International & Intercultural Business Environment

Infos pratiques

- **ECTS** : 4.5
- **Nombre d'heures** : 56.0
- **Langue(s) d'enseignement** : Anglais, Français
- **Niveau d'étude** : BAC +5
- **Période de l'année** : Enseignement neuvième semestre
- **Méthodes d'enseignement** : En présence
- **Forme d'enseignement** : Cours magistral et Travaux dirigés
- **Composante** : Langues et cultures étrangères
- **Code ELP** : 4V9XIBTP

Présentation

Ce séminaire a pour but d'exposer et d'analyser l'environnement politique, économique et réglementaire international dans lequel les entreprises évoluent. Il se divise en 3 parties et progresse de l'échelle macro à l'échelle micro.

La première partie du séminaire (7 séances de deux heures) analyse l'environnement politique et économique international au niveau macro. Il s'attache d'abord à analyser la typologie des acteurs des relations internationales (États, institutions intergouvernementales, acteurs non-étatiques : entreprises multinationales et investissements directs étrangers, ONG, société civile…). L'accent est placé sur leur statut, leur source de légitimité, leurs fondements juridiques, leur place – et l'évolution de celle-ci – dans l'équilibre des pouvoirs sur la scène internationale. Sont à l'occasion abordées les notions de *hard* et *soft power*, ainsi qu'une introduction aux théories des relations internationales (notamment sur les paradigmes réalistes et libéraux).

La 2e partie du séminaire s'attache au niveau micro. Le cours examine comment préparer son entreprise à l'international, comment diagnostiquer son degré de préparation. Puis il aborde de nombreux aspects techniques liés aux activités internationales des entreprises : protection de la propriété intellectuelle, stratégies de mise sur les marchés internationaux des biens et services (vente directe, agents, distributeurs, IDE, franchise…), documents de transport, INCOTERMS, moyens de paiement. Le cours aborde enfin les questions plus larges de lutte anticorruption, de compliance et de RSE.

La 3e partie est consacrée aux questions interculturelles, d'abord à travers les principaux travaux sur la question (Hofstede, Iribarne, etc), puis à travers des études de cas.

Le séminaire adopte une pédagogie mixte : études de cas, travaux de groupes, exposés, CM.

Évaluation

Cette partie du module International Business Transactions se fonde sur 4 notes : examen final, dossier pays, synthèse de document, et participation.

Compétences visées

Développer les connaissances du contexte géopolitique dans lequel évoluent les entreprises et compétences dans la gestion des opérations des entreprises à l'international

Bibliographie

BRAILLARD, Philippe et Mohammad-Reza Djalili, *Les relations internationales*, Paris, PUF, coll. « Que sais-je ? », 2016.

CAPRON, Michel et Françoise Quairel-Lanoizelée, *La responsabilité sociale des entreprises*, nouv. éd., Paris, La Découverte, 2010.

DEVIN, Guillaume, *Sociologie des relations internationales*, nouv. éd., Paris, La Découverte, 2007.

KEEGAN, Warren J., Mark C. Green, *Global Marketing with MyMarketingLab**, Global Edition, 9th edition, Pearson Education, 2016, ISBN-10: 1292150882 | ISBN-13: 9781292150888

PAVEAU, Jacques et François Duphil, *Exporter : Pratique du commerce international*, Foucher (édition récente).

STEGER, Manfred, Globalization: A Very Short Introduction, 3e éd., Oxford, Oxford University Press, 2013.

CHEVRIER, Sylvie, *Le management interculturel*, PUF/Que sais-je, 2019

MEIER, Olivier, *Management interculturel, stratégie, organisation, performance*, Dunod, 6e ed., 2016.

Contact(s)

> Frederic Heurtebize

Responsable pédagogique
fheurtebize@parisnanterre.fr

> Pierre Arnaud

Responsable pédagogique
parnaud@parisnanterre.fr