Marketing - Commerce

mis à jour le 22/08/2025

Master | Contrat d'apprentissage |
RNCP 35915

Master Management et Commerce International (M_CI)

PRÉSENTATION

Présentation de la formation

Le Master Management et Commerce International organise plus de 800 heures d'enseignements professionnels tournés entièrement vers les métiers de la grande exportation et de l'implantation économique internationale. Il est régulièrement classé parmi les 10 meilleurs masters de France de sa spécialité dans le classement annuel du cabinet SMBG et a été classé N°1 du Palmarès 2019 du MOCI des M2 universitaires. Pourquoi choisir notre formation ? Parce qu'elle est la seule à allier un haut degré de compétences en commerce international avec une expertise linguistique et économique sur des marchés réputés difficiles d'accès.
Chaque promotion de master est composée de 30-35 étudiants avec différentes langues orientales d'accès. La plupart des cours forment un tronc commun. Les étudiants se répartissent ensuite dans les cours de langue ou les séminaires spécialisés sur l'économie de leur zone en fonction de leur langue d'accès ou dans les options en fonction de leur choix. L'originalité de la formation consiste à proposer un double cursus en économie et techniques du commerce international d'une part, et en langue et culture orientales d'autre part. C'est le seul cursus de ce type proposé par un établissement d'enseignement supérieur en France.

Objectifs de la formation

A l'issue de la formation les apprenants seront capables de:
- Identifier les usages numériques et les impacts de leur évolution sur le ou les domaines concernés par la mention
- Se servir de façon autonome des outils numériques avancés pour un ou plusieurs métiers ou secteurs de recherche du domaine
- Mobiliser des savoirs hautement spécialisés, dont certains sont à l'avant-garde du savoir dans un domaine de travail ou d'études, comme base d'une pensée originale
- Développer une conscience critique des savoirs dans un domaine et/ou à l'interface de plusieurs domaines
- Résoudre des problèmes pour développer de nouveaux savoirs et de nouvelles procédures et intégrer les savoirs de différents domaines
- Apporter des contributions novatrices dans le cadre d'échanges de haut niveau, et dans des contextes internationaux

Métiers visés

La formation vise à permettre aux étudiants d'accéder à des postes de cadres moyens ou supérieurs pour les fonctions suivantes (liste non-exhaustive) :
- Gestionnaire middle ou back office en Trade Finance
- Chargé de marketing et développement commercial
- Analyste risques
- Responsable import/export
- Acheteur international

Rythme d'alternance

- De septembre à avril: Deux semaines complètes en septembre, à partir du 9, suivies de cours les jeudis et vendredis.
- De mai à septembre, temps complet en entreprise jusqu'à septembre, sauf pour quelques journées universitaires programmées dans le calendrier.
Soutenances, à la fin de juin pour les masters 1 et en septembre pour les masters 2.

Dates de la formation et volume horaire

1 ère année : 08/09/2025 > 10/09/2027 (412 heures)
2 ème année : 08/09/2025 > 11/09/2026 (470 heures)
Durée : 2 ans
Nombre d'heures : 882h

ADMISSION

Conditions d'admission

Pré-requis :

La formation s'adresse à des étudiants titulaire d'une licence, disposant d'une formation antérieure en commerce international, en gestion et/ou en économie (de type Licence en éco-gestion, Licence LEA, Licence LLCER Parcours Commerce International, etc...) et compétents dans une ou plusieurs langues orientales enseignées à l'INALCO (le niveau de licence de langue orientale est obligatoire pour les non locuteurs maternels), avec un bon niveau d'anglais général (Résultats de TOEIC Listening & Reading niveau 750 minimum ou équivalent (TOEFL, Cambrige, IELTS)
Les candidats sont invités à déposer leur dossier de candidature sur la plateforme MonMaster.

Année 1 :

Année 2 :

Modalités de candidature

Sélection sur dossier puis entretien d'admission comprenant tests (notamment en langue orientale).
Le dossier de candidature doit être déposé sur TMM ou Ecandidat selon le profil pour le master 1 et sur Ecandidat pour le master 2 :
- Lettre de motivation rédigée en français exposant votre projet professionnel (1 page)
- Relevé de notes du premier semestre de l'année en cours
- Copie du ou des diplômes déjà obtenus (avec leurs suppléments)
- Relevés de notes des diplômes obtenus depuis le baccalauréat
- Pour les étudiants étrangers hors UE sans diplôme d'Etat français , attestation officielle du niveau de français C1 (TCF ou DALF) + traduction assermentée,
- Résultats de TOEIC Listening & Reading niveau C1 (TOEFL, Cambrige, IELTS) - sauf pour les candidats pour lesquels l'étude de la langue anglaise est intégré au cursus universitaire en cours ou validé très récemment (exemple : LEA anglais - chinois).

CONTACTS

Vos référents FORMASUP PARIS IDF

Huguette NKONGI MBUNGU

contact@formasup-paris.com

Sonia CHERFI

Pour les publics en situation de handicap : consultez nos pages dédiées Apprenants et Entreprises.

Vos contacts « École/Université »

Ekaterina DEMEAUTIS

ekaterina.demeautis@inalco.fr

PROGRAMME

Code RNCP 35915

Direction et équipe pédagogique

Le Master Management et Commerce International de l'Inalco a pour objectif de former des cadres du commerce international (import/export, marketing international, logistique, suivi de projets, gestion de filiales à l'étranger, etc.)

1) Direction de la formation :
- Michel BLANCHARD, Directeur de la filière Commerce International
- Khadija BAYOUD, Responsable de Formation de la filière Commerce International
- Laura MAGALHAES, Secrétaire pédagogique de la filière Commerce International

2) Titulaires :
- Michel BLANCHARD, Maître de conférences en économie ... Directeur de la filière
- Julien VERCUEIL, Professeur des Universités
- Claire THUMELIN, Prag

3) contractuel
- Susan BASSELIER, Anglais
- Mathilde ALAZRAKI

Professionnels :
Jean AUGERI, Chargé de cours en outils numériques, Coordinateur à l'Université numérique Paris IDF
Nicolas MICHELON, Chargée de cours en préparation du projet professionnel
Liubov TREBUSHKOV

A, Chargé de cours en marketing digital - IIII
Klaudia Zboralska, Chargés de cous en langue polonaise (INALCO)
Line BOUCHER, Chargée de cours en chinois appliqué au commerce international
Jean GERIN, Conseiller honoraire du commerce extérieur de la France
Véronique GUILLOUX, Maîtresse de conférences en Sciences de Gestion (UPEC)
Christophe HEMERY, Professeur Associé
Mai ISOYAMA, Chargée de cours en japonais appliqué au commerce international
Pierre-François JEANDET, Chargé de cours en marketing International
Claire THUMELIN, Formatrice Excel
Hee Bok KIM, Chargée de cours en coréen appliqué au commerce international
Lidia KOLZOUN, Chargée de cours en russe appliqué au commerce international
M. NAGATA, Chargé de cours en japonais appliqué au commerce international, chef d'entreprise
Jean TARDY, Chargé de cours en arabes appliqué au commerce international

Contenus des enseignements

- Statistique
- Analyse financière
- Marketing
- Droit des affaires
- Logistique et fiscalité

- Techniques quantitatives de gestion
- Négociation
- Risque pays
- Management
- Garanties et grands contrats
- Achats internationaux
- Banque et financements à l'international

Compétences linguistiques et aréales
Economie de zone selon l'aire géographique
Langue orientale d'accès

Compétences professionnelles
- Jeu d'entreprises
- Théâtre
- Outils numériques
- Projet professionnel
- Stage obligatoire 2 à 4 mois en master 1, de 4 à 6 mois en master 2

Programme détaillé de la formation	Volume horaire session - 1 année 1	Volume horaire session - 1 année 2
Langues orientales	66h	72h
Anglais	44h	48h
Théâtre	14h	
Préparation rapport d'alternance ou stage		6h
Réussie-PMO-PECO	24h	

Excel ou mise à niveau en comptabilité	14h	
Gestion de projet à l'international	14h	
Commerce International	36h	
Droit	24h	
Finance et enjeux climatiques	36h	
Statistiques économiques	14h	
Marketing international et digital	30h	
intelligence économique	20h	
L'échange international	30h	
Macroéconomie internationale	20h	
Business simulation	20h	
Choix de parcours	6h	
Cross-cultural management		14h
Corporate finance		14h
International digital Marketing		36h
Area Studies : Economics		24h

International LAW	24h
Logistics and Customs operations/purchasing	36h
Opération du Commerce International et risque de change	36h
Business Developpement et contrats internationaux	36h
Applications professionnel	108h
Choix de parcours	16h

Modalités pédagogiques

- Cours communs
- Cours de langue orientale appliqués au commerce international (chinois, japonais, arabe, coréen, russe, etc...) spécifique aux alternants en petits groupes (effectifs de 2 à 10) ;
- Conférences assurés par les Conseillers au Commerce Extérieur de la France (CCEF) ;
- Etude de cas dans la majorité des modules (économie de zone, risque pays, financements de contrats, droit international, marketing, négociation commerciale internationale, etc...) ;
- Business Game sur 2 jours organisé dans le cadre du cours de marketing international ;
- Séjour d'études / séminaire professionnel d'une semaine en France ;
- Séances de retours d'expérience sur l'alternance en entreprise ;
- Séances d'accompagnement méthodologie de rédaction du rapport d'alternance ;
- Tutorat individuel assuré par les membres de l'équipe pédagogique.

Contrôle des connaissances

- Le régime privilégié pour tous les modules de la formation est le contrôle continu (évaluations écrites et orales, rendu de devoirs, exposés individuels et collectifs, présentations, devoirs sur tables, etc...) ;
- Rendu d'un rapport intermédiaire pour dégager la problématique et le plan du rapport final d'alternance - échanges avec les tuteurs pédagogiques ;
- Soutenance du rapport d'alternance : présentation orale sur la base d'une présentation Powerpoint puis échange avec le jury.

Diplôme délivré

Diplôme de grade Master. Domaine Droit, Economie, Gestion ; Mention Management et Commerce International ;
Parcours : 3 parcours possibles :
1) Achats Internationaux,
2) Banque et financement à l'international,
3) Marketing et Développement International.
Diplôme National de niveau 7 du Ministère de l'Enseignement Supérieur et de Recherche délivré par l'Institut national des langues et civilisations orientales (INALCO).

COMPÉTENCES

- Développement international de grandes organisations ou de PME
- Définition et mise oeuvre de la stratégie commerciale de l'entreprise selon des objectifs de rentabilité économique
- Administration des ventes à l'export
- Montage et gestion de projets
- Communication multilingue
- Assistance à l'internationalisation d'une organisation
- Gestion en respect des normes du commerce international

Développement international de grandes organisations ou de PME

- Participer à la réflexion stratégique en matière d'internationalisation, telle que les arbitrages sur les modalités d'implantation en terme de structure (exportation, implantation de filiale, etc), de ressources (management des RH internationales, conditions d'expatriation), de process.
- Participer à la réflexion stratégique en matière de marketing international, prise en compte des couples marchés-produits dans la politique marketing, le marketing international de produits.
- Elaborer et mettre en place les procédures de gestion des activités internationales, au siège ou dans les filiales de groupes

Définition et mise en oeuvre de la stratégie commerciale de l'entreprise selon des objectifs de rentabilité économique

- Participer à la réflexion stratégique en matière de marketing international, prise en compte des couples marchés- produits dans la politique marketing, le marketing international de produits.
- Réaliser des diagnostics internes, analyser l'organisation et actions à mettre en place et proposer des améliorations destinées à améliorer la croissance et la performance.

Administration des ventes à l'export

- Gérer les relations partenariales avec les fournisseurs, les clients, ou les entreprises partenaires tenant en compte la double nécessité d'harmoniser et d'optimiser les pratiques du groupe et de s'adapter aux différents contextes internationaux.
- Planifier un projet en logistique et transport.

Montage et gestion de projets

- Elaborer et suivre un budget.
- Elaborer et assurer le suivi d'un rétroplanning.
- Fixer des objectifs individuels et d'équipe, gestion et animation d'équipes.

Communication multilingue

- Intégrer des dimensions interculturelles dans le pilotage et la gestion humaine des projets.
- Gérer les relations partenariales avec les fournisseurs, les clients, ou les entreprises partenaires tenant en compte la double nécessité d'harmoniser et d'optimiser les pratiques du groupe et de s'adapter aux différents contextes internationaux.
- Manager des équipes multiculturelles.

Gestion en respect des normes du commerce international

- Elaborer et suivre un budget
- Elaborer et suivre les indicateurs de l'organisation (tableaux de bord, ratios financiers, rentabilité et performance des projets) en tenant compte des spécificités de différents pays.
- Appréhender le cadre institutionnel, économique, légal et social dans différents contextes organisationnels et accompagner le développement d'affaires dans ces contextes. Respecter les principes de déontologie et de responsabilité environnementale.