

## Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 23469**

### Intitulé

MASTER : MASTER mention LANGUES ETRANGERES APPLIQUEES

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Ministère chargé de l'enseignement supérieur, Université Charles de Gaulle - Lille 3	Ministère chargé de l'enseignement supérieur, Président de l'université de Lille III, Recteur de l'Académie de Lille

### Niveau et/ou domaine d'activité

**I (Nomenclature de 1969)**

**7 (Nomenclature Europe)**

**Convention(s) :**

**Code(s) NSF :**

136 Langues vivantes, civilisations étrangères et régionales, 312 Commerce, vente, 334 Accueil, hôtellerie, tourisme

**Formacode(s) :**

### Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Le **master mention Langues Etrangères Appliquées** propose **quatre parcours** :

**Affaires et Négociations Internationales**

**Management des Projets Touristiques**

**Relations Interculturelles et Coopération Internationale**

**Techniques du Commerce International**

Activités visées par le **Parcours Affaires et Négociations Internationales** :

Au sein d'une entreprise française ou internationale :

Négociation de contrats en trois langues (dont le français),

Réalisation d'études de marché, veille stratégique

Mise en place des banques de données,

Réalisation du conseil financier ;

Management des secteurs achats, ventes, marketing, commerce...

Activités visées par le **parcours Management des Projets Touristiques** :

Montage des projets touristiques,

Mobilisation des acteurs impliqués et identification de leurs attentes

Mobilisation de financements,

nouage des partenariats utiles et inscription de ces partenariats dans la durée dans le but de valoriser un territoire et de participer à son développement, à sa dynamisation et à son attractivité.

Activités visées par le parcours **Relations Interculturelles et Coopération Internationale** :

Les activités s'exercent dans les pays d'Afrique et du monde arabe, d'Amérique latine, d'Asie et les pays francophones.

Définition et pilotage des projets de coopération

Diagnostic de l'environnement économique, juridique, géopolitique et socioculturel d'une région dans le monde

Établissement de la budgétisation d'un projet

Lancement et réponse à un appel à projet

Établissement d'un diagnostic des dispositifs et des acteurs

Traduction des orientations politiques en plans d'action

Planification des coûts et ressources financières d'un projet

Évaluation d'une politique d'action

Développement de projets en situation interculturelle

Communication en deux langues étrangères

Développement et mobilisation d'un réseau international

Recherche des solidarités et synergies pertinentes au niveau international

Organisation et animation des groupes de pilotage interculturels

Adaptation d'un projet à son contexte culturel

Adaptation d'une stratégie de communication à son contexte culturel

Activités visées par le **Parcours Technique du Commerce International** :

Prise en charge des activités de sourcing (recherche, localisation et évaluation d'un fournisseur ad hoc, afin de répondre à un besoin identifié formulé par une entreprise ou par un service ou un département de cette entreprise)

Elaboration des plans de prospection à l'international,

Qualification des clientèles et organisation, sur cette base, des plans de transformation,

Conduite d'études de potentiel et utilisation ou construction des bases de données commerciales.

Conception d'une politique d'achat au regard de l'analyse approfondie des résultats commerciaux de l'entreprise et de sa stratégie

marketing

Négociation d'achat en trois langues dont le français

Management d'une équipe

### **Compétences transversales**

Maîtriser les techniques d'expression écrite et orale (problématiser, analyser, argumenter, synthétiser, traiter l'information, communiquer)

Savoir travailler en mode projet : conception, gestion et accompagnement de projet

Avoir l'esprit critique, savoir conduire une analyse réflexive et distanciée

Etre capable d'initiative, être force de proposition

Savoir travailler en équipe, être adaptable

Maîtriser plusieurs langues étrangères et les utiliser dans un contexte professionnel

Etablir un diagnostic,

Prendre en compte la culture de l'autre

Gérer les aspects multiculturels d'un groupe

Travailler et s'intégrer dans un contexte international par la connaissance des cultures et des représentations

Travailler en contexte interculturel

Produire du sens sur une question

Conduire une négociation

Communiquer efficacement dans différents contextes linguistiques

Utiliser les outils liés aux technologies de l'information et de la communication

### **Compétences spécifiques visées par le parcours Affaires et Négociations Internationales**

Connaître les objectifs, les mécanismes et les enjeux de la stratégie marketing internationale

Analyser les résultats et les performances d'un groupe multinational

Construire une problématique de développement commercial

Maîtriser les aspects financiers, juridiques et fiscaux des affaires

Utiliser les outils d'analyse et d'études de marché à l'international

### **Compétences spécifiques visées par le parcours Management des Projets Touristiques**

Mettre en oeuvre et gérer des projets et missions touristiques

Mener des négociations avec des partenaires internationaux dans des formes collaboratives de négociation

Appréhender les dernières tendances du marché de l'industrie touristique et de ses alternatives et les attentes des populations

Diagnostiquer le potentiel touristique d'un territoire et en favoriser les retombées économiques

Gérer les risques inhérents au secteur de l'industrie touristique et de ses formes alternatives

Utiliser les modes de distribution multi-canaux pour optimiser la promotion et la diffusion de l'offre touristique

### **Compétences spécifiques visées par le parcours Relations Interculturelles et Coopération Internationale**

Maîtriser les savoirs multiculturels des systèmes économiques, politiques et sociaux des zones géographiques des options

Mesurer les impacts et les enjeux culturels, politiques, économiques et sociaux des zones géographiques des options

Connaître les enjeux et cadres réglementaires de la coopération

Connaître les partenaires institutionnels

Comprendre le contexte culturel et géopolitique d'évolution des partenaires

Connaître le contexte socioéconomique des partenaires

Pratiquer le management interculturel

Comprendre les grandes mutations sociétales actuelles

### **Compétences spécifiques visées par le parcours Technique du Commerce International**

Maîtriser les démarches du marketing achat et du trade marketing

Intégrer les opérations de dédouanement dans une gestion analytique des coûts d'approvisionnement

Connaître les fonctions fondamentales du chef de produit ou du chef de collection

Placer son activité dans un cadre financier lié à la finance d'entreprise ou de marché

Maîtriser la gestion de couverture des risques financiers, de change, de géopolitique, et les démarches d'assurance qualité

### **Secteurs d'activité ou types d'emplois accessibles par le détenteur de ce diplôme, ce titre ou ce certificat**

#### **Secteurs d'activité visés :**

Commerce / Achats / Vente / Distribution

Import-export

Logistique et transports (transitaires, affréteurs)

Douanes

Banques, Finance, Assurances

Conseil et études  
Industrie  
Tourisme  
Hôtellerie  
Culture  
Administration / Fonction publique  
Diplomatie  
Coopération internationale  
Recherche

**Métiers visés :**

Responsable de développement international  
Acheteur(se)  
Responsable des transports et paiements internationaux  
Ingénieur d'affaires  
Manager de la distribution internationale  
Responsable de zone export  
Concepteur(trice) de produits touristiques  
Responsable de programmation touristique  
Chargé(e) de mission de développement (France, étranger)  
Responsable d'office de tourisme / syndicat d'initiative  
Responsable qualité/service relations clientèles  
Responsable management  
Responsable Recherche et Développement marketing de produits touristiques  
Responsable de la communication et de la promotion touristiques  
Négociateur (trice) en affaires internationales  
Coordinateur(trice) international(e)  
Chef de projet en affaires internationales  
Directeur(trice) import-export  
Gestionnaire des approvisionnements  
Gestionnaire de franchises internationales  
Ingénieur d'affaires à l'international  
Cadre des organismes internationaux  
Consultant(e) en développement et en coopération internationale  
Attaché(e) culturel(le)

**Codes des fiches ROME les plus proches :**

**D1402** : Relation commerciale grands comptes et entreprises  
**K1401** : Conception et pilotage de la politique des pouvoirs publics  
**M1705** : Marketing  
**M1707** : Stratégie commerciale  
**M1403** : Études et perspectives socio-économiques

**Réglementation d'activités :**

sans objet

**Modalités d'accès à cette certification**

**Descriptif des composantes de la certification :**

Le master se prépare en deux ans de formation organisés en 4 semestres, à raison de 12 semaines de cours par semestre. Les matières sont organisées en UNITES D'ENSEIGNEMENT (UE). La validation des semestres se fait sous la forme de contrôle continu et d'examen terminal donnant droit à des crédits ECTS (European Crédit Transfert System) : 120 crédits ECTS pour valider le master.

**Master Affaires et Négociations Internationales**

En master 1 et master 2, environ 960 heures d'enseignement auxquelles s'ajoute deux stages obligatoire de trois mois minimum (stages à l'étranger recommandés)

Programme des quatre semestres :

Recherche - Langues appliquées (Anglais + au choix allemand, chinois, espagnol, italien, néerlandais, portugais, russe, suédois) -  
Civilisation  
Négociation - institutions européennes - relations internationales  
Finance - commerce extérieur - douane  
Banque et fiscalité - Finances et risques  
Marketing et contentieux  
Communication et informatique  
Gestion de projet  
Projet tutoré

### **Master Management de projets touristiques :**

En master 1 et master 2, environ 990 heures d'enseignement auxquelles s'ajoute deux stages (trois mois en M1 et cinq mois en M2).

Programme des quatre semestres :

Recherche : Culture et sociétés - Langues appliquées (Anglais + au choix allemand, chinois, espagnol, italien, néerlandais, portugais, russe, suédois)

Enjeux du secteur touristique

Management sectoriel - Management de l'événement et promotion touristique

Planification des actions touristiques - Diagnostic, stratégie et planification de l'entreprise touristique - Gestion budgétaire

Montage de projets touristiques - Développement durable et projets touristiques

Production d'offres touristiques et commercialisation - Géographie des destinations touristiques

Informatique - Création de sites web et logiciels appliqués au tourisme

Management de l'entreprise touristique - Droit du tourisme, droit des voyageurs - Analyse financière, gestion de trésorerie

Acteurs du tourisme et développement sectoriel - Développement et formes alternatives de tourisme

Tourisme, territoires et politiques publiques - Géopolitique et tourisme - Marketing territorial - Management des politiques publiques

Montage de projets et production d'offres touristiques, logiciels appliqués au tourisme

Management de l'entreprise touristique - Gestion des ressources humaines et animation d'équipe internationale - Management de qualité et satisfaction client - Gestion de la communication de l'entreprise touristique

Tourisme, Développement et politique territoriale - + mémoire sur les grandes thématiques du secteur touristique et méthodologie

Tourisme, Patrimoine et Culture - Tourisme et développement durable - Patrimoine et territoires - Tourisme et culture - Conférences

E-Tourisme M-Tourisme - Numérique et stratégies de distribution - Logiciels appliqués au tourisme (avancé) - Infographie

Gestion de projets touristiques et entrepreneuriat - Gestion de projets événementiels - Financement et gestion de risques des projets touristiques - Développement personnel et professionnel

### **Master Relations interculturelles et coopération internationale :**

En master 1 et master 2, environ 920 heures d'enseignement auxquelles s'ajoute deux stages (deux mois en M1 et quatre à six mois en M2, stages à l'étranger recommandés).

Programme des quatre semestres :

Recherche : culture et sociétés

Langues appliquées

Dimension culturelle et géopolitique

Outils de gestion de l'interculturalité

Économie, gestion et professionnalisation

TIC, Conception de sites web - Publication assistée par ordinateur

Relations et politiques internationales

Acteurs de la coopération

Action internationale des collectivités territoriales

Fonder et gérer une association

Économie, gestion et professionnalisation

Droit de l'internet - Communication digitale

Stratégies de développement et Évaluation

**Option Afrique et monde arabe :** Afrique subsaharienne et union du Maghreb arabe : environnement économique et institutionnel,

Conduite de projets en Afrique et économie de marché, interculturalité et géopolitique

**Option Amérique latine :** Mondialisation et monde du travail, Conduites de projet en Amérique latine, Amérique latine : interculturalité

**Option Asie :** Interculturalité, Professionnalisation en Asie, Management, Coopération

**Option Francophonie :** Management des organisations culturelles, Plan d'actions culturelles et évaluation, Culture française

contemporaine : comportements et tendances, Cadre économique et juridique des enjeux culturels

### **Master Techniques du Commerce International**

En master 1 et master 2, environ 920 heures d'enseignement auxquelles s'ajoute deux stages (deux mois en M1 et quatre à six mois en M2, stages à l'étranger recommandés).

Recherche : Culture et sociétés - Langues appliquées (Anglais + au choix allemand, chinois, espagnol, italien, néerlandais, portugais, russe, suédois)

Accès aux marchés internationaux : accessibilité réglementaire

Accès aux marchés internationaux : accessibilité physique

Management de l'entreprise exportatrice

Finances et fiscalité de l'entreprise exportatrice

Mission import-export et développement

Informatique (création de sites web)

Entrepreneuriat et management des compétences

Services et économie globalisée

Optimisation des achats et de la supply chain

Sourcing et négociation

Prix, coûts, budget, choix d'investissement

Dossier Perspectives à l'international (outils d'aide au développement international de la PME-PMI)

**Validité des composantes acquises : illimitée**

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	OUINON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	Enseignants chercheurs, enseignants et professionnels
En contrat d'apprentissage	X	<i>Uniquement pour le parcours Management des projets touristiques</i> Enseignants chercheurs, enseignants et professionnels
Après un parcours de formation continue	X	Enseignants chercheurs, enseignants et professionnels
En contrat de professionnalisation	X	Enseignants chercheurs, enseignants et professionnels
Par candidature individuelle	X	<i>possible pour partie du diplôme par VES ou VAP</i> Enseignants chercheurs, enseignants et professionnels
Par expérience dispositif VAE prévu en 2003	X	Jury d'établissement : Enseignants chercheurs, enseignants et professionnels

	OUI	NON
Accessible en Nouvelle Calédonie		X
Accessible en Polynésie Française		X

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS

ACCORDS EUROPÉENS OU INTERNATIONAUX

#### Base légale

##### Référence du décret général :

Article D612-33 du code de l'éducation - Arrêté du 25 avril 2002 relatif au diplôme national de master paru au JO du 27 avril 2002.

##### Référence arrêté création (ou date 1er arrêté enregistrement) :

Arrêté de création : arrêté du 15 décembre 2010 (première habilitation)

Dernier arrêté d'accréditation : arrêté du 17 juin 2015 - n° d'accréditation : 20150408.

##### Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Décret 2013-756 du 19 août 2013 publié au JO du 20 août 2013 créant les articles R613-33 à R613-37 du livre VI du Code de l'éducation

##### Références autres :

#### Pour plus d'informations

##### Statistiques :

Site de l'OFIVE : Observatoire des Formations et la Vie Etudiante de l'Université SHS Lille 3, pour plus d'informations sur la réussite et l'insertion professionnelle des étudiants-es.

<http://ofive.univ-lille3.fr>

##### Autres sources d'information :

<http://formations.univ-lille3.fr> (pour l'information détaillée de la formation)

université Lille 3 SHS

##### Lieu(x) de certification :

Université SHS Lille 3 Charles de Gaulle - 59650 VILLENEUVE D'ASCQ

##### Lieu(x) de préparation à la certification déclarés par l'organisme certificateur :

UFR Langues Étrangères Appliquées -14, Place Bodart Timal - BP 447 - 59058 ROUBAIX Cedex

##### Historique de la certification :

Ces parcours sont les héritiers des MST (Sciences et Techniques du Commerce International), DESS (Affaires et Négociation Internationales), DEA et maîtrise (LEA) qui existaient avant le passage au LMD (Licence Master Doctorat).