CC = Contrôle Continu / ET = Examen Terminal

Type d'épreuve : E = Ecrit / O = Oral

Master Langues, Affaires, Négociation Interculturelle	Coeff.	ECTS	Régime général						Régime spécial d'études					
			Session 1			Session 2			Session 1			Session 2		
			Type contrôle	Type d'épreuve	Durée de l'épreuve	Type contrôle	Type d'épreuve	Durée de l'épreuve	Type contrôle	Type d'épreuve	Durée de l'épreuve	Type contrôle	Type d'épreuve	Durée de l'épreuve
S9		30												
M 9.1 Langues	10	10												
EP 9.1.1 langue économique et commerciale (langue A)	3	3	CC			ET	E & O	01:15	ET	E & O	01:15	ET	E & O	01:15
EP 9.1.2 approches interculturelles (langue A)	2	2	CC			ET	E	01:00	ET	E	01:00	ET	E	01:00
EP 9.1.3 langue économique et commerciale (langue B)	3	3	CC			ET	E	01:30	ET	E	01:30	ET	E	01:30
EP 9.1.4 approches interculturelles (langue B)	2	2	CC			ET	E	01:00	ET	E	01:00	ET	E	01:00
M 9.2 Affaires et commerce international	10	10												
EP 9.2.1 économie 3 : gestion des ressources humaines	2	2	CC			ET	E	02:00	ET	E	02:00	ET	E	02:00
EP 9.2.2 gestion financière à l'international	2	2	CC			ET	E	01:30	ET	E	01:30	ET	E	01:30
EP 9.2.3 négociation et stratégie commerciales	2	2	CC			ET	O	00:30	ET	E	01:30	ET	O	00:30
EP 9.2.4 financement des opérations internationales	2	2	CC			ET	E	02:00	ET	E	02:00	ET	E	02:00
EP 9.2.5 administration des ventes/ <i>supply chain</i>	2	2	CC			ET	E	02:00	ET	E	02:00	ET	E	02:00

M 9.3 Environnement professionnel, interculturalité, tourisme	10	10													
EP 9.3.1 commerce et marketing touristique	2	2	ET	E	01:30	ET	E	01:30	ET	E	01:30	ET	E	01:30	
EP 9.3.2 négociation de projets interculturels (projet tutoré)	2	2	ET	E	Dossier	ET	E	Dossier	ET	E	Dossier	ET	E	Dossier	
EP 9.3.3 méthodologie de la recherche appliquée	1	1		Val	Dossier		Val	Dossier		Val	Dossier		Val	Dossier	
EP 9.3.4. communication interculturelle	2	2	CC			ET	E	01:00	ET	E	01:00	ET	E	01:00	
EP 9.3.5 projet professionnel	2	2	CC			ET	O	00:30	ET	E	01:00	ET	O	00:30	
EP 9.3.6 recherche de stage	1	1		Val		Val	O	00:30	Val	O	00:30	Val	O	00:30	

IV.II.IV. La maquette du M2 S10 = STAGE

	Volume horaire			Coeff.	ECTS
	CM	TD	Total		
S10			0		30
M10.1 Stage en entreprise			0	30	30
EP10.1 Stage en entreprise	0	0	0	30	30

IV.II.V. Les modalités de contrôle de connaissances du M2 S10 = STAGE

Type de contrôle : CC = Contrôle Continu / ET = Examen Terminal

Type d'épreuve : E = Ecrit / O = Oral

Master Langues, Affaires, Négociation Interculturelle	Coeff.	ECTS	Régime général						Régime spécial d'études					
			Session 1			Session 2			Session 1			Session 2		
			Type contrôle	Type d'épreuve	Durée de l'épreuve	Type contrôle	Type d'épreuve	Durée de l'épreuve	Type contrôle	Type d'épreuve	Durée de l'épreuve	Type contrôle	Type d'épreuve	Durée de l'épreuve
S10		30												
M10.1 Stage en entreprise	30	30												
EP10.1 Stage en entreprise	30	30	ET	E & O	Rapport + Soutenance				ET	E & O	Rapport + Soutenance			

IV.III. LES STAGES

IV.III.I. La procédure Pstage

La durée du stage est, en :

Master 1 : de deux à cinq mois, entre mi-mars et août 2026

Master 2 : de trois à six mois, entre janvier et août 2026

Le stage doit avoir lieu à **l'étranger en M1** (rapport et soutenance en langue étrangère), à **l'étranger ou en France en M2** (rapport et soutenance en français uniquement).

Tout stage doit obligatoirement :

- ▶ faire l'objet d'une convention entre la structure d'accueil (entreprise ou association), l'étudiant(e) et l'université ;
- ▶ ne pas être assimilé à un emploi (durée maximale de 6 mois)

Un(e) étudiant(e) ne peut commencer son stage qu'après la signature de la convention par toutes les parties. En conséquence, toutes les informations nécessaires à la saisie de la convention doivent être recueillies suffisamment en amont afin de permettre la saisie puis la signature de la convention avant le début du stage.

Pour les stages à l'étranger, la procédure est particulière ; l'étudiant(e) devra prendre rendez-vous avec l'enseignant(e) responsable de la zone géographique concernée pour remplir la convention de stage.

COMMENT REMPLIR LA CONVENTION POUR LES STAGES OBLIGATOIRES :

L'université met à votre disposition une application web, PSTAGE, qui vous permet de saisir et d'imprimer votre convention de stage en ligne.

PSTAGE est accessible dans votre Environnement Numérique de Travail (ENT) dans l'onglet SCOLARITE.

Vous trouverez sur le site internet de l'université aux rubriques formation et orientation-insertion toutes les informations utiles et notamment le guide sur les stages.

Avant toute démarche en M1, il faut impérativement demander l'autorisation du (de la) responsable des stages de la zone géographique concernée, ci-après nommé(e) « enseignant(e) référent(e) » (voir tableau ci-après).

Une fois cette autorisation obtenue, voici les **différentes étapes**, à respecter scrupuleusement :

Etape 1 – L'étudiant(e) doit recueillir les informations nécessaires pour remplir la FICHE ENTREPRISE appelée « fiche de stage » disponible sur la page d'accueil de l'application P-STAGE (ENT ETUDIANT, Onglet « Scolarité », rubrique « Stages »).

Si nécessaire, l'étudiant(e) peut se renseigner auprès de la gestionnaire pédagogique en charge des stages de Master LEA LANI (Stéphanie Desoeuvres stephanie.desoeuvres@univ-tours.fr) ou de la responsable des stages en M1 (Anne Urbanowski anne.urbanowski@univ-tours.fr) et bien sûr contacter l'entreprise (sur la date de début et de fin de stage, la rémunération, etc.).

Etape 2 – L'étudiant(e) transmet la fiche remplie à l'enseignant(e) r f rent(e), qui doit valider définitivement le choix de l'entreprise et de la mission de stage.

Attention : Certains stages ou missions ne sont pas autorisés (Hôtellerie,  cole de langues, etc.).

Etape 3 – L'étudiant(e) transmet la fiche validée par l'enseignant(e) r f rent(e) **  Stéphanie Desoeuvres.** Stéphanie Desoeuvres saisit la fiche entreprise dans le logiciel PSTAGE et prévient l'étudiant(e) (par courriel) qu'il(elle) peut saisir sa convention.

Etape 4 – L'étudiant(e) saisit sa convention dans l'ENT ETUDIANT, Onglet « Scolarité », rubrique « Stages ». Une fois la convention entièrement saisie :

Etape 5 – L'étudiant(e) signe la convention puis la transmet à **l'entreprise pour signature.** La convention peut être signée sous format PDF, ou bien imprimée, signée, scannée et envoyée par courriel ; il n'y a pas obligation de version papier car pas d'obligation de tampon de l'entreprise, la signature (**originale**) suffit.

Etape 6 – L'étudiant(e) transmet sa convention signée par ses soins et l'entreprise à **l'enseignant(e) r f rent(e) en lui demandant de la signer et de la transmettre à Mme Desoeuvres.**

Etape 7 – L'étudiant(e) transmet la photocopie de son **attestation de « Responsabilité civile » + « Rapatriement »** (en cas de stage à l'étranger)   **Mme Desoeuvres.**

L'enseignant(e) r f rent(e) signe la convention et la transmet à Mme Desoeuvres. Mme Desoeuvres fait signer les conventions au Directeur de l'UFR et récupère les exemplaires. Elle valide la convention dans PSTAGE. Elle transmet l'exemplaire signé par toutes les parties à l'étudiant(e) et au Service des Relations internationales (le cas échéant).

Etape 8 – L'étudiant(e) transmet sa convention signée à l'entreprise et conserve un exemplaire.

Avant toute démarche en M2, vous devez :

1. Trouver un(e) tuteur(tutrice) universitaire de stage ;

Le(la) tuteur(tutrice) universitaire de stage vous suivra dans la rédaction de votre rapport et la préparation de votre soutenance. Prenez contact avec l'enseignant(e) en matière d'application ou de langues, ou l'intervenant(e) professionnel(le), de votre choix et soumettez-lui le projet et les missions du stage que vous venez de trouver.

2. Obtenir l'accord du (de la) responsable des stages de la zone géographique concernée (voir le tableau ci-après).

C'est d'autant plus important si vous souhaitez déposer une candidature pour une demande de financement de stage en Europe ou hors-Europe.

Le(la) responsable de stage de la zone géographique concernée validera, avec la responsable de master, le projet de stage et de missions, et vous suivra dans votre demande de financement.

Mettez toujours les deux personnes en copie de vos messages afin qu'elles puissent suivre vos projets et donner leur consentement conjoint.

Une fois ce contact pris, voici les **différentes étapes**, à respecter scrupuleusement :

Etape 1 – L'étudiant(e) doit recueillir les informations nécessaires pour remplir informatiquement la fiche entreprise appelée « fiche de stage » disponible sur la page d'accueil de l'application P-STAGE (ENT ETUDIANT, Onglet « Scolarité », rubrique « Stages »).

Si nécessaire, l'étudiant(e) peut se renseigner auprès de la gestionnaire pédagogique en charge des stages de Master LEA (Stéphanie Desoeuvres) ou de la responsable du master, et bien sûr contacter l'entreprise (sur la date de début et de fin de stage, la rémunération, etc.).

Etape 2 – L'étudiant(e) transmet la fiche remplie au (  la) responsable de zone géographique qui doit valider définitivement le choix de l'entreprise et de la mission de stage.

Attention : Certains stages ou missions ne sont pas autorisés (Hôtellerie,  cole de langues, etc.).

Etape 3 – L'étudiant(e) transmet la fiche validée à la gestionnaire pédagogique en charge des stages de Master (Stéphanie Desoeuvres), par courriel.

Etape 4 – L'étudiant(e) vérifie si l'établissement d'accueil est déjà référencé dans la base P-Stage en suivant la procédure ci-dessous :

1. Se connecter sur l'ENT au moyen de ses identifiants ;
2. Cliquer sur l'onglet Gestion des stages → Application "P-Stage" ;
3. Cliquez sur "Etablissement d'accueil" puis sur "Rechercher un établissement d'accueil".

Cas 1 : L'établissement est déjà référencé dans la base :

➤ L'étudiant(e) peut procéder à la saisie de sa convention en cliquant sur l'onglet "Conventions de stage" puis sur "Créer une nouvelle convention".

Cas 2 : L'établissement n'est pas référencé dans la base :

➤ L'étudiant(e) peut alerter Mme Desoeuvres qui s'appuiera sur la « fiche de stage » qui lui aura été transmise pour créer l'entreprise dans la base. L'étudiant(e) pourra ensuite procéder à la saisie de sa convention.

Etape 5 – L'étudiant(e) remplit sa convention dans l'ENT ETUDIANT, Onglet « Scolarité », rubrique « Stages ».

Etape 6 – L'étudiant(e) signe sa convention, puis **la transmet à l'entreprise pour obtenir les signatures exigées**. La convention peut être signée sous format PDF ou imprimée, signée, scannée et transférée, par

courriel ; il n'y a pas obligation de version papier car pas d'obligation de tampon de l'entreprise, la signature (**originale**) suffit.

Etape 7 – L'étudiant(e) transmet la convention signée par ses soins et par l'entreprise à Mme Urbanowski. Mme Urbanowski signe la convention et la transmet à Mme Desoeuvres qui la fait signer au Directeur de l'UFR et la valide dans PSTAGE. Mme Desoeuvres transmet la convention signée par toutes les parties à l'étudiant(e) et au Service des Relations internationales (le cas échéant).

Etape 8 – L'étudiant(e) transmet la photocopie de son **attestation de « Responsabilité civile » + « Rapatriement »** (le cas échéant)   Mme Desoeuvres.

Etape 9 – L'étudiant(e) transmet sa convention signée à l'entreprise et conserve un exemplaire.

En M1 comme en M2 :

LE STAGE NE PEUT COMMENCER QU'UNE FOIS LA CONVENTION SIGNEE PAR TOUTES LES PARTIES, DANS L'ORDRE INDIQUE CI-DESSUS

DANS TOUS LES CAS IL FAUT FOURNIR LES DOCUMENTS SUIVANTS AU BUREAU PEDAGOGIQUE DE LEA

- 1 photocopie d'une attestation d'assurance « Responsabilité civile »
- 1 photocopie d'une attestation d'assurance « Rapatriement » en cas de départ à l'étranger

Sans ces documents, VOTRE CONVENTION NE SERA PAS TRAITEE.

ATTESTATION DE FIN DE STAGE

L'attestation est à faire signer **en fin de stage par votre maître de stage en entreprise.** Ce document, que vous devez conserver, atteste de la durée totale (dates de début et de fin ; volume horaire global) de votre stage.

AVENANT A UNE CONVENTION DE STAGE SUITE A UNE MODIFICATION

Toute modification de l'un des critères de la convention de stage (interruption du stage, réduction ou prolongation de la durée, décalage de la période initiale, télétravail, modification de la gratification, changement de maître de stage en entreprise, etc.) nécessite l'accord des trois parties concernées : l'étudiant(e), l'entreprise et l'université.

Cet accord prend la forme d'un avenant à la convention de stage, qui devra être signé par l'étudiant(e), l'entreprise et l'université. **Avant de créer cet avenant, il est impératif d'obtenir l'autorisation préalable du tuteur ou de la tutrice r f rent(e)**   l'université, en mettant **en copie** la gestionnaire en charge des stages de Master (**Mme Desoeuvres**) ainsi que la responsable pédagogique des stages (**M1 et M2= Mme Urbanowski**).

Vous ne pouvez donc, en aucun cas, interrompre votre stage, ou au contraire le prolonger, par un accord tacite, que ce soit entre l'entreprise et vous, ou l'université et vous. L'avenant est indispensable.

IV.III.II. L'équipe des responsables des stages à l'étranger

Votre référent(e) de stage sera le(la) responsable de la zone géographique de l'entreprise dans laquelle vous choisirez d'effectuer votre stage.

PAYS GERMANOPHONES :

Responsable	Adresse électronique
Sylvie TOSKER-ANGOT	sylvie.toscerangot@univ-tours.fr

PAYS ANGLOPHONES :

Zones géographiques	Responsable	Adresse électronique
Asie Pacifique Afrique du Sud	Anne URBANOWSKI	anne.urbanowski@univ-tours.fr
Europe	Anne URBANOWSKI	anne.urbanowski@univ-tours.fr
Amérique du Nord	Anne URBANOWSKI	anne.urbanowski@univ-tours.fr

PAYS HISPANOPHONES :

Zones géographiques	Responsables	Adresse électronique
Zone 1 "Espagne Atlantique" (Asturias, Cantabria, Castilla La Mancha, Castilla y León, Comunidad de Madrid, Galicia, La Rioja, País Vasco)	José LOPEZ	jose.lopez@univ-tours.fr
Zone 2 "Espagne Méditerranée" Andalucía, Aragón, Cataluña, Ceuta, Comunidad Valenciana, Extremadura, Islas Baleares, Islas Canarias, Melilla, Murcia, Navarra)	José LOPEZ	jose.lopez@univ-tours.fr
Zone 3 Amérique Latine	Cathy FOUREZ (Mexique et Amérique Centrale) Carlos TOUS (Colombie et pays Nord-andins)	cathy.fourez@univ-tours.fr carlos.tous@univ-tours.fr

PAYS FRANCOPHONES :

Responsable	Adresse �lectronique
Nathalie Anna CHAMPROUX	nathalie.champroux@univ-tours.fr

PAYS ITALOPHONES :

Responsable	Adresse �lectronique
Maria Teresa RICCI	maria.ricci@univ-tours.fr

LEXIQUE – ABREVIATIONS LES PLUS COURANTES A L'UNIVERSITE

ABI : ABsence Injustifiée. Elle interdit le calcul de votre moyenne à la 1^{ère} session d'examen.

ABJ : ABsence Justifiée. Elle entraîne la note zéro, mais permet le calcul de votre moyenne.

ADM : ADMis.

AJ : Ajourné.

AJAC : AJourné et Autorisé   Continuer. Voir les informations sur le contrôle des connaissances.

APEC : Association Pour l'Emploi des Cadres.

B (Langue B) : en LEA, désigne la langue choisie en plus de l'anglais (allemand, espagnol, ou italien).

C2i : Certificat Informatique et Internet.

CA : Conseil d'Administration. C'est lui qui, avec le Président, dirige l'université.

CC : Contrôle Continu (au moins deux contrôles au cours d'un semestre, pour la matière concernée).

CFVU : Commission Formation et Vie Universitaire. Soumet des propositions au CA et au Président sur l'organisation pédagogique de l'Université.

CLES : Certificat en Langue de l'Enseignement Supérieur, accrédité par le Ministère.

CLOUS : Centre Local des Œuvres Universitaires et Scolaires.

CM : Cours Magistral. Il peut regrouper un grand nombre d'étudiants.

COP : Conseiller d'Orientation Psychologue.

CRL : Centre de Ressources en Langues, aux Tanneurs : rez-de-jardin, entrée par l'extension ou la rue Monseigneur Marcel.

CROUS : Centre Régional des Œuvres Universitaires et Scolaires.

CS : Conseil Scientifique. Soumet des propositions au CA et au Président sur l'organisation scientifique de l'Université.

E: Ecrit.

EC : Elément constitutif. On l'appelle aussi EP : Elément Pédagogique. Il s'agit d'une matière, d'un cours. Les EC ou EP sont regroupés en M : Modules.

ECTS: *European Credits Transfer System* ou crédits européens attribués à chaque matière. Un semestre complet apporte 30 ECTS. Une année se compose de 60 ECTS. Une Licence se compose de 180 ECTS.

ENT : Environnement Numérique de Travail. Espace personnel du site de l'université de Tours (cours en ligne, mails...)

EP : voir EC.

ET : Examen Terminal. Il s'agit de passer un seul contrôle, après la fin des cours d'un semestre

IUFM : Institut Universitaire de Formation des Maîtres.

L : Licence. L1 = 1^{ère} année de Licence, L2 = 2^{ e} année de Licence, L3 = 3^{ e} année de Licence.

LANI : Langues, Affaires, Négociation Interculturelle, nom du Master faisant suite à la Licence de LEA de Tours

LEA : Langues Etrangères Appliquées.

LMD : Licence – Master – Doctorat.

M : Module ou regroupement de matières

M3C : Modalités de Contrôle des Connaissances et Compétences.

MOBIL : Module d'Orientation, de Bilan et d'Insertion en Licence. Il s'agit de séances de formation destinées à vous aider à préparer votre projet professionnel.

MOIP : Maison de l'Orientation et de l'Insertion Professionnelle. C'est le Service de l'Université qui peut vous aider dans vos choix universitaires et professionnels (60 rue du Plat d'Etain).

O : Oral.

PCE : Passeport Culturel Etudiant.

PEB : Prêt Entre Bibliothèques. La Bibliothèque Universitaire (SCD : Service Commun de Documentation) peut vous procurer des ouvrages non disponibles à Tours.

PRI : Parcours Relations Internationales.

R'PRO : Réseau Professionnel. A voir sur le site de l'Université de Tours.

RSE : Régime Spécial d'Etudes.

S : Semestre.

S1 = 1^{er} semestre de L1.

S2 = 2^e semestre de L1.

S3 = 1^{er} semestre de L2.

S4 = 2^e semestre de L2.

S5 = 1^{er} semestre de L3.

S6 = 2^e semestre de L3.

S7 = 1^{er} semestre du master 1.

S8 = 2^e semestre du master 1.

S9 = 1^{er} semestre du master 2.

S10 = 2^e semestre du master 2.

SSE : Service de Santé Etudiants

SUFCO : Service Universitaire de la Formation Continue. Pour les personnes qui souhaitent reprendre leurs études après une interruption (60 rue du Plat d'Etain).

SUAPS : Service Universitaire des Activités Physiques et Sportives.

SUMPPS : Service Universitaire de Médecine Préventive et de Promotion de la Santé (60 rue du Plat d'Etain).

TD : Travaux Dirigés. Ils servent aux activités mettant vos connaissances en pratique (traduction, expression...).

TIC : Technologies de l'Information et de la Communication.

TOEIC: *Test of English for International Communication*. Certification internationale en anglais.

TOEFL: *Test of English as a Foreign Language*. Certification internationale en anglais.

UE : Unité d'Enseignement ou regroupement de matières.

UFR : Unité de Formation et de Recherche. Nom officiel d'une Faculté.