

# Strategic Management & International

Mention : Management stratégique [Master]

## Infos pratiques

- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique
- > Durée : 2 ans
- > ECTS : 120
- > Ouvert en alternance : Non
- > Formation accessible en : Formation initiale, Contrat apprentissage, Contrat de professionnalisation
- > Formation à distance : Non
- > Durée moyenne de la formation :
  - M1 Strategic Management & International (SMI) : 388 h
  - M2 Strategic Management & International (SMI) : 186 h

## Admission

### Conditions d'admission

---

\* Modalités (dossier et/ou épreuves écrites/orales) : Recrutement sur dossier + épreuve orale/entretien pour les admissibles (SEULS les candidats retenus après l'examen des dossiers de candidature sont conviés à une épreuve orale/un entretien)

\* Critères généraux : Le Master MSI dispense une formation de haut niveau en management et conseil, il forme des managers, consultants, chefs de projet, responsables marketing, business developers, dans un environnement international. La spécificité du Master réside dans sa double approche des enseignements : une formation pluridisciplinaire en sciences de gestion associée à une mise en pratique transversale dans un contexte digital et multiculturel. Dans un environnement hyper concurrentiel et incertain, le master MSI a pour objectif de permettre à ses étudiants d'appréhender des situations toujours plus complexes qui requièrent capacité d'analyse, ouverture d'esprit, innovation et de les former à «penser hors des sentiers battus».

\* Acquis académiques :

\* MASTER 1 :

\* International Strategic International : Entrée avec une bi-licence gestion-langue, une licence en gestion ou diplôme national/étranger équivalent.

## Et après

### Fiches métiers ROME

---

- > M1302: Direction de petite ou moyenne entreprise

- > H1102: Management et ingénierie d'affaires
- > H1206: Management et ingénierie études, recherche et développement industriel
- > M1402: Conseil en organisation et management d'entreprise

## Programme

### M1 Strategic Management & International (SMI)

#### Semestre 7

	Nature	CM	TD	TP	EAD	Crédits
<b>UE Maîtriser un domaine et ses méthodes</b>	UE					21
UE Maîtriser les fondamentaux 1	UE					13,5
E47IM702 - Management Control	EC	24				4,5
4E7IM701 - Marketing Management (anglais) & Markstrat	EC	24	18			4,5
Financial Management	EC	24				4,5
UE Gérer un projet & Innover	UE					7,5
Management Innovation	EC	24	18			4,5
Project Management	EC	24				3
<b>UE Elargir ses connaissances/personnaliser son parcours</b>	UE					4,5
UE Élargir ses connaissances	UE					4,5
1 élément(s) au choix parmi 2 :						
Digital Marketing Strategy (en anglais)	EC	24				4,5
Law	EC	24				4,5
<b>UE Développer ses compétences linguistiques</b>	UE					3
UE Développer ses compétences business et linguistiques	UE					3
Doing Business (I)	EC	20				3
<b>UE S'investir pour son université et dans son projet personnel</b>	UE					1,5
UE S'investir pour son université et dans son projet	UE					1,5
Promote your project and master's degree (I)	EC		12			1,5

#### Semestre 8

	Nature	CM	TD	TP	EAD	Crédits
<b>UE Maîtriser un domaine et ses méthodes</b>	UE					21
UE Maîtriser les fondamentaux 2	UE					9
4E8MO82I - Business Strategy	EC	24				3
4E8ET801 - Digital tools	EC	18	18			3
Digital Certificate	EC		24			3
UE Savoir communiquer / se spécialiser	UE					7,5
Human Resources	EC	24				4,5
1 élément(s) au choix parmi 2 :						
Supply Chain	EC	18				3
Communication	EC	18				3
<b>UE Se former en milieu professionnel</b>	UE					3
UE Se former en milieu professionnel	UE					3
Value our professional experience	EC		18			3
<b>UE Développer ses compétences linguistiques</b>	UE					3
UE Développer ses compétences business et linguistiques	UE					6
Stage (SMI : Internship 3 months)	EC					6
<b>UE S'investir pour son université et dans son projet professionnel</b>	UE					1,5
S'investir pour son université et dans son projet	UE					4,5
Doing Business (II)	EC	20				3
Promote your project and master's degree (II)	EC		12			1,5

### M2 Strategic Management & International (SMI)

#### Semestre 9

	Nature	CM	TD	TP	EAD	Crédits
<b>UE Maîtriser un domaine et ses méthodes</b>	UE					21

UE Manager et Maîtriser son environnement à l'international	UE					12
International Management	EC	20				4,5
4E9SI902 - Corporate Stratégie et RSE	EC	25				4,5
International Law	EC	20				3
UE Piloter & Innover	UE					9
Innovate & create value	EC	20				4,5
Control & strategic management	EC	20				4,5
<hr/>						
<b>UE Élargir ses connaissances/personnaliser son parcours</b>	UE					4,5
UE Élargir ses connaissances	UE					4,5
Managing a project & a brand internationaly	EC	36				4,5
<hr/>						
<b>UE Développer ses compétences linguistiques</b>	UE					3
UE Doing Business (III)	UE					3
Doing Business (III)	EC	30				3
<hr/>						
<b>UE S'investir pour son université et dans son projet professionnel</b>	UE					1,5
UE S'investir pour son université et dans son projet	UE					1,5
Promote your project & Master's degree	EC	15				1,5
<hr/>						
<b>Semestre 10</b>	Nature	CM	TD	TP	EAD	Crédits
<hr/>						
<b>UE Développer ses compétences linguistiques</b>	UE					30
UE Stage	UE					30
Stage 6 mois minimum en France ou à l'étranger	EC					30

# UE Maîtriser un domaine et ses méthodes

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

> ECTS : 21.0

## Liste des enseignements

---

- UE Maîtriser les fondamentaux 1
  - Management Control
  - Marketing Management (anglais) & Markstrat
  - Financial Management
- UE Gérer un projet & Innover
  - Manage Innovation
  - Project Management

# UE Maîtriser les fondamentaux 1

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 13,5
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

## Liste des enseignements

---

- Management Control
- Marketing Management (anglais) & Markstrat
- Financial Management

# Management Control

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Langue(s) d'enseignement : Anglais
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique
- > Code ELP : E47IM702
- > En savoir plus : [www.coursenligne.parisnanterre.fr](http://www.coursenligne.parisnanterre.fr) <https://coursenligne.parisnanterre.fr/course/view.php?id=2283>

## Présentation

---

The objective of this course is to develop the ability to gain knowledge, insights and analytical skills related to how a firm's manager can go about designing, implementing, and using planning and control systems to implement firm's strategies.

## Objectifs

---

Integrate the modalities of construction of the business model and the fundamental principles of the organisation's functioning.

## Évaluation

---

Session 1

- Formule standard : Case study (home work) + individual exam

- Formule dérogatoire : Individual exam only

Session 2 : Individual exam

## Pré-requis nécessaires

---

General accounting

## Compétences visées

---

Be able to :

- \* Understand the distribution of costs and assess its relevance.
- \* Build a budget.
- \* Analyse a company's performanc.

## Bibliographie

---

Jiambalvo, James, Managerial Accounting, New York, NY, USA : John Wiley & Sons ; 20. ; ScholarVox (Cyberlibris). <http://univ.scholarvox.com/faraway.parisnanterre.fr/catalog/book/docid/10045142> · Hugh Coombs, David Hobbs, Ellis Jenkins, Management Accounting Principles and Applications, SAGE Publications, London, 2005. · Managerial Accounting, An Introduction to Concepts, Methods and Uses, Tenth Edition, Michael W. Maher, Clyde P. Stickney, Roman L. Weil, Thomson Higher Education, USA. · Robert N. Anthony and Vijay Govindarajan, .Management Control Systems, Tata McGraw-Hill Publishing Co. Ltd., New Delhi, 12th Edition, 2007. · Joseph A. Maciariello and Calvin J. Kirby Management Control Systems, Prentice-Hall of India, New Delhi, 2005.

## Ressources pédagogiques

---

[Management Control \(4336\)](#)

## Contact(s)

> **Manel Benzerafa alilat**

Responsable pédagogique

[mbenzerafaalilat@parisnanterre.fr](mailto:mbenzerafaalilat@parisnanterre.fr)



# Marketing Management (anglais) & Markstrat

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 42.0
- > Langue(s) d'enseignement : Anglais
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral et Travaux dirigés
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique
- > Code ELP : 4E7IM701

## Présentation

---

The course is aimed at providing students with a solid foundation in Marketing Management.

You will introduce in France a product/service which does not yet exist in France, but already exists outside France.

You will define a business, marketing, and financial approach adapted to the French market. This project will be an evaluation of your analytical abilities and an evaluation of your ability to integrate with relevance and coherence your options in relation to your product/service on the French market.

## Objectifs

---

- \* The main objective will be to elaborate a Business , Marketing & Financial approach with relevance and coherence . The objectives shall include
- \* Market analysis & surveys,
- \* Strategic approach of the market and key objectives,
- \* Implementation of marketing strategy & communication media,
- \* Marketing cost evaluation,
- \* Presentation of Recommendation Report on Marketing Management.

## Évaluation

---

Mid-term Exam 30% / Final exam & presentation 70%

## Pré-requis nécessaires

---

Basic knowledge in Marketing , General practice of research on internet.

## Compétences visées

---

Recommendation of Marketing Management Strategy, / Ability to perform in teams

Students will learn how to make:

1. Presentation of the company and the product or service in the Country of Origin Presentation of the company in its country, its market, its positioning & intended objectives Positioning of the product and its marketing mix, Motivations for launching the product on the Market of the Country of Destination.
2. The detailed analysis of the market in the Country of Destination The political economic social environmental & legal framework (PESTEL) Your sources of information: statistical data, Results of the qualitative approach Results of the quantitative approach Evaluation of the competition, The in depth analysis of their marketing mix & their SWOT.
3. The strategic approach of the market in the Country of Destination Your objectives Your positioning & the Perceptual Mapping The marketing mix: Product, Price, Place, Promotion 4. The Implementation of the strategy. The Organization & the launching of operations The communication (media and non-media) & the promotional activities, The adequacy of the location, The operational planning of the implementation.
4. Marketing cost evaluation Your communication costs Your marketing investments Your operational marketing costs.
5. Marketing Management Recommendation : Presentation of your Recommendation to the Company Management Committee & Investors.

## Bibliographie

---

- \* "Philip Kotler", Marketing Management & Internet sites on Marketing
- \* "Mark W. Johnson", Clayton M. Christensen et Henning Kagermann, « Reinventing Your Business Model », *Harvard Business Review*, n° December 2008, 1<sup>er</sup> décembre 2008
- \* Webography: internet sites on Marketing

## Contact(s)

### > Audrey Davoust

Responsable pédagogique  
agrignon@parisnanterre.fr

### > Pascal Martin

Responsable pédagogique  
m.pascal@parisnanterre.fr

# Financial Management

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

# UE Gérer un projet & Innover

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 7,5
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

## Liste des enseignements

---

- Manage Innovation
- Project Management

# Manage Innovation

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 42.0
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral et Travaux dirigés
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

# Project Management

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

# UE Élargir ses connaissances/personnaliser son parcours

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

> ECTS : 4.5

## Liste des enseignements

---

- UE Élargir ses connaissances
- Digital Marketing Strategy (en anglais)
- Law

# UE Élargir ses connaissances

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 4,5
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

## Liste des enseignements

---

- Digital Marketing Strategy (en anglais)
- Law



# Digital Marketing Strategy (en anglais)

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Langue(s) d'enseignement : Anglais
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

## Présentation

---

This course aims to identify the benefits of new technologies in marketing by understanding the opportunities of digital marketing. It is designed to give students the practical and theoretical knowledge to appreciate the different types of digital marketing tools. It also aims to understand how digital marketing is applied by companies in the real world by analyzing worldwide cases of marketing campaigns on Internet and mobile phones.

## Objectifs

---

- \* Identify the benefits of new technologies to marketing.
- \* Understand the opportunities and challenges of digital marketing.
- \* Analyze successful cases of marketing campaigns on Internet and mobile phones.

## Évaluation

---

Session 1 : CC 50% + examen écrit 50%

Session 2 : épreuve orale

## Compétences visées

---

- \* To deal with case studies in Marketing.
- \* To provide relevant recommendations for an organization.

## Bibliographie

---

- \* Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F. (2019), Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice, 7th edition, Pearson Education Limited .

- \* Charlesworth A. (2021), Absolute Essentials of Digital Marketing, Routledge Focus.
- \* Charlesworth A. (2018), Digital Marketing, A practical Approach, Routledge Focus, Third Edition
- \* Hanlon A. (2019), Digital Marketing, Strategic planning & Integration, Sage.
- \* Kingsnorth S. (2016), Digital Marketing Strategy, An Integrated Approach to online Marketing, KoganPage.
- \* Kotler M., Cao T., Wang S. & Qiao C. (2020), Marketing Strategy in the Digital Age, Applying Kotler's Strategies to Digital Marketing, Word Scientific.
- \* Rogers J. (2021), The Digital Marketing Landscape, Creating a Synergistic Consumer Experience, Business Expert Press.
- \* Swartz A. (2020), See you on the Internet : Building Your Small Business with Digital Marketing, Page Two.

## Contact(s)

> **Sinda Agrebi dejouy**

Responsable pédagogique  
sagrebid@parisnanterre.fr

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

# UE Développer ses compétences linguistiques

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

> ECTS : 3.0

## Liste des enseignements

---

- UE Développer ses compétences business et linguistiques
- Doing Business (I)

# UE Développer ses compétences business et linguistiques

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 3.0
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

## Liste des enseignements

---

- Doing Business (I)

# Doing Business (I)

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 20.0
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

# UE S'investir pour son université et dans son projet personnel

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

> ECTS : 1.5

## Liste des enseignements

---

- UE S'investir pour son université et dans son projet
- Promote your project and master's degree (I)

# UE S'investir pour son université et dans son projet

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 1.5
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

## Liste des enseignements

---

- Promote your project and master's degree (I)



# Promote your project and master's degree (I)

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 1.5
- > Nombre d'heures : 12.0
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Travaux dirigés
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

# UE Maîtriser un domaine et ses méthodes

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

> ECTS : 21.0

## Liste des enseignements

---

- UE Maîtriser les fondamentaux 2
  - Business Strategy
  - Digital tools
  - Digital Certificate
- UE Savoir communiquer / se spécialiser
  - Human Ressources
  - Supply Chain
  - Communication

# UE Maîtriser les fondamentaux 2

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 9.0
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

## Liste des enseignements

---

- Business Strategy
- Digital tools
- Digital Certificate

# Business Strategy

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement huitième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique
- > Code ELP : 4E8MO82I

## Présentation

---

- \* Contexte : révolution numérique, disruption et nouveaux modèles d'affaires, quête de sens des consommateurs
- \* Cœur de métier et cycle de vie du produit, dépendance
- \* Élaborer un SWOT
- \* Dégager les Facteurs Clés de Succès et les compétences distinctives
- \* Savoir-faire des préconisations au regard de l'état des lieux

## Objectifs

---

Capacité à comprendre la manière d'établir la stratégie d'une organisation et les plans d'actions qui lui sont liés.

## Évaluation

---

Exposé, devoir en cours et QCM

## Pré-requis nécessaires

---

Aucun

## Compétences visées

---

- \* Réaliser un diagnostic global de l'entreprise et de son environnement
- \* Mettre en œuvre les différents outils d'analyse externe et interne
- \* Identifier les Facteurs Clés de Succès du secteur et avantages concurrentiels
- \* Identifier les points clés de la mise en œuvre stratégique

- \* Strategor, Toute la stratégie de la start-up à la multinationale, 8<sup>ème</sup> édition, Dunod
- \* Stratégie Océan Bleu, Comment créer de nouveaux espaces stratégiques, W. Chan Kim, Renée Mauborgne, Pearson
- \* Lean Startup, Adoptez l'innovation continue, Eric Ries, Pearson

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 36.0
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement huitième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral et Travaux dirigés
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique
- > Code ELP : 4E8ET801

## Présentation

---

- \* Gestion du poste de travail, sécurité et maintenance
- \* Rappel Excel et fonction avancées
- \* Rédaction d'un document professionnel
- \* Compléments Word et PDF
- \* Panorama et choix des outils de communications
- \* Panorama et choix des outils de travail collaboratifs
- \* Création de blog et de site web
- \* Gestion de la présence sur le web (référencement organique, réseaux sociaux)
- \* Usage professionnel de la photo et de la vidéo : shooting photo avec un réflex numérique, captation vidéo avec caméra, développement photo, montage vidéo
- \* Le RGPD et la réglementation sur le digital

## Objectifs

---

Ce cours a pour objectif de former les étudiants aux principaux outils digitaux. Une attention toute particulière est portée sur la connaissance de ces outils et sur leur mise en pratique

- \* Maîtriser les outils de base du gestionnaire en entreprise et être autonome dans leur utilisation : Excel, WORD, ...
- \* Savoir utiliser l'outil de communication le plus adapté en fonction des besoins : Chat, mail, visio, réalité virtuelle, ...
- \* Savoir créer des outils de communication adaptés au Web : site, blog, page facebook, Instagram, vidéo
- \* Savoir gérer une présence professionnelle sur les réseaux sociaux en fonction de son métier

## Évaluation

---

Session 1 : Contrôle continu

Session 2 : Devoir sur table ou QCM

## Contact(s)

> **Bernard Quinio**

Responsable pédagogique  
bquinio@parisnanterre.fr

> **Patrick Simon**

Responsable pédagogique  
pasimon@parisnanterre.fr

# Digital Certificate

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Période de l'année : Enseignement huitième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Travaux dirigés
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique



# UE Savoir communiquer / se spécialiser

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 7,5
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

## Liste des enseignements

---

- Human Ressources
- Supply Chain
- Communication

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Période de l'année : Enseignement huitième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

# Supply Chain

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 18.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français, Anglais
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement huitième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

## Présentation

---

- \* Les fondements de la logistique
- \* Les stratégies logistiques de distribution (pilotage des flux et gestion des stocks)
- \* Les stratégies logistiques de production (planification des approvisionnements)
- \* De la logistique au *SCM* : effet Bull-Whip et pratiques collaboratives, audit logistique

## Objectifs

---

Découvrir et comprendre les pratiques et stratégies existantes dans les domaines de la logistique et du *supply chain management*

## Évaluation

---

Session 1 : Évaluation écrite individuelle de 2 heures (calculatrice autorisée)

Session 2 : Évaluation écrite individuelle de 2 heures (calculatrice autorisée)

## Pré-requis nécessaires

---

Bases de la logistique et du *supply chain management* acquises en M1 MSI

## Compétences visées

---

Être en mesure de comprendre les stratégies de base déployées en logistique et *SCM*, de piloter des stocks, de chercher à en améliorer la gestion (réduction des coûts et préservation du niveau de service) et de planifier des approvisionnements.

## Bibliographie

---

- \* Jacques Colin, Gilles Paché, *La logistique de distribution*, Chotard et associés éditeurs
- \* Marc Filser, Véronique des Garets, Gilles Paché, *La distribution : organisation et stratégie*, Editions EMS
- \* Philippe-Pierre Dornier, Michel Fender, *La logistique globale et le supply chain management : enjeux - principes - exemples*, Editions d'Organisation

## Ressources pédagogiques

---

BU de Nanterre

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 18.0
- > Période de l'année : Enseignement huitième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

# UE Se former en milieu professionnel

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

> ECTS : 3.0

## Liste des enseignements

---

- UE Se former en milieu professionnel
- Value our professional experience

# UE Se former en milieu professionnel

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 3.0
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

## Liste des enseignements

---

- Value our professional experience

# Value our professional experience

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 18.0
- > Période de l'année : Enseignement huitième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Travaux dirigés
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique



# UE Développer ses compétences linguistiques

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

> ECTS : 3.0

## Liste des enseignements

---

- UE Développer ses compétences business et linguistiques
- Stage (SMI : Internship 3 months)

# UE Développer ses compétences business et linguistiques

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 6.0
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

## Liste des enseignements

---

- Stage (SMI : Internship 3 months)

# Stage (SMI : Internship 3 months)

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 6.0
- > Période de l'année : Enseignement huitième semestre
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

# UE S'investir pour son université et dans son projet professionnel

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

> ECTS : 1.5

## Liste des enseignements

---

- S'investir pour son université et dans son projet
- Doing Business (II)
- Promote your project and master's degree (II)

# S'investir pour son université et dans son projet

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 4.5
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

## Liste des enseignements

---

- Doing Business (II)
- Promote your project and master's degree (II)

# Doing Business (II)

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 20.0
- > Période de l'année : Enseignement huitième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

# Promote your project and master's degree (II)

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 1.5
- > Nombre d'heures : 12.0
- > Période de l'année : Enseignement huitième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Travaux dirigés
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

# UE Maîtriser un domaine et ses méthodes

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

> ECTS : 21.0

## Liste des enseignements

---

- UE Manager et Maîtriser son environnement à l'international
  - International Management
  - Corporate Stratégie et RSE
  - International Law
- UE Piloter & Innover
  - Innovate & create value
  - Control & strategic management



# UE Manager et Maîtriser son environnement à l'international

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 12.0
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

## Liste des enseignements

---

- International Management
- Corporate Stratégie et RSE
- International Law

# International Management

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 20.0
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

# Corporate Stratégie et RSE

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 25.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique
- > Code ELP : 4EgSIg02

## Présentation

---

Ce cours rappelle d'abord les fondamentaux de la stratégie, offre ensuite des connaissances et des outils qui permettent de situer l'entreprise dans son environnement économique et socio-politique international et de faire l'analyse des modalités du déploiement international des firmes. La gestion du portefeuille international est également abordée.

## Objectifs

---

Ce cours a pour but de permettre aux étudiants d'atteindre les objectifs spécifiques suivants : approfondir les concepts de base en analyse stratégique ; appréhender les opportunités et les contraintes des organisations dans un univers international complexe et turbulent ; développer des aptitudes à la critique, à la synthèse et à l'argumentation indispensables à l'exercice du management stratégique, tant sur le plan national qu'international.

## Évaluation

---

### Session 1 :

- Formule standard : Les étudiants seront notés sur la base d'un examen final (50% de la note finale) et d'un contrôle continu (exposé d'un cas d'entreprise plus remise du support – 40% de la note ; participation – 10% de la note).

### Session 2 :

un partiel écrit.

## Pré-requis nécessaires

---

Connaître les fondamentaux de la stratégie (abordés en Master 1)

## Compétences visées

---

Développement d'un mode de pensée analytique, créatif et critique. Apprendre le management international. Plonger dans le business opérationnel dans un environnement international, complexe et turbulent.

## Bibliographie

---

- \* Ansoff, I., (1988), *Corporate Strategy*, Penguin Books.
- \* Atamer T., Calori R. (1993), *Diagnostic et décisions stratégiques*, Dunod.
- \* Autissier D., Bensebaa F., Boudier F. (2012), *L'atlas du management*, Eyrolles.
- \* Bensebaa F. (2021), (coordonné par), *Dynamique concurrentielle : acteurs singuliers, stratégies plurielles*, EMS.
- \* D'Aveni (1995), *Hypercompétition*, Vuibert.
- \* D'Iribarne, Henry A., Segal J.-P. (1998), *Cultures et mondialisation : gérer par delà les frontières*, Seuil.
- \* Koenig G. (1996), *Management stratégique*, Nathan.
- \* Laroche H., Nioche J.-P. (Eds.) (1998), *Repenser la stratégie, fondements et perspectives*, Vuibert.
- \* Mintzberg, H., Ashstrand, B. and Lampel, J. (1998), *Strategy Safari*, Prentice Hall
- \* Porter M.E. (1993), *L'avantage concurrentiel des nations*, InterEditions. Porter M.E. (1999), *La concurrence*, Village Mondial.

## Ressources pédagogiques

---

Bibliothèque de l'Université Paris Nanterre.

Bases de données : Business Source Ultimate, Cairn, Europresse, Factiva.

## Contact(s)

### > Faouzi Bensebaa

Responsable pédagogique  
bensebaaf@parisnanterre.fr

# International Law

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 20.0
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

# UE Piloter & Innover

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 9,0
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

## Liste des enseignements

---

- Innovate & create value
- Control & strategic management

# Innovate & create value

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 20.0
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

## Présentation

---

Ce cours a pour objet de montrer le rôle clé de l'innovation ouverte dans la stratégie de l'entreprise et d'initier à la démarche du Design Thinking, de la phase d'inspiration jusqu'à la mise en œuvre d'une proposition de valeur. Ce cours, fondé sur un travail de groupe, permet aux étudiants de s'approprier par la pratique, les principaux concepts indispensables au développement d'un projet innovant.

## Évaluation

---

Session 1 : Mémoire

Session 2 : Devoir sur table

# Control & strategic management

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 20.0
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique



# UE Élargir ses connaissances/personnaliser son parcours

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

> ECTS : 4.5

## Liste des enseignements

---

- UE Élargir ses connaissances
- Managing a project & a brand internationaly

# UE Élargir ses connaissances

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 4,5
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

## Liste des enseignements

---

- Managing a project & a brand internationaly

# Managing a project & a brand internationally

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 36.0
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

# UE Développer ses compétences linguistiques

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

> ECTS : 3.0

## Liste des enseignements

---

- UE Doing Business (III)
- Doing Business (III)

# UE Doing Business (III)

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 3.0
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

## Liste des enseignements

---

- Doing Business (III)

# Doing Business (III)

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 30.0
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

# UE S'investir pour son université et dans son projet professionnel

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

> ECTS : 1.5

## Liste des enseignements

---

- UE S'investir pour son université et dans son projet
- Promote your project & Master's degree

# UE S'investir pour son université et dans son projet

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 1.5
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

## Liste des enseignements

---

- Promote your project & Master's degree



# Promote your project & Master's degree

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 1.5
- > Nombre d'heures : 15.0
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

# UE Développer ses compétences linguistiques

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

> ECTS : 30.0

## Liste des enseignements

---

- UE Stage
- Stage 6 mois minimum en France ou à l'étranger

# UE Stage

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 30.0
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

## Liste des enseignements

---

- Stage 6 mois minimum en France ou à l'étranger

# Stage 6 mois minimum en France ou à l'étranger

[Retour au programme détaillé](#)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 30.0
- > Période de l'année : Enseignement dixième semestre
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique