

Anglais de la gestion des organisations

SESSION 2 : écrit

Infos pratiques

- > ECTS : 1.5
- > Nombre d'heures : 12.0
- > Langue(s) d'enseignement : Anglais
- > Période de l'année : Enseignement sixième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Travaux dirigés
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Langues et cultures étrangères
- > Code ELP : 5V6LAAFP

Présentation

Business English – Environnement externe de l'entreprise et stratégie internationale

Objectifs : Ce cours vise à développer la capacité des étudiants à analyser et à communiquer en anglais sur les enjeux externes auxquels sont confrontées les organisations dans un contexte international. Il s'agit de comprendre comment les entreprises interagissent avec leur environnement macro-économique et concurrentiel afin de prendre des décisions stratégiques éclairées. Le cours aborde les grands courants de pensée économique, les indicateurs de performance, les outils d'analyse stratégique (PESTLE, Porter's Five Forces), ainsi que des situations professionnelles telles que l'implantation à l'étranger, la négociation de contrats commerciaux et la réponse à des appels d'offres. Une large place est accordée aux études de cas et aux mises en situation.

Évaluation

SESSION 1

Régime standard : Évaluation continue dans le cadre des cours de TD écrit et/ou oral

Régime dérogatoire : écrit

Pré-requis nécessaires

Validation année L2 LEA (ou filière assimilée) ou titre RNCP niv. III (CEC niv. 5), niveau B2-C1 en anglais

Compétences visées

Analyser l'environnement externe d'une organisation à l'aide d'outils stratégiques

Interpréter des indicateurs économiques et concurrentiels

Communiquer en anglais professionnel sur des choix stratégiques et commerciaux

Participer à des négociations et à des échanges professionnels internationaux

Présenter et défendre une analyse stratégique à l'oral et à l'écrit.

Bibliographie

Fisher, R., Ury, W., & Patton, B. (2012). *Getting to Yes: Negotiating an Agreement Without Giving In*, Random House Business.

Friedman, M. (2002). *Capitalism and Freedom*, University of Chicago Press.

Keynes, J. M. (2017). *The General Theory of Employment, Interest and Money*, Wordsworth Editions.

McGee, J. (2015). *Economics in Terms of the Good, the Bad and the Economist*, Cambridge University Press.

Pitts, T. (2008). *Organizational Structure*, Darden Business Publishing, University of Virginia.

Porter, M. E. (2008). *On Competition*, Harvard Business Review Press.

Porter, M. E. (1979). *How Competitive Forces Shape Strategy*, Harvard Business Review.

Porter, M. E. (2008). *The Five Competitive Forces That Shape Strategy*, Harvard Business Review.

Smith, A. (2012). *The Wealth of Nations*, Wordsworth Editions.

Speth, C. (2015). The SWOT Analysis: A Key Tool for Developing Your Business Strategy, Éditions 50Minutes.

Studer-Laurens, J. et al. (2003). Vendre plus, acheter mieux à l'international, Vuibert.

Studer-Laurens, J. et al. (2006). Réussir ses affaires à l'international, Vuibert.

Contact(s)

> Elvis Buckwalter

Responsable pédagogique
ebuckwalter@parisnanterre.fr