



**Département Économie Gestion**  
**Master Management et Commerce International**

**MASTER 2**

**INTERNATIONAL TRADE & B2B MARKETING**

**Année universitaire 2025 / 2026**

**GUIDE DES ÉTUDES**

---

<b>Adresse</b>	Université du Littoral Côte d'Opale – ULCO 220, Avenue de l'université BP 65526 59379 Dunkerque, Cedex 1
----------------	---

---

## CONTACTS

Master 2 « Gestion de Production, Logistique, Achats »,  
*Parcours : « International Trade & B2B Marketing »*

Président de jury :	<b>M. Jordane CREUSIER</b> Email : <a href="mailto:jordane.creusier@univ-littoral.fr">jordane.creusier@univ-littoral.fr</a>	
Responsable de la formation :	<b>M. Falk WAGENHAUSEN</b> Email : <a href="mailto:falk.wagenhausen@univ-littoral.fr">falk.wagenhausen@univ-littoral.fr</a> Bureau : 4405	
Secrétariat pédagogique :	<b>Mme Laetitia VERMERSCH</b> Email : <a href="mailto:laetitia.vermersch@univ-littoral.fr">laetitia.vermersch@univ-littoral.fr</a> Téléphone : 03.28.23.68.87 Bureau : 1408	
Horaire du secrétariat pédagogique :	8h05 – 12h30 13h15 – 16h45 8h10 – 11h45	lundi, mardi, jeudi, vendredi mercredi
Ingénieur de formation (FCU) :	<b>Mme Hélène DENOLF</b> Email : <a href="mailto:helene.denolf@univ-littoral.fr">helene.denolf@univ-littoral.fr</a> Téléphone : 03.28.23.70.86 Bureau : 3 <sup>ème</sup> étage aux Darses (CGU Dunkerque)	
Chargée de Développement Alternance (FCU) :	<b>Mme Sophie SEILLER</b> Email : <a href="mailto:sophie.seiller@univ-littoral.fr">sophie.seiller@univ-littoral.fr</a> Téléphone : 06.70.24.84.32 Bureau : 3 <sup>ème</sup> étage aux Darses (CGU Dunkerque)	

## CALENDRIER DE LA FORMATION

<b>Semestre 9</b>	<b>01/09/2025 → 03/01/2026</b>
CPP	13/02/2026
Jury	13/02/2026

<b>Semestre 10</b>	<b>05/01/2026 → 29/08/2026</b>
Stage	16/03/2026 → 29/08/2026 <i>De minimum 4 mois à maximum 6 mois</i>
Jury (session 1)	25/06/2026
Rattrapages (session 2)	19/08/2026 → 27/08/2026 <i>Inscription obligatoire auprès du secrétariat avant le 03/07/2026 par mail.</i>
Jury (session 2)	03/09/2026
Soutenances (session 1)	22/06/2026 <i>Documents à rendre pour le 15/06/2026</i>
Soutenances (session 2)	31/08/2026 <i>Documents à rendre pour le 24/08/2026</i>

## Le parcours « INTERNATIONAL TRADE & B2B MARKETING »

### 1. Public cible, conditions d'admission et d'inscription

Le Master Management & Commerce International - Parcours International Trade & B2B Marketing (MCI - ITM) s'adresse aux étudiants titulaires des diplômes sanctionnant les études de premier cycle, ayant un bon niveau en anglais, ainsi qu'à ceux qui peuvent bénéficier de l'article L. 613-5 ou des dérogations prévues par les textes réglementaires :

- Licence 3 Economie – Gestion ;
- Licence 3 Langues Etrangères Appliquées ;
- Licence Professionnelle en Commerce International ;
- Diplôme étranger équivalent à la Licence 3 Economie Gestion ou Langues Etrangères Appliquées.

L'admission en Master 1 MCI – Parcours ITM est limitée et subordonnée à l'examen d'un dossier de candidature. La procédure de dépôt du dossier de candidature est présentée sur le site de l'ULCO. L'admission en Master 2 MCI – Parcours ITM est de droit pour les étudiants qui ont validé le Master 1 MCI – Parcours ITM.

L'inscription administrative dans le parcours est **annuelle** conformément aux dispositions nationales. L'inscription pédagogique est faite en début d'année universitaire pour les deux semestres, avec **possibilités** de modification, au plus tard dans le mois qui suit le début du 1er semestre.

La formation est ouverte à l'alternance dès la rentrée 2022 selon le calendrier en annexe.

### 2. Objectifs & Débouchés

Le Master MCI - Parcours ITM vise à acquérir des savoir-faire en matière d'analyse de l'environnement des affaires et de prise de décision notamment à l'étranger. L'étudiant est confronté à des problématiques de nature commerciale et marketing, spécifiques aux entreprises en B2B, en France comme à l'international. Il doit être en mesure de :

- Concevoir, budgéter et lancer sur le marché domestique ou international de nouvelles offres de produits et services en B2B ;
- Déployer une démarche de marketing stratégique et de marketing international ;
- Identifier des clients et des réseaux de distribution en France et à l'export, être capable d'impliquer les importateurs dans le déploiement de la stratégie marketing sur les marchés d'export ;
- Gérer les opérations à l'international ;
- Communiquer sur les produits et les marques en France et à l'international.

A l'issue des deux années du Master MCI - ITM, l'étudiant peut :

- occuper les fonctions de directeur/responsable marketing, directeur/responsable commercial, responsable export, chargé de développement international, consultant en développement international, responsable de grands comptes, chef de produit, chef de secteur/zone export, trade marketer (France et export), chargé d'affaires, chargé de clientèle, ingénieurs d'affaires, community manager, chef de projet Web, digital manager... dans les grandes, petites et moyennes industries manufacturières, les entreprises de services high tech, les administrations ;
- s'engager dans la préparation d'un **Doctorat**

## SEMESTRE 9

ID.	MATIÈRE	ENSEIGNANT(S)	CM	TD	EC
<b>91</b>	<b>International &amp; B2B Marketing</b>				
911	B2B & industrial marketing	M. Pascal HERVIEU	12	10	3
912	International strategic & B2B Marketing	M. Björn WALLISER	12	10	4
<b>92</b>	<b>Language</b>				
921	International Business English	Mme Solenn LELEU	0	25	3
<b>93</b>	<b>International Project Management</b>				
931	Communication & negotiatin in Spanish or German	M. Jorg WILDAU Mme Sabine FLAHAUT	0	20	3
932	Project management	M. Falk WAGENHAUSEN M. Jordane CREUSIER	0	20	3
<b>94</b>	<b>International &amp; BtoB Relationships' Management</b>				
941	Key account & CRM	Mme Raluca MOGOS DESCOTES	12	10	7
942	Importer-exporter relationship management		12	10	7
<b>TOTAL SEMESTRE</b>			<b>48</b>	<b>105</b>	<b>30</b>

Le bonus pour le semestre 9 sera attribué dans l'UE « () ». Pour plus d'information sur les bonus, vous pouvez consulter [le guide ici](#).

## SEMESTRE 10

ID.	MATIÈRE	ENSEIGNANT(S)	CM	TD	EC
<b>101</b>	<b>Foreign Market Entry Management</b>				
1011	Foreign markets' prospection, selection and development	Mme Raluca MOGOS DESCOTES	12	10	4
1012	Foreign markets' prospection, selection and development	Mme Raluca MOGOS DESCOTES	12	10	4
<b>102</b>	<b>International Business Methods and Brand Management in B2B settings</b>				
1021	International business research methods	Mme Yosra BOUGHATTAS	12	10	4
1022	International brand management in B2B settings	Mme Alina SIMION	12	10	4
<b>103</b>	<b>Internship &amp; Master thesis</b>				
1031	Internship & Master thesis	Enseignant inconnu	0	0	14
<b>TOTAL SEMESTRE</b>			<b>48</b>	<b>40</b>	<b>30</b>

## UNITÉ 911 : B2B & industrial marketing

---

<b>Enseignant</b>	M. Pascal HERVIEU
<b>Volume horaire</b>	12h CM, 10h TD
<b>Coefficient</b>	3 ECTS
<b>Unité d'Enseignement</b>	UE 91 : International & B2B Marketing

---

Fichier source : fiches/911.tex

### Mots clés

- Marketing B2B
- Canal de distribution
- Marketing Industriel
- Négociation des contrats industriels
- Gestion des achats
- Gestion de la qualité

### Objectifs

- Introduction au Marketing Industriel
- Connaissance des spécificités du Marketing B2B
- Gestion des opérations commerciales en amont et en aval
- Négociation des contrats dans un cadre de marketing industriel et international

### Plan du cours

- Chapitre 1 : Le Marketing B2B
- Chapitre 2 : Négociation des contrats en B2B à l'international
- Chapitre 3 : Le Marketing Industriel
- Chapitre 4 : Le Canal de Distribution
- Chapitre 5 : Gestion des achats et de la qualité

### Modalité de contrôle de connaissances

Études de cas, TD, Cas pratique

### Bibliographie

- Jallat, Frédéric ; Lindon, Denis. Le marketing. Dunod, 2016.
- Pardo, Catherine ; Paché, Gilles. Commerce de gros, commerce inter-entreprises. EMS Editions, 2015.

## UNITÉ 912 : International strategic & B2B Marketing

---

<b>Enseignant</b>	M. Björn WALLISER
<b>Volume horaire</b>	12h CM, 10h TD
<b>Coefficient</b>	4 ECTS
<b>Unité d'Enseignement</b>	UE 91 : International & B2B Marketing

---

Fichier source : fiches/912.tex

### Mots clés

- Sélection des marchés/pays,
- segmentation internationale,
- positionnement international,
- stratégie marketing, B2B

### Objectifs

Mettre les apprenants en situation de consultant en développement international sur la base d'une méthodologie d'analyse de la dynamique du développement international de l'entreprise et d'études de cas.

A l'issue du cours, chaque apprenant devra être en mesure de :

- réaliser une analyse externe (repérage des mutations de l'environnement international qui ont un impact sur l'activité de l'entreprise) et une analyse interne (diagnostic d'internationalisation de l'entreprise) ;
- choisir des cibles hors des frontières nationales et de construire un positionnement à l'international ;
- faire des recommandations en termes de (re)formulation de la stratégie marketing à l'international ;
- concevoir et de mettre en œuvre la stratégie marketing dans un marché/pays.

### Plan du cours

- Chapitre 1 : L'internationalisation : opportunités et contraintes
- Chapitre 2 : Le diagnostic de développement international et la segmentation internationale
- Chapitre 3 : Le positionnement dans les marchés/pays
- Chapitre 4 : La stratégie marketing à l'international
- Chapitre 5 : Le plan de stratégie marketing par marché/pays/région

### Modalité de contrôle de connaissances

- 1ere session : Contrôle continu : au moins une note de CC/apprenant 100%
- 2e session : Examen individuel sur table 100%

### Bibliographie

- JCROUE, C. (2012), « Marketing international, un consommateur local dans un monde global », DeBoeck.
- GHOURI, P.N. et CATEORA, P.R. (2010), « International marketing », European Edition, Mc Graw-Hill.
- JOLIVOT, A.G. (2013), « Marketing international », 2e édition, Dunod.
- LAMBIN, J.-J. et DE MOERLOOSE, C. (2016), « Marketing stratégique et opérationnel », Dunod.
- MALAVAL, Ph. et BENAROYA, Ch. (2009), « Marketing Business to Business, Marketing industriel et d'affaires », Pearson Education.
- MAYRHOFFER, U. (2004), « Le marketing international », Economica.

## UNITÉ 921 : International Business English

---

<b>Enseignant</b>	Mme Solenn LELEU
<b>Volume horaire</b>	0h CM, 25h TD
<b>Coefficient</b>	3 ECTS
<b>Unité d'Enseignement</b>	UE 91 : International & B2B Marketing

---

Fichier source : fiches/921.tex

### Mots clés

- Amélioration des compétences
- Certification CLES

### Objectifs

Amélioration du niveau général de compétences en langues (compréhension orale, compréhension écrite, production orale, production écrite) visant l'obtention d'une certification à la fin du semestre 3 de Master 2.

Travail sur des ressources thématiques en lien avec la formation et sur le développement professionnel dans le monde anglophone.

### Plan du cours

Le travail s'organise autour de 5 compétences du Cadre Européen Commun de Référence pour les langues. Entraînement sur des sujets de la Certification CLES niveaux B1 ou B2 en M2 semestre 9.

Le niveau minimum requis en Master est le niveau B2+ du Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues (CECRL).

Dans le cas de l'UE LanSAD non acquise en session 1 :

- si l'une (ou plusieurs) des 3 notes est supérieure à 10, la note est conservée en session 2 ;
- si l'une (ou plusieurs) des 3 notes est inférieure à 10, l'étudiant repasse la PLO, la PLE ou le TAG correspondant en session 2.

Dans le cas de l'UE LanSAD non acquise en session 1 et 2, pour un étudiant doublant son année :

- es notes de PLE, PLO et TAG ne sont pas conservées ; l'étudiant doublant doit repasser l'intégralité des épreuves de l'UE (3 notes).

#### Intégration du CLES en M2 - semestre 9

En plus des évaluations du semestre en langues, le semestre 9 de M2 intègre une note de CLES (Certificat de Com-

pétences en Langues de l'Enseignement Supérieur) à hauteur de 50% de la note semestrielle de langue 1. L'étudiant doit donc se présenter au CLES dans la langue choisie en langue 1. Toute autre certification que le CLES pourra

faire l'objet d'une validation, totale ou partielle, par la Commission LanSAD. Par ailleurs, une certification (CLES ou autre) obtenue antérieurement au M2S9 sera prise en compte par la Commission LanSAD.

#### Session 1 :

- Pratique de Langue écrite : CE, PE\*
- Pratique de Langue orale : PO, CO\*
- Autoformation guidée : TAG, TAG
- CLES : session univque

**Session 1 (Epreuve de substitution) :**

- Pratique de Langue écrite : épreuve de PLE
- Pratique de Langue orale : épreuve de PLO
- Autoformation guidée : délai supplémentaire
- CLES : Orientation vers les épreuves de substitution, sans possibilité d'obtenir la certification

**Session 1 (Session 2) :**

- Pratique de Langue écrite : épreuve de PLE
- Pratique de Langue orale : épreuve de PLO
- Autoformation guidée : délai supplémentaire
- CLES : Orientation vers les épreuves de session 2, sans possibilité d'obtenir la certification

**Pondération des notes :**

- Pratique de Langue écrite (PLE) : 20 %
- Pratique de Langue orale (PLO) : 20 %
- Autoformation guidée (TAG) : 10 %
- CLES : 50 %

L'orientation des étudiants vers le CLES B2 ou le CLES B1 sera effectuée en fonction des résultats obtenus au test de positionnement, ou sur proposition de l'enseignant, après accord du Président du jury CLES.

**Déroulement des sessions 1 et 2 en M2 - S9**

- *\* Dans la mesure du possible, les épreuves de compréhension orale et de production écrite seront communes aux étudiants de M2 d'un même parcours. Ces épreuves auront lieu le même jour, sur un même créneau.*
- *\*\* Attention, le CLES B2 est obtenu si et seulement si toutes les compétences de niveau B2 sont validées au moment de leur évaluation ; le CLES B1 est obtenu si et seulement si toutes les compétences de niveau B1 (ou B2) sont validées au moment de leur évaluation. Une compétence C1 évaluée au cours d'une certification CLES ou équivalente = 5 points.*

**Bonus Centre de Langues (LV2-LV3) et CLES** Les enseignements facultatifs suivis dans le cadre du Centre de Langues donnent lieu à des évaluations sur le même format que celles prévues dans les MCCC LanSAD de Master (cf. supra), mais n'incluent au que 5 heures minimum de Travail en Autoformation Guidé (TAG). Le CLES n'est pas intégré dans les notes finales de Master.

La moyenne des 3 notes donne lieu à une note prise en compte dans le Bonus chaque semestre.

Au Centre de Langues, un étudiant ne peut pas s'inscrire dans un cours dont il maîtrise déjà parfaitement la langue enseignée (niveau C2 du CECRL). Si un étudiant a déjà validé un niveau dans une langue, il devra alors obligatoirement s'inscrire dans le niveau supérieur, s'il se réinscrit dans cette même langue, l'année suivante.

La réussite totale ou partielle au CLES (ou autre certification) dans une langue autre que la langue 1 donne lieu à l'attribution d'une note bonus selon les tableaux de conversion des notes CLES en Licence pour le 2e semestre de l'année d'études en cours. De même, toute certification en langue, en dehors des cas énoncés ci-dessus, pourra faire l'objet d'une demande de conversion en points bonus par la Commission LanSAD.

**Bibliographie**

Travail sur des documents authentiques, documents d'actualité etc.

## UNITÉ 931 : Communication & negotiatin in Spanish or German

---

<b>Enseignant</b>	M. Jorg WILDAU Mme Sabine FLAHAUT
<b>Volume horaire</b>	0h CM, 20h TD
<b>Coefficient</b>	3 ECTS
<b>Unité d'Enseignement</b>	UE 93 : International Project Management

---

Fichier source : fiches/931.tex

### German :

#### Mots clés

commerce – négociation - international

#### Objectifs

Développement des compétences linguistiques orales et écrites en allemand dans des situations de communication professionnelles

#### Plan du cours

Développement des compétences linguistiques orales et écrites en allemand dans des situations de communication professionnelles

- Simulations de négociations commerciales
- Simulations d'entretiens d'embauche
- Rédaction de documents professionnels (lettres, catalogues, aides à la vente, etc...)
- Révisions et approfondissement des structures de la langue
- Développement du lexique professionnel

#### Modalité de contrôle de connaissances

Contrôle continu

#### Bibliographie

- La pratique de l'Allemand de A à Z
- Les verbes allemands – Bescherelle
- Le mot et l'idée – allemand – éd. Ophrys
- Les mots-clés du commerce international – allemand – coll. Lexipro allemand – éd. Breal

### Spanish :

#### Objectifs

- Approfondir les compétences linguistiques applicables au monde professionnel Compétences visées :
- Comprendre un document général ou professionnel (Écrit et Oral) -
- Communiquer à l'écrit comme à l'oral
- Acquérir les outils pour faire une présentation orale
- Acquérir les outils pour interagir dans une situation professionnelle

#### Plan du cours

- se présenter et présenter son entourage professionnel son activité professionnelle
- la correspondance
- CV, lettre de motivation, entretien d'embauche

- conversation téléphonique, vidéo conférence
- prendre la parole en public
- négociation avec des locuteurs étrangers en tenant compte de la dimension interculturelle
- sensibilisation aux questions environnementales et de responsabilité sociale

## Contenus

- Divers supports et documents transdisciplinaires authentiques relevant du domaine de la gestion, de l'économie, du marketing et du commerce.
- Études de documents audio, vidéo, articles de presse ; jeux de rôle, présentations orales ; résumés ou synthèses de documents ; recherche documentaire (exposés, dossiers de presse,...), études de cas.

## Modalité de contrôle de connaissances

- Un contrôle continu en Pratique de langue orale (40/
- Un contrôle continu en Pratique langue écrite (40/
- Un travail en autonomie (20/

## Modalité de contrôle de connaissances

sera fournie par l'enseignant

## UNITÉ 932 : Project management

---

<b>Enseignant</b>	M. Falk WAGENHAUSEN M. Jordane CREUSIER
<b>Volume horaire</b>	0h CM, 20h TD
<b>Coefficient</b>	3 ECTS
<b>Unité d'Enseignement</b>	UE 93 : International Project Management

---

Fichier source : fiches/932.tex

### Mots clés

Project management, Communication

### Objectifs

This class aims broadly at developing students' project management skills and federating the students for strengthening International Trade and B2B Marketing Alumni network. For this reasons, for some of the sessions of the course Master 2 students will meet up with Master 1 students. Students work in groups starting with

September till January for developing several projects related to the broad field of International Trade, Marketing and Communication. The main objectives of the course are the following :

- Develop students' project management skills
- Develop students' communication skills (via social media or broadly around their projects)
- Improve students' collaboration skills through teamwork

Examples of projects envisaged :

- Communication on LinkedIn regarding the International Trade B2B Marketing Master
- Organization of JPE (Journée Premier Emploi)
- Organization of JPE (Journée Premier Emploi) Organization of local visits
- Organization of JPE (Journée Premier Emploi) Organization of a trip to Brussels

### Plan du cours

- **Session 1.** Introduction
- Developing and choosing the project management
- Forming the students' work groups
  
- **Session 2.** Defining project aims and objectives
- Setting the goals and objectives of the project
- Reflection about the added value of the project on students' CV
  
- **Session 3.** Developing creative thinking skills, around the project
- Brainstorming
- Mindmapping
  
- **Session 4.** Developing an agenda for project management
- Defining the main phases of the project
- Establishment of an agenda
  
- **Session 5.** Project Management in practice
- Feedback on the first phases of the project
  
- **Session 6.** Evaluation of the project management
- Evaluation of the project management

## Modalité de contrôle de connaissances

100% - (Group) Oral presentation of the project management and results (during the last session)

## Bibliographie

- Mesly, O. (2020). Marketing Projects. USA : CRC' Taylor and Francis.
- PMBOK (6e édition, 2017) en format e-book ou en format livre, disponible à la bibliothèque ([https://www.pmi.org/pmbok-guide-standards/foundational/pmbok\[1\]](https://www.pmi.org/pmbok-guide-standards/foundational/pmbok[1])).

*Note : Le format APA (ou équivalent) est exigé dans la référence*

## UNITÉ 941 : Key account & CRM

---

<b>Enseignant</b>	Mme Raluca MOGOS DESCOTES
<b>Volume horaire</b>	12h CM, 10h TD
<b>Coefficient</b>	7 ECTS
<b>Unité d'Enseignement</b>	UE 94 : International & BtoB Relationships' Management

---

Fichier source : fiches/941.tex

### Mots clés

Key Account Management, GRC, CRM, Stratégie de filière, Externalisation, Outsourcing, Stratégies d'achat

### Objectifs

Cet enseignement a pour objectif de fournir aux étudiants les compétences nécessaires au management d'un compte-clé, de gestion d'un processus d'affaires et de la négociation dans des situations à fort enjeu en termes de gestion de la relation client. Il permet également de maîtriser les principales conséquences issues de la conclusion d'un contrat. Les compétences visées sont :

- être capable de segmenter ses clients afin de proposer des produits et services adaptés
- gestion de la relation client en ligne
- gestion du SAV en B2B
- maîtriser la conclusion de contrat en B2B

### Plan du cours

1. Les comportements, les profils de vendeurs.
2. Gestion de la relation client en ligne
3. Maîtrise des conséquences juridiques de la conclusion des contrats
4. Gestion d'affaires : la gestion des temporalités hors affaires, en amont, dans l'affaire
5. Gestion de la relation client post-vente ; gestion des SAV

### Modalité de contrôle de connaissances

Une Etude de cas en fin de module - 100% de la note

### Bibliographie

- Vendre : stratégie, hommes, négociations, Pearson 1998, Anne Macquin
- Encyclopédie de la vente et de la distribution - Economica 2001, Alain Bloch, Anne Macquin Comment réussir une négociation - Seuil 2006 Robert Fisher, Bruce Patton, William Ury
- Saint-Germain ou la négociation - Folio 2009 Francis Walder
- La négociation post-moderne - Publibook 2006 Christophe Dupont

## UNITÉ 942 : Importer-exporter relationship management

---

**Enseignant****Volume horaire** 12h CM, 10h TD**Coefficient** 7 ECTS**Unité d'Enseignement** UE 94 : International & BtoB Relationships' Management

Fichier source : fiches/942.tex

### Mots clés

Import, Export, Importer-Exporter Relationship (IER) Management

### Objectifs

Most of the French companies use exporting as the major foreign presence mode. More than 70% of them develop their activities abroad exclusively through direct or indirect exporting. It is therefore of utmost importance that within this class student enlarge their knowledge about exporting and about the importer-exporter relationship management. The class is organized in collaboration with CCEF (Conseillers en Commerce Extérieur de la France).

Four CCEF testimonies regarding real cases of IER management in their (internationalized) companies, operating in the B2B industrial sectors are used as « real » case studies for improving students knowledge and awareness on the subject. The main objectives of this class are the following :

- Understand the importance of exporting
- Developing a clear understanding of the advantages and disadvantages of direct and indirect exporting forms
- Understand the complementarity of transactional and relational approaches for apprehending IER management
- Knowledge of the dimensions of IER
- Understanding the link between psychic distance and IER

### Plan du cours

- **Session 1.** Introduction
  - The importance of exporting
  - Direct and indirect exporting
- **Session 2.** IER dimensions and outcomes
  - Trust
  - Cooperation
  - Continuity willingness
  - Measures of IER
  - Commitment and loyalty
  - Exporter performance
- **Session 3.** Psychic distance and IER
  - Psychic distance definition and operationalization
  - The complexity of the link between psychic distance and IER
- **Session 4.** Transactional aspect of the IER
  - Securing export operations
  - Incentives and monitoring
- **Session 5.** Internal and external factors affecting IER development
  - Internal factors
  - External factors

- **Session 6.** The dark side of IER
- Opportunism
- Machiavelism
- Sabotage
  
- **Session 7.** IER project – Q&A
- IER project – intermediary presentation
- Q&A relating to the project

## Modalité de contrôle de connaissances

The class is organized in collaboration with CCEF (Conseillers en Commerce Extérieur de la France). Four CCEF testimonies regarding real cases of IER management in their (internationalized) companies, operating in the B2B industrial sectors are used as « real » case studies for improving students knowledge and awareness on the subject.

## Modalité de contrôle de connaissances

- 100% of the final mark - 20-30 pages written report (APA style format)
- MALUS & BONUS points – presentation of the intermediary report (+ or -1 point/20)

## Indicative structure of the report :

- Introduction : the focus and the importance of the study
- Literature review
- Research propositions

## Bibliographie

- Awan, Usama, Andrzej Kraslawski, Janne Huiskonen (2018), Governing Interfirm Relationships for Social Sustainability : The Relationship between Governance Mechanisms, Sustainable Collaboration, and Cultural Intelligence, *Sustainability*, Vol. 10, issue 12, Pages 4473-4477.
- Bilge Aykol, Leonidas C. Leonidou (2018), Exporter-importer business relationships : Past empirical research and future directions, *International Business Review*, Volume 27, Issue 5, Pages 1007-1021.
- Dionysis Skarmeeas, Athina Zeriti, Paraskevas Argouslidis (2019), Importer and exporter capabilities, governance mechanisms, and environmental factors determining customer-perceived relationship value, *Industrial Marketing Management*, Volume 78, Pages 158-168.
- Expósito, A., Sanchis-Llopis, J.A. (2019), The relationship between types of innovation and SMEs' performance : a multi-dimensional empirical assessment. *Eurasian Bus Rev*, 9, 115–135.
- Kantaruk Pierre, O., Mogos Descotes, R. & Walliser, B. (2020). Émergence des innovations collaboratives au sein des PME exportatrices françaises et ukrainiennes. *Management international / International Management / Gestión Internacional*, 24(5), 49–60.
- Leonidou, L. C., Barnes, B. R., & Talias, M. A. (2006). Exporter-importer relationship quality : The inhibiting role of uncertainty, distance and conflict. *Industrial Marketing Management*, 35, 576-588.
- Miocevic, D. (2016), The antecedents of relational capital in key exporter-importer relationships : An institutional perspective. *International Marketing Review*, 33(2), 196–218.
- Mohammad F., Ramayah, T. , Soto-Acosta, P., Lee, Y.-Y. (2020), SMEs internationalization : The role of product innovation, market intelligence, pricing and marketing communication capabilities as drivers of SMEs' international performance, *Technological Forecasting and Social Change*, 152.
- Obadia, C. (2008). Cross-border inter-firm cooperation : The influence of the performance context. *International Marketing Review*, 25(6), 634-650.
- Obadia, C. & Vida, I. (2018), Distance psychique : une revue de la littérature sur les relations export (2007-2016). *Management international / International Management / Gestión Internacional*, 23(1), 138–147.

## UNITÉ 1011 : Foreign markets' prospection, selection and development

---

<b>Enseignant</b>	Mme Raluca MOGOS DESCOTES
<b>Volume horaire</b>	12h CM, 10h TD
<b>Coefficient</b>	4 ECTS
<b>Unité d'Enseignement</b>	UE 101 : Foreign Market Entry Management

---

Fichier source : fiches/1011.tex

### Mots clés

Foreign markets' prospection, market selection, market development, serious game

### Objectifs

By the end of this class, students should be able to understand :

- How to prospect foreign markets
- To establish criteria for selecting foreign markets
- To develop business in those chosen foreign markets in order to improve companies' turnover and profits

The course uses a business game simulation approach (Global Challenge by CESIM).

### Plan du cours

- Overall presentation of the business game simulation : Global Challenge
- **Session 2.** Foreign markets prospection
- Critically assessing the foreign markets prospection modalities
- **Session 3.** Foreign markets' selection
- Establishing and ranking the criteria for foreign markets' selection
- **Session 4.** Foreign markets' development
- Starting activities in 'new' foreign markets
- **Session 5.** Evaluation of the overall international strategy of the company
- Quantitative and qualitative objectives
- Segmentation and positioning on foreign markets
- **Session 6.** International business (financial) performance in multinational firms
- International financial operations
- Stock market related operations

### Modalité de contrôle de connaissances

100% - - ranking obtained for the business game simulation

### Bibliographie

- Chetty, S., Eriksson, K., & Lindbergh, J. 2006. The effect of specificity of experience on a firm's perceived importance of institutional knowledge in an ongoing business. *Journal of International Business Studies*, 37 (5) : 699–712.
- Eriksson, K., Johanson, J., Majkgaard, A., & Sharma, D. D. 1997. Experiential knowledge and cost in the internationalization process. *Journal of International Business Studies*, 28 (2) : 337–360.
- Evans, J., & Mavondo, F. T. 2002. Psychic distance and organisational performance : An empirical examination of international retailing operations. *Journal of International Business Studies*, 33 (3) : 515–532.

- Oyson, Manjo and Whittaker, D. Hugh (2010) An opportunity-based approach to international entrepreneurship : pursuing opportunities internationally through prospection. In : The 18th Annual High Technology Small Firms Conference : May 27-28, 2010 + May 25-26 Doctoral Workshop, University of Twente, Enschede, The Netherlands., 25 May 2010 - 28 May 2010, Enschede, The Netherlands .

## UNITÉ 1012 : Foreign markets' prospection, selection and development

---

<b>Enseignant</b>	Mme Raluca MOGOS DESCOTES
<b>Volume horaire</b>	12h CM, 10h TD
<b>Coefficient</b>	4 ECTS
<b>Unité d'Enseignement</b>	UE 101 : Foreign Market Entry Management

---

Fichier source : fiches/1012.tex

### Mots clés

Foreign market entry modes, direct and indirect exporting, IJV, M&A, franchizing & licencing, green field investment.

### Objectifs

After this course, students should be able to :

- Understand the main concepts, notions and factors related to developing foreign markets.
- Make use of appropriate tools and frameworks to assess the variety of options a company is faced with when entering foreign markets.
- Select/design and operationalize the company's most appropriate foreign entry modes as part of its expansion in international markets.

### Plan du cours

- **Module 1 : Introduction to foreign entry modes**
- Durée : 3h
- **Description/Content :**
- Why should companies care about developing foreign markets ?
- The drivers
- The inhibitors
- What is an entry strategy ?
- **pedagogical sources / resources :**
- Going global : misconceptions and reality check, JP David, Institut MX, March of 2021.
- Total Global Strategy II : International Edition, G. Yip, 2012
  
- **Module 2 : The context of international business**
- Durée : 3h
- **Description/Content :**
- The International trade theories across the centuries
- Major trends taking place in international business
- The company facing 2 types of pressure
- The strategic variations of internationalization (Corporate strategy, International strategy, Entry strategy)
- **pedagogical sources / resources :**
- International Business : Competing in the Global Marketplace, Chapter 13, The strategy of international business, C. Hill, 2021
  
- **Module 3 : Entry strategies – Export modes**
- Durée : 3h
- **Description/Content :**
- Description
- Advantages
- Disadvantages
- Examples / cases
- **pedagogical sources / resources :**

- International Marketing and Export Management, Export Entry Modes, Chapter 8, G. Albaum & E. Duerr, 2011.
- **Module 4 : Entry strategies – Non-Export modes**
- Durée : 3h
- **Description/Content :**
- Description
- Avantages
- Inconvénients
- Exemples / cas
- **pedagogical sources / resources :**
- International Marketing and Export Management, Non-Export Entry Modes, Chapter 9, G. Albaum & E. Duerr, 2011.
- **Module 5 : Choosing the right entry mode – Part 1**
- Durée : 3h
- **Description/Content :**
- Assessing the options : factors and frameworks
- **pedagogical sources / resources :**
- How to Select an Export Mode without Bias, Obadia & Bello, 2018.
- La stratégie d'internationalisation des PME : le modèle Mercadex-Desjardins, S. Vergnaud, Concepts et cas en management stratégique, chapitre 9, Lavoisier, 2005.
- **Module 6 : Choosing the right entry mode – Part 2**
- Durée : 3h
- **Description/Content :**
- Selecting the entry strategy
- **pedagogical sources / resources :**
- TRIAX(TM) : A digital solution to prioritizing international triptychs (product- market-mode of entry)
- The Mercadex-Desjardins model : A heuristic approach to planning internationalization strategies for SMEs, David, 2002
- **Module 7 : Operationalizing the entry mode**
- Durée : 4h
- **Description/Content :**
- Identifying, qualifying, signing and onboarding foreign partners (upstream / downstream)
- Organizing and coordinating business activities abroad
- Other relevant issues (e.g. CSR, sustainability, international networks...)
- **pedagogical sources / resources :**
- International Business : A Managerial Perspective, International Organization Design and Control, Chapter 14, R.W. Griffin & M.W. Pustay, 2015.
- International Business : Competing in the Global Marketplace, Chapter 14, The organization of International business : C. Hill, 2021

## Plan du cours

- 40% : Group Assignment\*
- *Analysis Report* 20%
- *Oral presentation (at module 7)* 20%
- 15% : Individual Assignment - In-class (case study or quiz)
- 45% : Written Exam

\* *Group Assignment : Teams of 3-4 members prepare a company's international business development project, using the theoretical bases and tools throughout the course (7 modules). The group has to choose a company among 4 profiles (product B2B, product B2C, service B2B, service B2C) they are presented with. The team's objective for the chosen company is to describe and support recommendations about the entry mode as well as of its related operationalization. The project is presented in-class by the teammates during the module 7.*

## Bibliographie

- Hill, Global Business Today, 6th Edition, McGraw-Hill Companies, 2008.
- Hill, International Business, Managing Globalization, Sage, 2009.
- Rodrigues, International Management, 3rd Edition, Sage, 2009.

## UNITÉ 1021 : International business research methods

---

<b>Enseignant</b>	Mme Yosra BOUGHATTAS
<b>Volume horaire</b>	12h CM, 10h TD
<b>Coefficient</b>	4 ECTS
<b>Unité d'Enseignement</b>	UE 102 : International Business Methods and Brand Management in B2B settings

---

Fichier source : fiches/1021.tex

### Mots clés

research methods, master thesis

### Objectifs

By the completion of this module, the student should be able to :

- review current knowledge in a specified area as a means of establishing the status and limitations of current knowledge in that area ;
- identify a business research question and justify its relevance to practice and its significance as a potential contribution to existing knowledge ;
- select and justify a research methodology to meet specified research aims and objectives ;
- analyse and interpret primary and secondary research data, testing for validity and reliability and accounting for the influence of method on results.

### Plan du cours

- **Session 1. The purpose and objectives of a business research project :**
- The aim and objectives of carrying out research in business and management ; the value of producing a research-based dissertation ; and the stages involved in completing a successful business research project for the award of an BA degree.
- **Session 2. Choosing and developing a research subject :**
- The choice of a relevant research topic ; the factors that may influence the choice of a research topic ; generating research ideas ; developing a research topic and setting the research objectives.
- **Session 3. Reviewing current knowledge :**
- The purposes of a literature review in defining the shape and limits of current knowledge ; defining information needs and search strategies within the available source base ; conducting a literature review ; evaluating, organizing and synthesizing the relevant literature ; and managing bibliographic records.
- **Session 4. Designing a research strategy :**
- Defining research questions and building hypotheses ; exploring different methodologies ; their roles and limitations ; the nature of knowledge and methods in management research : epistemological and ontological issues ; the role of the researcher and the importance of research ethics ; and writing a research proposal.
- **Session 5. Research methods :**
- Approaches to primary research and techniques of data collection ; qualitative and quantitative research methods ; triangulation ; and general guidelines for empirical research.
- **Session 6. Analysing primary data :**
- Statistical tests for validity and reliability ; key statistical analyses ; commenting on and interpreting data.
- **Session 7. Presentation and discussion of research findings. Writing up, preparing and submitting the dissertation :**

- Discussing the outcomes of primary research. Discussing findings based on analysis of research data. Formulating conclusions and recommendations.
- The structure and content of an academic dissertation ; Dissertation format ; the use of references, footnotes and quotations.

## Modalité de contrôle de connaissances

The intended learning outcomes will be assessed as follows : End of Course Assessment : 100% Business Specific

### Research Proposal

- Group (2-4 students)
- 20-30 pages document APA style

## Bibliographie

- Saunders, M. et al. (2009), *Research Methods for Business Students*, 5th ed, Harlow, Pearson Education. (reference book)
- Bryman, A. (2007), *Business Research Methods* Oxford University Press : Oxford.
- Cottrell, S (2008), *The Study Skills Handbook*, 3rd Edition, Palgrave Macmillan, London.
- Easterby-Smith, M., et al (2008), *Management Research*, 3rd ed Sage : London.
- Hayo, R., Moore, N. and Lewis, M. (2008), *The international student handbook*, Basingstoke : Palgrave Macmillan.
- Sturdy, A., (2010), *Management Consultancy : boundaries and knowledge in action*, Oxford, Oxford University Press.
- Burns, P., (2010), *Entrepreneurship and small business : start-up, growth and maturity*, Basingstoke, Palgrave Macmillan.
- Burns, T. and Sinfield, S. (2008), *Essential study skills : the complete guide to success at university*, 2nd Edition, London : Sage Publications Ltd.
- Brendan, H. (2007), *Writing an essay : simple techniques to transform your coursework and examinations*, 5th Edition, Oxford : How to Books Ltd.

Note : Students will be directed to additional sources, such as web-links, academic journals, professional and trade publications through the Module Web.

## UNITÉ 1022 : International brand management in B2B settings

---

<b>Enseignant</b>	Mme Alina SIMION
<b>Volume horaire</b>	12h CM, 10h TD
<b>Coefficient</b>	4 ECTS
<b>Unité d'Enseignement</b>	UE 102 : International Business Methods and Brand Management in B2B settings

---

Fichier source : fiches/1022.tex

### Mots clés

B2B Management, B2B settings , B2B branding dimensions

### Objectifs

- Students will be able to identify and adapt marketing tactics to specificities of brand management in B2B settings
- Students will be able to propose and implement marketing actions including acceleration through branding

### Plan du cours

- B2B Brand relevance, specificities of B2B branding versus B2C
- B2B Branding dimensions : distinction, communication, evaluation, specialties
- Brand planning, analysis, strategy, building, audit
- Success cases of B2B branding and risks
- Future perspectives and B2B Branding in the digital era

### Modalité de contrôle de connaissances

- Case study and examination using multiple choice questions and open questions

### Bibliographie

- Kotler P, Dubois & Manceau, Marketing Management, éd 16, Dunod, 2019.
- Kotler P & W Pfoertsch, B2B Brand Management, Springer, 2006.

## UNITÉ 1031 : Internship & Master thesis

---

<b>Enseignant</b>	Enseignant inconnu
<b>Volume horaire</b>	0h CM, 0h TD
<b>Coefficient</b>	14 ECTS
<b>Unité d'Enseignement</b>	UE 103 : Internship & Master thesis

---

Fichier source : fiches/1031.tex

### Mots clés

Stage, mémoire.

### Objectifs

Développement de la dimension professionnelle de la formation par la mobilisation et l'application des enseignements au traitement des problèmes réels de l'entreprise. A cet effet, il est fortement recommandé aux étudiants d'étendre ou de rechercher le stage à l'étranger, le pays d'origine étant exclu (sauf exception après discussion avec l'équipe pédagogique) ou de trouver des entreprises positionnées à l'international. Le stage est fondé sur une mission qui résume l'ensemble des activités que l'étudiant effectuera durant le stage.

### Modalité de contrôle de connaissances

La durée du stage est de 4 mois minimum et de 6 mois maximum. Le stage donne lieu à la rédaction d'un document de synthèse des missions du stage/projet professionnel (10% de la note, évalué par votre tuteur de stage en entreprise). L'état d'avancement du stage sera présenté en 2 minutes le 30 juin 2023. Un mémoire de fin d'études sera également rédigé (75% de la note) et présenté à l'aide d'une soutenance orale (15% de la note). Soutenance du mémoire en 180 secondes : 30 juin 2023. La problématique du mémoire doit s'inscrire en Marketing International et/ou Marketing B2B. Une liste de sujets de mémoire est proposée à cet effet.

### Plan du Mémoire :

Le mémoire doit contenir les parties et les chapitres suivants :

**Page de garde**

**Remerciements**

**Sommaire**

**Résumé du mémoire en Français**

**Mots clé du mémoire en Français**

**Résumé du mémoire en Anglais**

**Mots clé du mémoire en Anglais**

### Chapitre 1. L'introduction

Contexte et problématique (scientifique du mémoire, idéalement en rapport avec le stage/l'alternance)

- argumentation de l'intérêt de la problématique du mémoire (à minima d'un point de vue managérial et théorique)
- énonciation claire de l'objectif et des questions de recherche

## Chapitre 2. Revue de la littérature

- Environ 30 références scientifiques
- Idéalement issues des bases de données de la BULCO, comme : CAIRN, WILEY, ScholarVox, Emerald, JStor et Science Direct

Contenu indicatif :

- définitions et conceptualisation des concepts clé
- présentation des principales théories qui appréhendent les concepts clé et les relations entre ces concepts
- justifications des hypothèses ou propositions de recherche (sauf exception pour les études exploratoires, plutôt rares en marketing)
- des tableaux récapitulatifs des définitions mobilisées, des mesures employées pour les concepts ou des articles scientifiques examinés

## Chapitre 3. Méthodologie

Contenu indicatif :

- justification de l'approche méthodologique retenue
- mesure des concepts clé (sauf exception - ex. développement des échelles de mesure)
- description du recueil de données
- description de l'échantillon

## Chapitre 4. Analyse des résultats

Contenu indicatif :

- présentation des résultats, en les mettant en lien avec la littérature mobilisée et/ou les propositions/hypothèses de recherche

## Chapitre 5. Conclusion, contributions de la recherche et limites

Contenu indicatif :

- courte conclusion
- contributions managériales
- contributions théoriques
- contributions empiriques
- principales limites et prolongations de la recherche

### Bibliographie

### Liste des Tableaux

### Liste des Figures

### Annexes

Contenu indicatif :

- guide d'entretien ou questionnaire
- sorties de logiciel (pour l'analyse de données)
- retranscriptions des entretiens réalisés

**Format :** le Mémoire de Master 2 ne doit pas dépasser 30 pages en format APA format citation style (hors bibliographie, liste de tableaux, figures, fiches de lecture et Annexes) APA format citation style : <https://www.mendeley.com/guides/apa-citation-guide/>

## Modalités de contrôle des connaissances

La note du mémoire est éliminatoire (elle doit être supérieure ou égale à 10).

- 75 % le mémoire (l'écrit)
- 15 % la soutenance (l'oral)
- 10 % le rapport de stage/projet professionnel (2-3 pages, à envoyer à votre tuteur/tutrice de stage en entreprise et à l'université)

## Soutenance (l'oral) :

« 5 minutes pour présenter son mémoire et son stage » – sous format Poster (2 slides PPT) :

- 1er slide – « 180 secondes pour présenter son mémoire »
- 2ème slide – « 60 secondes pour présenter son stage »

## Bibliographie

- Saunders, M. et al. (2009). *Research Methods for Business Students*, 5th Edition, Harlow, Pearson Education.
- Thiétart R. A. et al. (2014). *Méthodes de recherche en management*, Collection : Management Sup, éd. Dunod.

## Dates importantes :

- La durée du stage pour les étudiants en FI : 4 mois (minimum 560h) à 6 mois (maximum 924 heures) - à compter du 23 MARS au 31 AOUT 2026.
- Date limite d'entrée des informations dans l'application Pstage : 9 mars 2026.
  
- **Première session de soutenance du mémoire :**
- *Dépôt du mémoire : le lundi 15 juin à 16h 2026*
- *Soutenance : le lundi 22 juin 2026*
  
- **Session de rattrapage**
- *Dépôt du mémoire : lundi 24 août 2026*
- *Soutenance : lundi 31 août 2026*
  
- Examens 2ème session du semestre 9 et semestre 10 : le lundi 28 et le mardi 29 août 2026
- Jury de la 2ème session du semestre 9 et semestre 10 : mi-septembre 2026

## La certification TOEIC

### Qu'est-ce que le TOEIC ?

Qu'est-ce que le TOEIC ? Le *Test of English for International Communication (TOEIC)* est un test d'anglais, standardisé, sous forme de QCM. Largement reconnu à l'international, il évalue l'aptitude des personnes non anglophones à communiquer en anglais dans le cadre d'une entreprise.

Pour les étudiants voulant valoriser leur CV ou pour les professionnels souhaitant améliorer leur visibilité, le TOEIC est le « must have ».

Il existe trois formes de TOEIC :

- TOEIC Listening and Reading, le plus répandu, il évalue la compréhension orale et écrite pour les niveaux intermédiaires (A1 et C1). Il s'agit du plus courant.
- TOEIC Speaking and Writing, il évalue l'expression orale et écrite pour les niveaux intermédiaires (A1 à C1).
- TOEIC Bridge qui évalue la compréhension orale et écrite du niveau débutant à intermédiaire.

### Le TOEIC Listening and Reading

Le TOEIC Listening and Reading est le plus reconnu dans l'enseignement supérieur et les entreprises dans le monde entier. Noté sur 990, la majorité des institutions de l'enseignement supérieur exigent un score minimum de 785. Le score du TOEIC est fiable pour les entreprises qui le corrélient avec les niveaux CECRL. Voici la grille qui permet de convertir un score TOEIC en niveau CECRL ainsi qu'un guide pour déterminer les compétences associées à chaque niveau CECRL.

Connaître le format de l'examen et s'entraîner à gérer son temps est indispensable. En effet, le test est standardisé avec des questions types, il est important de se familiariser avec ces questions et de connaître les techniques de résolution.

Le TOEIC L&R est un test d'anglais visant à évaluer les compétences en compréhension écrite et orale, d'une personne non anglophone, dans un cadre d'entreprise. (Qu'est-ce que le TOEIC ?).

Le test dure 120 minutes divisé en deux sections :

- La section "Listening" : Compréhension orale qui dure 45 minutes
- La section "Reading" : Compréhension écrite qui dure 75 minutes

**Chaque section comprend 100 questions divisées en parties.**

### La section Listening : Compréhension orale

Un enregistrement en anglais contenant l'énoncé et les réponses vous permet de répondre aux questions. Vous devez suivre le rythme de la bande audio. Cette section est décomposée en 4 parties :

- Questions sur des descriptions d'images
- Écoute de questions réponses (conversations courtes)
- Écoute de dialogues (conversations longues)
- Écoute de courts exposés

### La section Reading : Compréhension écrite

La section « Reading » est la dernière partie de l'examen. Elle dure 1h15 décomposée en 3 parties :

- Phrases à compléter
- Textes à compléter
- Lecture de plusieurs contenus rédigés

Il est important de rester concentré pour cette dernière section. Nous vous conseillons ainsi de réaliser des tests blancs entiers pour vous habituer à l'intensité de l'examen.

(Source : <https://www.etsglobal.org/fr>)

**Remarque :** L'ULCO propose le passage du TOEIC aux étudiants volontaires ayant un niveau B2.

# Réglementation des examens en Master – adoption par la CFVU du 01/06/2021

## Préalable

- LOI n°2016-1828 du 23 décembre 2016 portant adaptation du 2ème cycle de l'enseignement supérieur français au système LMD
- Les parcours de formation sont structurés en unités d'enseignement et en ensembles cohérents d'unités d'enseignement permettant l'acquisition de blocs de connaissances et de compétences.

*Le Master sanctionne un niveau validé par l'obtention de 300 crédits européens (180 crédits pour la licence et 120 crédits pour le Master).*

## 1. Accès au diplôme de Master

- L'accès en 1<sup>ère</sup> année de Master est ouvert aux titulaires des diplômes sanctionnant les études du premier cycle ainsi qu'à ceux qui peuvent bénéficier de l'article L. 613-5 ou des dérogations prévues par les textes réglementaires.
- Les établissements doivent fixer des capacités d'accueil pour l'accès à la première année du deuxième cycle. L'admission est alors subordonnée au succès à un concours ou à l'examen du dossier du candidat.
- L'accès en deuxième année d'une formation du deuxième cycle conduisant au diplôme national de master est de droit pour les étudiants qui ont validé la première année de cette formation (même mention et même établissement).
- L'inscription administrative est annuelle; elle s'effectue dans un parcours de formation, conformément aux dispositions nationales.
- L'inscription pédagogique est faite en début d'année universitaire pour les deux semestres ou au début de chaque semestre, avec possibilités de modification, au plus tard dans le mois qui suit le début du semestre d'enseignement
- La progression (M1 non acquis mais un semestre acquis en et accès en M2) n'est pas autorisée entre le M1 et le M2.

## 2. Modalités de Contrôle des Connaissances et des Compétences (MCCC)

### a. cadrage réglementaire

- Les présentes règles communes de contrôle des connaissances et des Compétences s'inscrivent dans le cadre réglementaire national défini par l'article L. 613-1 du code de l'éducation et la circulaire n°2000-033 du 01/03/2000 relative à l'organisation des examens dans les établissements publics d'enseignement supérieur.
  - Les établissements précisent les modalités de l'évaluation, la place respective des épreuves écrites et orales, ainsi que les modes spécifiques de validation des diverses activités pédagogiques et, notamment les périodes ou des projets conduits individuellement ou collectivement en milieu professionnel.
  - **MCCC ou règlement des études ou règlement des examens** Le règlement des études est proposé par le Président du Jury et par le jury du diplôme, avalisé par le conseil de département dans le respect des MCCC adoptées en CFVU et transmis pour validation définitive au Président de l'université. Chaque département doit communiquer au Service Universitaire de l'Accueil, de l'Information et de l'Orientation, et de l'Insertion Professionnelle (SUAIO/IP) et à la Direction des Etudes et de la Vie Etudiante (DEVE), le guide des études et les modalités de contrôle des connaissances (L613-1) propres à chacun des diplômes qui relèvent de sa compétence.
  - La diffusion des modalités particulières à chaque formation est faite aux étudiants au plus tard un mois après la reprise des enseignements : aucun changement ne peut intervenir après cette date.
  - Modifications possibles si prévu dans les MCCC (ex : épreuve orale pour épreuve écrite)
  - Publicité La publicité est suffisante si au moins une des conditions suivantes est remplie :
    - Le règlement des études est consultable au secrétariat pédagogique après information des étudiants
    - Le règlement des études est accessible facilement par les étudiants (lieu bien repéré)
    - Le règlement des études est distribué aux étudiants
- Attention :** n'est pas suffisante, l'insertion du règlement des études dans une brochure d'information (document non contractuel)

## b. Validation des parcours de formation

- Les aptitudes et l'acquisition des connaissances et des compétences sont appréciées soit par un contrôle continu et régulier, soit par un examen terminal, soit par ces deux modes de contrôle combinés. Les modalités de contrôle continu prévoient la communication régulière des notes et résultats à l'étudiant et, s'il le souhaite, la consultation des copies. Les MCCC tiennent compte des contraintes spécifiques des étudiants en régime spécial d'études.
- Contrôle continu et examen terminal. Plusieurs modalités de calcul de la note finale des Eléments Constitutifs (EC) ou Unité d'Enseignement (UE) sont envisageables et sont déclinées dans le règlement des études. Les décisions prises ne peuvent plus varier dans l'année.
- Anonymat : Les modalités des examens terminaux (écrits) doivent veiller à garantir l'anonymat des copies, autant que faire se peut.
- Capitalisation :
  - Au sein d'un parcours de formation, les unités d'enseignement sont définitivement acquises et capitalisables dès lors que l'étudiant y a obtenu la moyenne (la note est conservée même en cas de redoublement et l'étudiant ne peut repasser l'épreuve). L'acquisition de l'unité d'enseignement entraîne l'acquisition des crédits correspondants. Chaque formation fixe la valeur en crédits européens de chaque UE.
  - De même sont capitalisables les éléments constitutifs des unités d'enseignement, dont la valeur en crédits est également fixée
  - Lorsqu'un étudiant change d'établissement pour poursuivre son cursus dans une même formation (mention identique) : les crédits acquis sont repris sous l'autorité du président du jury.
- Compensation : Les parcours de formation organisent l'acquisition des unités d'enseignement et du diplôme de Master selon les principes de capitalisation et de compensation appliqués dans le cadre du système européen de crédits.

Dans le cadre du système européen de crédits, la compensation est organisée de la manière suivante : chaque unité d'enseignement est affectée d'un coefficient et d'une valeur en crédits ; l'échelle des valeurs en crédits est identique à celle des coefficients.

Le diplôme s'obtient soit par acquisition de chaque unité d'enseignement constitutive du parcours correspondant, soit par application des modalités de compensation telles que décrites dans le paragraphe suivant. Un diplôme obtenu par l'une ou l'autre voie confère la totalité des crédits prévus pour le diplôme.

**Compensation et obtention du diplôme :** La compensation peut être organisée sur le semestre sur la base de la moyenne générale des notes obtenues pour les diverses unités d'enseignement, pondérées par les coefficients. Elle peut être organisée entre deux semestres au sein d'une même année de Master selon les départements pédagogiques (voir règlement des études de chaque master). Une note éliminatoire peut être fixée selon les départements pédagogiques (voir règlement des études).

**La compensation s'effectue au sein des unités d'enseignement (UE)** . Elle s'effectue également au sein de regroupements cohérents d'UE, organisées, éventuellement, en blocs de connaissances et de compétences clairement identifiés dans les modalités de contrôle des connaissances et des compétences communiquées aux étudiants.

**Le diplôme s'obtient soit par acquisition de chaque UE constitutive du parcours correspondant, soit par application des modalités de compensation choisies par la formation.** Un diplôme obtenu par l'une ou l'autre voie confère la totalité des 300 crédits.

**Seconde Chance** L'étudiant peut bénéficier, de droit, d'une évaluation de substitution dans des conditions définies par l'établissement, en particulier, s'il bénéficie d'un régime spécial d'études (arrêté du 22/01/2014 MAJ).

Il convient que les épreuves de rattrapage soient conçues de sorte à assurer une égalité de traitement avec les étudiants de la session principale.

Sauf dispositions contraires prévues dans le guide des études, les notes de contrôle continu de session 1 sont conservées en session 2.

**SYNTHESE**

	Semestre 1 et Semestre 2		
<b>Evaluation Initiale (session 1)</b>	Epreuve passée		
	OUI	NON (ABI*)	NON (ABJ*)
<b>2<sup>ème</sup> chance</b>			
<b>Epreuve de Substitution : contraintes reconnues par le jury et rég. Spéciaux</b>	NON	NON	OUI
<b>Evaluation Supplémentaire ( session 2 : rattrapage) :</b>	OUI	OUI	OUI

\* ABI : Absence Injustifiée – ABJ : Absence Justifiée

**Session d'examen** l'ensemble des opérations visant au contrôle des connaissances et se terminant par une décision de jury.

**BONUS** Prise en compte du sport, des langues, de la pré-pro, de toute autre discipline enseignée dans une filière de l'ULCO prise en option par l'étudiant, et d'autres types d'investissements en relation avec les études (ateliers d'expression artistique, stage facultatif, évaluation des Emplois Apprentis Professeurs, DU Engagement Etudiant. . .) en plus du programme normal. Le bonus est fixé à 3% du total maximum des points : 20/20 ( $20 \times 3\% = 0,6$  point) :

Le bonus s'applique dans l'UE « ( ) », pour le semestre 9, et l'UE « ( ) », pour le semestre 10. Sur chacun des semestres et se traduit par une note sur 20, sans attribution de crédits.

Note obtenue en activité Bonus à l'UE	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Nombre de points ajoutés à la moyenne de l'UE / 20	0	0,06	0,12	0,18	0,24	0,3	0,36	0,42	0,48	0,54	0,6

Important

- Si plusieurs activités à points bonus sont suivies par un étudiant pendant un semestre donné : la meilleure des notes est conservée
- Seules les notes de bonus supérieures à 10/20 sont prises en compte

**Jurys et Résultats**

**Jurys** Jurys : L. 613-1 du code de l'éducation : « seuls peuvent participer aux jurys et être présents aux délibérations des enseignants chercheurs, des enseignants, des chercheurs, ou, dans des conditions et selon des modalités par voie réglementaire, des personnalités qualifiées ayant contribué aux enseignements ou choisies en raison de leur compétence, sur proposition des personnes chargées de l'enseignement »

Le président de l'université nomme le président et les membres des jurys.

Leur composition comprend au moins une moitié d'enseignants-chercheurs, d'enseignants ou de chercheurs participant à la formation parmi lesquels le président du jury est nommé, ainsi que des personnalités qualifiées ayant contribué aux enseignements, ou choisies, en raison de leurs compétences, sur proposition des personnels chargés de l'enseignement. La composition des jurys est publique.

Le président du jury est responsable de la cohérence et du bon déroulement de l'ensemble du processus, de la validation de l'unité d'enseignement à la délivrance du diplôme. Il est responsable de l'établissement des procès-verbaux.

Le jury délibère souverainement à partir de l'ensemble des résultats obtenus par les candidats et la délivrance du diplôme est prononcée après délibération du jury. Le procès-verbal de délibération est élaboré sous la responsabilité du président du jury et signé par lui.

**Résultats** Après proclamation des résultats, le jury est tenu de communiquer les notes aux étudiants.

Les étudiants ont droit, sur leur demande et dans un délai raisonnable, à la communication de leurs copies et à un entretien individuel en tant que de besoin. La commission de la formation et de la vie universitaire du conseil académique ou du conseil ayant compétence en matière de formation arrête les modalités de communication et d'entretien qui sont mises en œuvre par les équipes pédagogiques et peuvent donner lieu à un accompagnement.

Une attestation de réussite et d'obtention du diplôme est fournie aux étudiants trois semaines au plus tard après la proclamation des résultats. La délivrance du diplôme définitif, signé par les autorités concernées, intervient dans un délai inférieur à six mois après cette proclamation.

Le Président du Jury est responsable de la transmission des procès-verbaux à la DEVE. Les procès-verbaux d'examen des deux sessions de l'année doivent être transmis le plus rapidement possible à la Direction des Etudes et de la Vie Etudiante (DEVE) pour la fin de l'année universitaire (voir calendrier).

Afin de respecter l'article 6 de la LOI du 17/07/1978 portant diverses mesures d'amélioration des relations entre l'administration et le public, « ne sont communicables qu'à l'intéressé les documents administratifs portant appréciation ou jugement de valeur sur une personne physique, nommément désignée ou identifiable. » Les résultats (admis, ajourné) sont affichés, mais pas les notes de chaque étudiant. S'il s'agit de publier les résultats des examens (admis, non admis) sur l'ENT, les étudiants doivent être informés avant la publication et doivent être en mesure de s'y opposer, à moins que le résultat de l'étudiant ne soit visible que de l'étudiant lui-même (pas mis en œuvre). S'il s'agit de publier les notes des étudiants, les notes sont considérées comme des données à caractère personnel et ne doivent être accessibles que de l'étudiant concerné après authentification.

**Redoublement.** Pour les étudiants n'ayant pas validé leur année, le redoublement en Master est soumis à l'autorisation du jury d'année. Le jury se prononce, notamment, au regard de l'assiduité de l'étudiant et peut tenir compte de situations particulières.

#### 4. Assiduité et incidents pendant les examens

L'assiduité est définie par l'arrêté du 30/07/2019. Le Président de l'université détermine les conditions de scolarité et d'assiduité des étudiants par type d'enseignement (enseignements en présentiel : CM et TD ou TP, les enseignements à distance, les enseignements mobilisant les outils numériques, les projets individuels et collectifs notamment) : les étudiants sont vivement incités à assister à toutes les formes d'enseignement.

Obligation pour chaque étudiant de procéder à son inscription pédagogique. En cas de non-respect, l'étudiant est tenu de justifier de son absence par tous moyens. Certaines dispenses d'assiduité sont tolérées (voir arrêté 30/07/2019). Les conditions de scolarité et d'assiduité sont présentées annuellement à la CFVU et au CA. L'étudiant boursier sur critères sociaux doit remplir les conditions générales de scolarité et d'assiduité.

Etudiants boursiers : En application des articles L. 612-1-1 et D. 821-1 du Code de l'éducation, l'étudiant bénéficiaire d'une bourse doit être régulièrement inscrit (inscription administrative et pédagogique) et assidu aux cours, travaux pratiques ou dirigés, réaliser les stages obligatoires intégrés à la formation et se présenter aux examens, faute de quoi le versement de la bourse est suspendu et un ordre de reversement est émis pour obtenir le remboursement des mensualités de bourse indûment perçues. Etudiants non boursiers : aucune condition d'assiduité

Absence et certificat médical La justification d'une absence par la production d'un certificat médical est une possibilité offerte aux étudiants, y compris dans les MCCC, mais elle n'a pas de caractère obligatoire.

Incidents pendant les examens

**Retard.** Les étudiants doivent être présents 15mn dans la salle d'examen avant le début de l'épreuve. Les retards individuels sont exceptionnels et doivent être justifiés. Ils sont soumis à l'appréciation du Président du Jury ou de son représentant dans la salle sous réserve qu'aucun étudiant n'ait quitté la salle. Aucun temps supplémentaire ne sera accordé. En cas de circonstances exceptionnelles (grève, conditions météorologiques notamment), le président de jury ou le Vice-Président en charge de la Formation si nécessaire peut décider, soit de retarder le commencement

de l'épreuve en fonction de la durée supplémentaire d'acheminement des candidats, soit de la reporter à une date ultérieure. Le procès-verbal d'examen doit indiquer le nom des étudiants retardataires avec leur heure d'arrivée.

**Absence justifiée ou non justifiée** Un étudiant sera déclaré en absence justifiée (ABJ) s'il présente un justificatif d'absence dans un délai de 5 jours ouvrables à compter de l'examen ; la justification sera appréciée par le jury au regard de situations particulières (accident, deuil, intervention chirurgicale d'urgence, convocation à la journée citoyenne... ). Un étudiant sera déclaré en absence injustifiée (ABI) si le justificatif n'est pas recevable ou s'il n'a pas de justificatif. Application du principe : Evaluation initiale (session 1) :

Un étudiant ABI à une épreuve ou matière en session 1 sera défaillant et devra repasser l'épreuve ou la matière en seconde chance (session 2).

Un étudiant ABJ à une épreuve ou matière en session 1 devra repasser l'épreuve ou la matière en seconde chance (épreuve de substitution).

Evaluation supplémentaire (session 2) : un étudiant absent à une épreuve ou matière :

- S'il était présent en session 1 : la note de session 1 est reprise sauf dispositions particulières dans le guide des études de la formation
- S'il était déjà absent en session 1 :

**Absence justifiée** le jury peut exceptionnellement statuer sur les résultats de l'étudiant et décider de le déclarer admis

**Défaillant** l'étudiant est défaillant s'il est encore absent injustifié Absence justifiée ou injustifiée et contrôle continu : le guide des études de la formation définira les principes applicables.

Absence justifiée ou injustifiée et contrôle continu : le guide des études de la formation définira les principes applicables.

## 5. Délivrance des Diplômes et mentions

Pour obtenir le diplôme de Master, l'étudiant doit avoir obtenu chacune des années qui le composent (M1 et M2). La 1ère année de Master est obtenue, soit par l'obtention de chacun des semestres composent, soit par compensation entre ses deux semestres (si la compensation existe plus haut). La 2ème année de Master est obtenue, soit par l'obtention de chacun des semestres composent, soit par compensation entre ses deux semestres (si la compensation existe plus haut).

**Précision** délivrance diplôme de Master et maîtrise d'une langue vivante étrangère Arrêté du 22 janvier 2014 mis à jour fixant le cadre national des formations conduisant à la délivrance des diplômes nationaux de licence, de licence professionnelle et de master Article 16 "Le master intègre un enseignement visant la maîtrise d'au moins une langue étrangère conformément au cadre européen commun de référence pour les langues. L'enseignement de langue est dispensé de préférence sur les deux années du master. Cet enseignement est sanctionné par des crédits ECTS. Le diplôme de master ne peut être délivré qu'après validation de l'aptitude à maîtriser au moins une langue vivante étrangère" Chaque formation, en fonction des objectifs spécifiques de chaque mention et chaque parcours, définit les critères nécessaires à l'évaluation de la maîtrise d'une langue vivante étrangère. Se référer au paragraphe sur le LANSAD et le CLES (fin du document)

**Mentions de réussite** La moyenne prise en compte pour l'attribution d'une mention est celle de la dernière année du diplôme : - moyenne générale du M1 (semestres 7 et 8) dans le cadre de l'obtention de la Maîtrise, - moyenne générale du M2 (semestres 9 et 10) dans le cadre de l'obtention du Master. Attribution de la mention Passable : moyenne générale égale ou supérieure à 10/20 et inférieure à 12/20 Attribution de la mention Assez Bien : moyenne générale égale ou supérieure à 12/20 et inférieure à 14/20 Attribution de la mention Bien : moyenne générale égale ou supérieure à 14/20 et inférieure à 16/20 Attribution de la mention Très Bien : moyenne générale égale ou supérieure à 16/20 Les établissements habilités à délivrer le diplôme national de Master sont habilités à délivrer, au niveau intermédiaire, le diplôme de Maîtrise, dans le domaine de formation concerné, qui correspond à l'obtention des 60 premiers crédits ECTS acquis dans le cursus Master. Il est délivré à la demande de l'étudiant

## 6. Régime Spécial d'Etudes : art 12 arrêté du 22/01/2014 (mis à jour par l'arrêté du 30/07/2018)

La commission de la formation et de la vie universitaire du conseil académique ou du conseil de l'établissement qui a compétence en matière de formation fixe les modalités pédagogiques spéciales prenant en compte les besoins

spécifiques d'étudiants dans des situations particulières, notamment aux étudiants salariés qui justifient d'une activité professionnelle d'au moins 10h par semaine en moyenne, aux femmes enceintes, aux étudiants chargé de famille, aux étudiants en situation de handicap, aux étudiants engagés dans plusieurs cursus, aux étudiants en besoins éducatifs particuliers, aux étudiants en situation de longue maladie, aux étudiants entrepreneurs, aux artistes et sportifs de haut niveau et aux étudiants exerçant les activités mentionnées à l'art. L 611-11 du code de l'éducation.

**Sportifs de haut niveau (SHN)** Le SUAPS peut attester de ce statut de SHN et diffusera la liste des étudiants SHN largement dans les départements et composantes. Les étudiants qui souhaitent bénéficier d'aménagements particuliers liés à ce statut doivent apporter un justificatif et donner le calendrier des compétitions. Les étudiants bénéficiant de ce statut doivent informer les départements des changements de calendrier au moins 15 jours avant. Le SUAPS enverra la liste des étudiants ayant une pratique sportive et participant à des compétitions (hors SHN). Les formations éviteront de placer les contrôles continus et les examens le jeudi après-midi. Epreuves de substitution proposée par la formation. Une date limite est à fixer pour se déclarer SHN : la commission SUAPS se réunit en juin, mi- octobre et mi-novembre.

**Handicap** Respect des textes réglementaires visés plus haut. Le médecin et les infirmières évaluent les besoins et aménagements nécessaires, en lien avec les responsables pédagogiques. La Commission Consultative Handicap (CCH) émet un avis et le Président décide des mesures d'accompagnement. Le BVE assure la mise en place et le suivi des mesures d'accompagnement

**Statut d'Etudiant Salarié** Peuvent demander à bénéficier de ce statut, les étudiants salariés qui justifient d'une activité professionnelle d'au moins 10h par semaine en moyenne. Il doit attester de son statut de salarié (attestation de l'employeur). Il est dispensé d'assiduité à l'ensemble des enseignements. Il peut ne pas passer le contrôle continu et est invité à passer l'examen terminal. Si seul le contrôle continu est proposé, un examen terminal doit être prévu pour l'étudiant salarié.

**Les étudiants « empêchés »** Sont concernés les étudiants qui ne rentrent pas dans la catégorie des étudiants en situation de handicap et qui présentent un problème de santé temporaire (foulures, entorses, hospitalisation, plâtre...). Des aménagements peuvent être mis en place selon les ressources disponibles (personnel, matériel) de la formation et sont sous sa responsabilité La demande d'aménagement se fait auprès d'un médecin du SUMPPS, par l'étudiant, qui rédige un avis médical à validité temporaire. L'étudiant doit déposer le document, dans un délai de deux jours ouvrables avant la date de l'évaluation, auprès du service scolarité de la formation concernée. L'aménagement d'examens est pris en compte par la formation en fonction des règles d'organisation de l'examen .

**Les étudiants « empêchés »** Principe : application du régime salarié

Statut	Justificatifs
Artiste de haut niveau	Inscription au conservatoire ou école des beaux-arts.
Étudiant suivant un double cursus	Certificat de scolarité
Étudiant effectuant un service civique	Contrat d'engagement
Étudiant participant à la réserve militaire	Contrat d'engagement
Étudiante enceinte	Certificat médical, attestation de grossesse
Étudiant chargé de famille	Livret de famille

## 7. Examens

Le sujet d'examen doit spécifier clairement les documents autorisés et outils numériques ou connectés autorisés, à défaut aucun document ne peut être utilisé par l'ensemble des étudiants.

## Mise en place d'un congé pour convenance personnelle

Adoption par la CFVU du 24/06/2025

Précisions, rentrée 2026 :

- Public concerné : tous les étudiants sauf les étudiants relevant de la formation continue (FC) et de l'apprentissage
- Délai pour déposer un certificat médical justifiant de l'absence en période de contrôle continu ou d'examen : afin de respecter le délai prévu dans la réglementation des examens adoptée par les conseils pour le contrat d'établissement 2020 (voir ENT), le délai maximum est de 5 jours suivant le contrôle ou l'examen.

Cette proposition de congés fait initialement suite à une sollicitation des élus étudiants, afin de tenir compte des difficultés des personnes étudiantes souffrant de dysménorrhées sans nécessité d'une adaptation particulière (hors RSE). Dans le cadre des réflexions sur sa mise en place, il est apparu que les étudiants pouvaient également être amenés à s'absenter pour des raisons personnelles non- médicales. Cela peut aller par exemple du décès d'un proche, à une convocation à la préfecture, etc. L'Université du Littoral Côte d'Opale a ainsi souhaité faciliter le parcours de ses étudiants en proposant de mettre en place un congé pour convenances personnelles ouvert à tous et toutes.

**Il est essentiel de souligner qu'aucun.e étudiant.e n'a d'intérêt à manquer des cours dans l'optique de l'obtention de son diplôme.**

10 jours d'absences justifiées par an seraient octroyés sans justificatif médical, à raison de 2 jours consécutifs au maximum. Ce congé entre dans le régime des absences justifiées pour contrôle d'assiduité.

Ces absences pourront être demandées dans le délai maximum de 48 heures qui précède ou qui suit le jour de l'absence à l'aide d'une attestation sur l'honneur.

Selon la fréquence des absences et le motif évoqué dans l'attestation, la validation de cette absence pourra s'accompagner d'une information sur le Service Santé Etudiant pour un éventuel accompagnement dans la prise en charge de troubles de la santé.

En cas d'absence en période de contrôle continu ou d'examen, cette absence ne pourra être considérée comme justifiée que par un certificat médical fourni dans un délai maximum de 5 jours suivant le contrôle ou l'examen.

*Un retour sur le dispositif sera réalisé après une année de mise en œuvre afin de juger de son efficacité et de son éventuelle modification le cas échéant.*

## Lutte contre les discriminations, le harcèlement et les violences sexuelles et sexistes

Votre Université met en place un dispositif de signalement et d'alerte des discriminations, du harcèlement et des violences sexuelles et sexistes dont vous pourriez être victime dans votre vie étudiante. Vous pouvez écrire au mail à l'adresse : [stop.discrimination@univ-littoral.fr](mailto:stop.discrimination@univ-littoral.fr) ou rencontrer sur chaque pôle de l'ULCO un des trois référent.es (étudiant.e, enseignant.e et agent.e). Toutes les infos et les coordonnées sur <https://egalite.univ-littoral.fr/>



## Informations générales relatives aux divers dispositifs

### Sites Internet liés :

- <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F2918>
- <https://travail-emploi.gouv.fr/formation-professionnelle/formation-en-alternance-10751/apprentissage/contrat-apprentissage>
- <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F15478>
- <https://travail-emploi.gouv.fr/formation-professionnelle/formation-en-alternance-10751/contrat-de-professionnalisation>

## Contrat d'apprentissage

Le contrat d'apprentissage est un contrat de travail écrit à durée limitée (CDL) ou à durée indéterminée (CDI) entre un salarié et un employeur. Il permet à l'apprenti de suivre une formation en alternance en entreprise sous la responsabilité d'un maître d'apprentissage et en centre de formation des apprentis (CFA) pendant 6 mois à 3 ans.

### Durée (Fixée par convention entre CFA, employeur et apprenti) :

- Durée minimale correspondant à 25% de la durée totale du contrat.
- Egale ou inférieure à celle du cycle de formation.
- Supérieure au cycle de formation pour tenir compte du niveau initial de compétences ou de celles acquises par l'apprenti lors de certaines activités (service civique par exemple).
- Durée maximale du contrat peut être portée à 4 ans lorsque l'apprenti est un travailleur handicapé.

### Durée (Fin de formation) :

- En cas de succès = délivrance d'un diplôme ou d'un titre reconnu comme étant à finalité professionnelle.
- En cas d'échec à l'examen = prolongation du contrat d'un an maximum.

### Durée (Temps de travail) :

- Apprenti majeur
- La durée légale du travail effectif est fixée à 35 heures par semaine comme les autres salariés.

### Rémunération minimum :

L'apprenti perçoit une rémunération correspondant à un pourcentage du Smic.

- 1ère année :
  - 16 à 17 ans : 27% du Smic, soit 415,64 EUR
  - 18 à 20 ans : 43% du Smic, soit 661,95 EUR
  - 21 à 25 ans : Salaire le + élevé entre 53% du Smic, soit 815,89 EUR et 53% du salaire minimum conventionnel correspondant à l'emploi occupé pendant le contrat d'apprentissage
  - 26 ans et plus : 100% du Smic ; Salaire le + élevé entre le Smic (1539,42 EUR) et le salaire minimum conventionnel correspondant à l'emploi occupé pendant le contrat d'apprentissage
- 2ème année :
  - 16 à 17 ans : 39% du Smic, soit 600,37 EUR
  - 18 à 20 ans : 43% du Smic, soit 785,10 EUR
  - 21 à 25 ans : Salaire le + élevé entre 61% du Smic, soit 939,04 EUR et 61% du salaire minimum conventionnel correspondant à l'emploi occupé pendant le contrat d'apprentissage
  - 26 ans et plus : 100% du Smic ; Salaire le + élevé entre le Smic (1539,42 EUR) et le salaire minimum conventionnel correspondant à l'emploi occupé pendant le contrat d'apprentissage
- 3ème année :
  - 16 à 17 ans : 55% du Smic, soit 846,68 EUR
  - 18 à 20 ans : 67% du Smic, soit 1031,41 EUR
  - 21 à 25 ans : Salaire le + élevé entre 78% du Smic, soit 1200,74 EUR et 78% du salaire minimum conventionnel correspondant à l'emploi occupé pendant le contrat d'apprentissage

- 26 ans et plus : 100% du Smic ; Salaire le + élevé entre le Smic (1539,42 €) et le salaire minimum conventionnel correspondant à l'emploi occupé pendant le contrat d'apprentissage
- Données générales :
  - L'apprenti préparant une licence professionnelle en 1 an bénéficie d'une rémunération correspondant à une 2ème année de contrat.
  - Ces montants peuvent être majorés si un accord collectif applicable dans l'entreprise fixe une rémunération minimale plus élevée.
  - Des retenues pour avantages en nature (nourriture ou logement) prévus au contrat d'apprentissage peuvent être effectuées dans la limite de 75
  - L'apprenti a droit à la prise en charge de ses frais de transport pour se rendre de son domicile à son travail.
  - Les conditions de rémunération des heures supplémentaires sont celles qui sont applicables au personnel de l'entreprise concernée.
- Majoration de salaire :
  - Le pourcentage de rémunération réglementaire de l'apprenti est majorée de 15 points si les 3 conditions suivantes sont toutes remplies :
    - Le contrat est conclu pour une durée inférieure ou égale à 1 an
    - L'apprenti prépare un diplôme ou titre de même niveau que celui précédemment obtenu
    - La qualification recherchée est en rapport direct avec celle qui résulte du diplôme ou titre précédemment obtenu
  - Les majorations liées au passage d'une tranche d'âge à une autre, prennent effet à compter du 1er jour du mois suivant la date d'anniversaire de l'apprenti.
- Succession de contrats :
  - La rémunération de l'apprenti peut changer s'il a obtenu le diplôme ou le titre qu'il a préparé précédemment et qu'il signe un nouveau contrat.
- Cotisations :
  - Sur le plan fiscal, l'apprenti bénéficie de 3 avantages principaux :
    - Aucune cotisation salariale n'est retranchée de son salaire brut dans la limite de 79% du Smic (soit 1217 EUR). La part de rémunération au-delà de ce montant reste soumise à cotisations.
    - Son salaire est exonéré de CSG et de CRDS.
    - Son salaire est exonéré de l'impôt sur le revenu dans la limite du montant annuel du Smic.

### Congés :

- Congés payés :
  - Droit aux congés payés légaux soit 5 semaines de congés payés par an. L'employeur a le droit de décider de la période à laquelle l'apprenti peut prendre ses congés.
  - S'il a moins de 21 ans au 30 avril de l'année précédente, l'apprenti peut demander des congés supplémentaires sans solde, dans la limite de 30 jours ouvrables par an. La condition d'âge s'apprécie au 30 avril de l'année précédant la demande.
- Congés pour maternité et paternité :
  - Une apprentie peut bénéficier d'un congé maternité selon les règles en vigueur.
  - Un apprenti peut aussi bénéficier d'un congé paternité.
- Congés pour la préparation à l'examen :
  - Pour la préparation de ses épreuves, l'apprenti a droit à un congé supplémentaire de 5 jours ouvrables dans le mois qui les précède. Ces jours s'ajoutent aux congés payés et sont rémunérés.
- Journée d'appel de préparation à la défense :
  - L'apprenti bénéficie d'une autorisation d'absence exceptionnelle d'1 jour pour participer à la journée d'appel de préparation à la défense.

- Cette absence n'entraîne pas de perte de salaire.

### **Fin, suspension ou prolongation de contrat :**

- Dans les 45 jours :
  - Rupture : Le contrat peut être rompu par écrit par l'employeur ou par l'apprenti. Cette rupture doit intervenir avant la fin des 45 premiers jours de formation pratique dans l'entreprise, même s'ils ne sont pas consécutifs.
- Après 45 jours
  - Le contrat peut être rompu dans l'un des cas suivants :
    - D'un commun accord entre l'employeur et l'apprenti
    - Par l'apprenti qui doit saisir le médiateur. Il informe ensuite son employeur après un délai minimal de 5 jours calendaires. La rupture du contrat a lieu après un délai minimal de 7 jours calendaires après information de l'employeur.
    - Par l'apprenti qui obtient son diplôme avant le terme fixé initialement à condition d'en informer par écrit son employeur 1 mois à l'avance
    - Par l'employeur pour faute grave, inaptitude, force majeure et exclusion définitive de l'apprenti du CFA, en respectant la procédure de licenciement pour motif personnel
  - Suite à la rupture de son contrat, l'apprenti qui n'a pas trouvé un nouvel employeur peut poursuivre sa formation théorique pendant 6 mois en CFA. Dans ce cas, il bénéficie du statut de stagiaire de la formation professionnelle. Il conserve ses droits sociaux et est rémunéré par la région ou l'État.
- Suspension
  - La Direccte peut, après enquête de l'inspecteur du travail, suspendre le contrat d'apprentissage dans les situations suivantes :
    - Mise en danger de l'apprenti
    - Non conformité des installations
    - Discrimination
    - Harcèlement moral
    - Harcèlement sexuel
  - Au cours de cette suspension, la rémunération de l'apprenti est maintenue par l'employeur. L'apprenti continue de suivre la formation générale en CFA.
  - Lorsque la Direccte refuse que l'apprenti retourne dans son entreprise, le contrat d'apprentissage est rompu. Le CFA peut, en cas de besoin, l'aider à trouver un nouvel employeur
- Prolongation
  - En cas d'accord entre l'apprenti, l'employeur et le CFA, le contrat peut être prolongé d'1 an au maximum pour permettre un doublement en cas d'échec à l'obtention du diplôme ou une réorientation.
  - Embauche par l'employeur après la fin du contrat d'apprentissage
  - Si l'apprenti poursuit son activité dans l'entreprise à l'issue de son contrat d'apprentissage en signant un contrat de travail (CDI, CDD ou contrat de travail temporaire) :
    - Aucune période d'essai ne peut être imposée (sauf clause conventionnelle contraire).
    - La durée de l'apprentissage est prise en compte pour le calcul de la rémunération.
    - La durée de l'apprentissage est prise en compte pour les droits liés à l'ancienneté du salarié.
  - Au cours de cette suspension, la rémunération de l'apprenti est maintenue par l'employeur. L'apprenti continue de suivre la formation générale en CFA.
  - Lorsque la Direccte refuse que l'apprenti retourne dans son entreprise, le contrat d'apprentissage est rompu. Le CFA peut, en cas de besoin, l'aider à trouver un nouvel employeur
- Documents remis à l'apprenti en fin de contrat
  - L'employeur doit remettre au salarié les documents suivants :
    - Certificat de travail
    - Attestation Pôle emploi
    - Solde de tout compte

- En cas de dispositifs de participation, d'intéressement et des plans d'épargne salariale au sein de l'entreprise, état récapitulatif de l'ensemble des sommes et valeurs mobilières épargnées.
- Textes de référence
  - Code du travail : articles L6221-1 à L6221-2 : Définition et régime du contrat d'apprentissage
  - Code du travail : articles L6222-1 à L6222-3 : Conditions d'âge de l'apprenti
  - Code du travail : articles L6222-4 à L6222-6 : Conclusion du contrat d'apprentissage
  - Code du travail : articles L6222-7 à L6222-14 : Durée du contrat (L6222-7)
  - Code du travail : articles L6222-15 à L6222-17 : Succession de contrats d'apprentissage
  - Code du travail : articles L6222-18 à L6222-22 : Rupture du contrat d'apprentissage
  - Code du travail : article L6222-22-1 : Contrat d'apprentissage préparant au bac professionnel
  - Code du travail : articles L6222-24 à L6222-26 : Durée de travail en apprentissage (conditions, exceptions)
  - Code du travail : articles L6222-27 à L6222-29 : Salaire minimum
  - Code du travail : articles L6222-34 à L6222-36 : Présentation et préparation aux examens
  - Code du travail : articles L6222-42 à L6222-44 : Mobilité internationale et européenne des apprentis
  - Code du travail : articles R6222-21 à R6222-23 : Rupture du contrat d'apprentissage
  - Code du travail : article R3162-1 : Secteurs dérogatoires à la durée du travail des jeunes travailleurs
  - Code du travail : articles D6222-26 à D6222-33 : Salaire minimum : taux de référence par rapport au Smic
  - Code du travail : articles R6222-66 à R6222-69 : Mobilité dans ou hors de l'Union européenne
  - Code du travail : articles L6243-2 à L6243-3 : Cotisations et exonérations
  - Code du travail : article D6243-5 : Exonération de charges sociales
  - Code du travail : articles L6225-4 à L6225-7 : Suspension de l'exécution du contrat d'apprentissage et interdiction de recrutement
  - Code du travail : article L6226-1 : Entreprises de travail temporaire
  - Code du travail : articles D6222-1 à D6222-2-1 : Dérogations à la limite d'âge de l'apprenti
  - Code du travail : articles R6222-2 à R6222-4 : Conclusion du contrat d'apprentissage (nombre d'exemplaires, fixation du salaire, etc.)
  - Code du travail : articles R6222-6 à R6222-10 : Convention relative à la durée du contrat
  - Code du travail : articles R4624-10 à R4624-15 : Examen d'embauche par la médecine du travail
  - Code du travail : articles L6223-5 à L6223-8-1 : Maître d'apprentissage
  - Code du travail : articles R6223-22 à R6223-23 : Maître d'apprentissage
  - Code du travail : article D4153-15 : Travaux interdits et réglementés pour les jeunes de 15 ans au moins et de moins de 18 ans
  - Code du travail : articles R4624-17 à R4624-21 : Surveillance médicale renforcée pour les mineurs
  - Code du travail : article R6225-9 : Suspension sur proposition de l'inspecteur du travail
  - Code du travail : article R6226-5 à R6226-6 : Maître d'apprentissage dans les entreprises de travail temporaire
  - Code du travail : article L6211-2 : Formation à distance
  - Code du travail : article L6231-1 : Suivi de la formation à distance
  - Code du travail : articles R6232-1 à R6232-3 : Organisation de l'apprentissage
  - Code du travail : articles D6224-1 à D6224-8 : Dépôt du contrat dans le secteur privé
  - Code du travail articles D6275-1 à D6275-5 : Dépôt du contrat dans le secteur public non industriel et commercial
  - Code du travail : article L3164-9 : Congés annuels salarié âgé de moins de 21 ans
  - Code du travail : articles L6243-1 à L6243-1-2 : Prime à l'apprentissage
  - Code du travail : articles R6243-1 à R6243-6 : Indemnité compensatrice forfaitaire
  - Décret n°2017-267 du 28 février 2017 instituant une aide financière en faveur des jeunes apprentis
  - Arrêté du 30 décembre 2011 relatif à la carte d'étudiant des métiers
  - Circulaire du 21 octobre 2019 relative à l'expérimentation de la réalisation de la visite d'information et de prévention des apprentis par un médecin exerçant en secteur ambulatoire (PDF - 265.8 KB)
  - Arrêté du 22 janvier 2020 relatif au modèle de convention de mise en œuvre d'une mobilité n'excédant pas 4 semaines
  - Arrêté du 22 janvier 2020 relatif au modèle de convention de mise en œuvre d'une mobilité

## Contrat de professionnalisation

Le contrat de professionnalisation est un contrat de travail conclu entre un employeur et un salarié. Il permet l'acquisition – dans le cadre de la formation continue – d'une qualification professionnelle (diplôme, titre, certificat de qualification professionnelle...) reconnue par l'État et/ou la branche professionnelle. L'objectif est l'insertion ou le retour à l'emploi des jeunes et des adultes. Tous les employeurs de droit privé assujettis au financement de la formation professionnelle continue, à l'exception de l'État, des collectivités territoriales et de leurs établissements publics à caractère administratif, les établissements publics industriels et commerciaux (par exemple, la RATP, la SNCF, l'Office national des forêts) assujettis au financement de la formation professionnelle continue et les entreprises d'armement maritime peuvent conclure des contrats de professionnalisation.

Les jeunes concernés âgés de 16 à 25 ans révolus afin de compléter leur formation initiale, les demandeurs d'emploi âgés de 26 ans et plus, les bénéficiaires du revenu de solidarité active (RSA), de l'allocation de solidarité spécifique (ASS) ou de l'allocation aux adultes handicapés (AAH), les personnes ayant bénéficié d'un contrat aidé (contrat unique d'insertion - CUI) peuvent signer un contrat de professionnalisation.

### Rémunération :

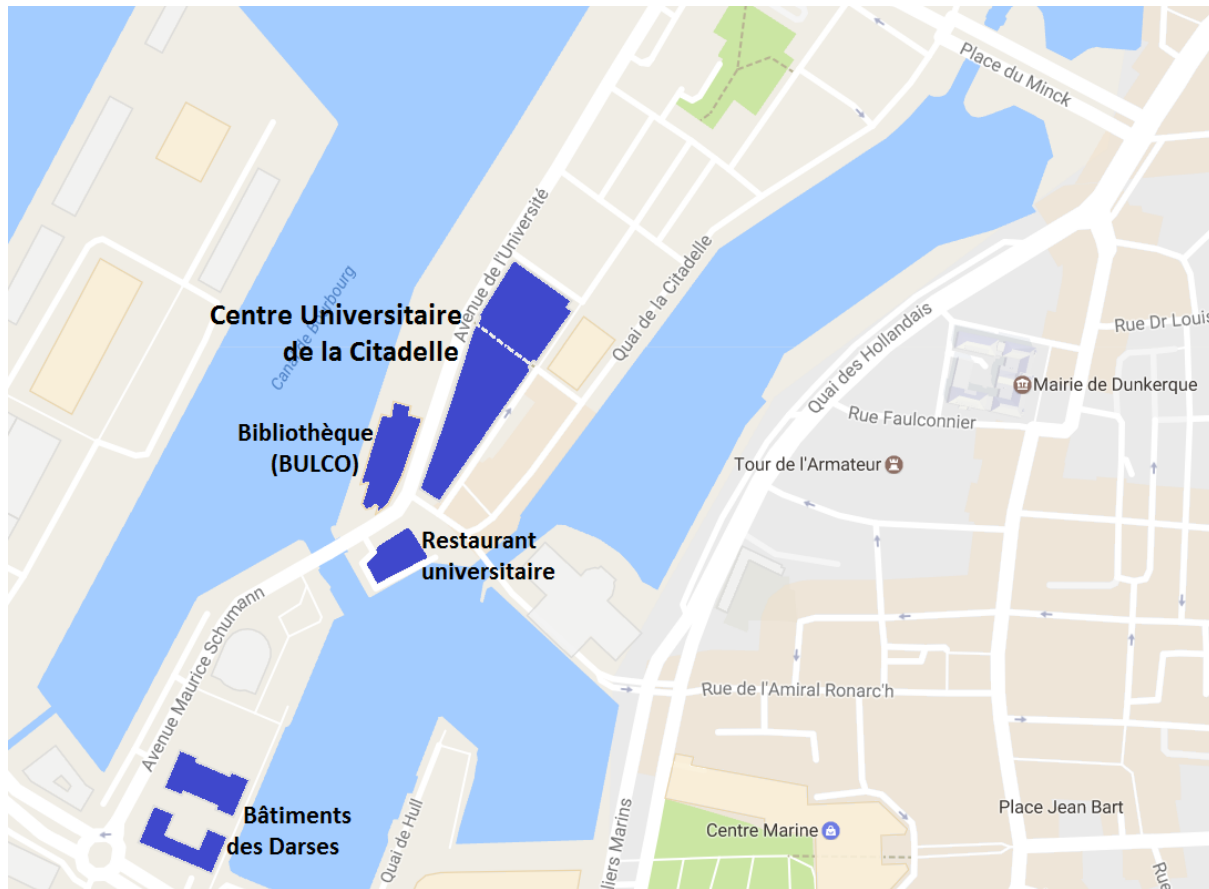
- Des dispositions conventionnelles ou contractuelles peuvent prévoir une rémunération plus favorable pour le salarié.
- Titre ou diplôme non professionnel de niveau IV ou titre ou diplôme professionnel inférieur au bac :
  - moins de 21 ans : au moins 55% du SMIC
  - 21 ans à 25 ans révolus : au moins 70% du SMIC
  - 26 ans et plus : au moins le SMIC ou 85% du salaire minimum conventionnel de branche si plus favorable
- Titre ou diplôme professionnel égal ou supérieur au bac ou diplôme de l'enseignement supérieur :
  - moins de 21 ans : au moins 65% du SMIC
  - 21 ans à 25 ans révolus : au moins 80% du SMIC
  - 26 ans et plus : au moins le SMIC ou 85% du salaire minimum conventionnel de branche si plus favorable

### Fin, suspension ou prolongation de contrat :

- Généralités :
  - Si le contrat à durée déterminée (ou la période d'action de professionnalisation s'il s'agit d'un contrat à durée indéterminée), est rompu avant son terme, l'employeur doit en informer, dans les 30 jours qui suivent cette rupture :
    - la Direction régionale des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi (Direccte) ;
    - l'opérateur de compétences (OPCO) ;
    - l'URSSAF.
- Si le contrat de professionnalisation est effectué en CDD, alors les cas de rupture sont les suivants :
  - La rupture par un accord en commun entre le salarié et l'employeur ;
  - La rupture en raison d'une faute grave ;
  - La rupture en raison d'une embauche sous CDI ;
  - La rupture en cas de force majeure.
- Dans le cas d'un contrat de professionnalisation conclu en CDI, les modalités de rupture sont les mêmes que celles prévues pour la rupture d'un CDI de droit commun.

## Plan de l'ULCO – Dunkerque

**Centre Universitaire « CITADELLE »**  
220, Avenue de l'université, 59379 Dunkerque



Source : Google Maps (adapté)

**Centre Universitaire « LAMARTINE »**  
49-79, Place du Général de Gaulle, 59140 Dunkerque



Source : Google Maps (adapté)

## Informations pratiques

### Bibliothèque universitaire :

Ouverture : du Lundi au Vendredi de 8h00 à 19h00 et le samedi de 9h00 à 12h45.

Mail : [bulco@univ-littoral.fr](mailto:bulco@univ-littoral.fr)

Site : [www.bulco.univ-littoral.fr](http://www.bulco.univ-littoral.fr)

03 28 23 74 74



### Restaurant universitaire :

Information générale du restaurant universitaire (paiement, menu, tarifs) :

Site : <https://www.crous-lille.fr/restaurant/r-u-de-dunkerque/>

03 28 66 28 26

Comment recharger votre compte → <https://www.izly.fr>



### Le sport :

Service universitaire des activités physiques et sportives (SUAPS),

Propose et organise les activités physique et sportives pour tous les étudiants

Activités proposées et inscriptions : <https://suaps.univ-littoral.fr>



### Aides financières :

Des difficultés sociales, financières, besoin d'aide pour lancer ton asso' étudiante, besoin d'un accompagnement particulier ou d'un aménagement de tes études.

**CROUS, CAF** → <https://mdekd.univ-littoral.fr/aide/aides-financieres>

**Recrutement étudiant** → <https://recrutements-etudiants.extranet.univ-littoral.fr>

**Stage et alternance** → <https://www.jobteaser.com/fr/job-offers?locale=fr>

**Association étudiante** → <https://www.univ-littoral.fr/>

## Santé et accompagnement des étudiants :

**Service santé :** 1<sup>er</sup> étage MDE pour prendre RDV : « ULCO Doctolib »

→ Téléphone : 03 28 23 71 61 / Mail : [santecampus@univ-littoral.fr](mailto:santecampus@univ-littoral.fr)

**Assistante sociale :** 1<sup>er</sup> étage MDE → Téléphone : 03 28 23 70 67

**Ecoute psychologique** → Mail : [psychologue-dk-so@univ-littoral.fr](mailto:psychologue-dk-so@univ-littoral.fr)

**Accompagnement / Handicap** → [handicap.etudiants@univ-littoral.fr](mailto:handicap.etudiants@univ-littoral.fr)

**Aide et accompagnement** → [vie.etudiante@univ-littoral.fr](mailto:vie.etudiante@univ-littoral.fr)

Lutte contre les discriminations, le harcèlement et les violences sexistes :

Doctolib



## Etudes / Scolarité :

Informations et orientation/stages et emplois : SUAIO DK → [suaiodk@univ-littoral.fr](mailto:suaiodk@univ-littoral.fr)

Pour les étudiants internationaux et mobilité internationale → [international@univ-littoral.fr](mailto:international@univ-littoral.fr)

Scolarité → [scolarite@univ-littoral.fr](mailto:scolarite@univ-littoral.fr)

## La maison de l'étudiant (MDE) : <https://mdedk.univ-littoral.fr>

La maison de l'étudiant a pour mission de t'accompagner dans tout ce qui sort du cadre scolaire (concert, conférence, table ronde, tournoi babyfoot/ billard, jeux vidéo...

### Envie d'une pause-café ?

La cafeteria/bar est ouverte de 9h à 17h tous les jours. Tu y retrouveras des douceurs sucrées et salés à petits prix ! Des micro-ondes sont également à ta disposition.

BOISSONS CHAUDES	HEURES HEUREUSES	SOFT
Café ordinaire 0,70€ Café ordinaire 0,70€ Café ordinaire 0,70€ Lait 0,30€ Cappuccino 0,30€ Thé 0,30€ Chocolat 1,20€	Du lundi à jeudi Du vendredi à dimanche	Soda 0,50€ Jus de fruits 0,50€ Jus de légumes 0,50€ Jus de légumes 0,50€ Jus de légumes 0,50€ Jus de légumes 0,50€ Jus de légumes 0,50€
SNACKS	FORMULE P'TIT DEJ	ALCOOL
Chips 0,60€ Sandwich 0,70€ Sandwich 0,70€ Sandwich 0,70€ Sandwich 0,70€ Sandwich 0,70€	1 boisson chaude 1 pain de sucre 1 jus de fruit 1 jus de légumes 1 jus de légumes	Bière pression 0,50€ Bière pression 0,50€ Bière pression 0,50€ Bière pression 0,50€ Bière pression 0,50€



Ce service se mobilise sur les questions de vie associative, d'initiatives étudiantes et de pratiques artistiques amateurs.

Tu as envie d'organiser des animations sur le campus, de participer aux manifestations organisées par la MDE ou les asso étudiante ou de t'investir dans la vie de l'ULCO ? Viens te renseigner à la MDE

03.28.23.70.07 / Mail : [mde-dunkerque@univ-littoral.fr](mailto:mde-dunkerque@univ-littoral.fr)

## Biographies courtes des intervenants

**Monsieur CREUSIER, Jordane**  
[jordane.creusier@univ-littoral.fr](mailto:jordane.creusier@univ-littoral.fr)

**Madame FLAHAUT, Sabine**  
[sabine.flahaut@univ-littoral.fr](mailto:sabine.flahaut@univ-littoral.fr)

**Monsieur HERVIEU, Pascal**  
[p.hervieu@compact-ing.com](mailto:p.hervieu@compact-ing.com)

**Madame Leleu, Solenn**  
[solenn.leleu@univ-littoral.fr](mailto:solenn.leleu@univ-littoral.fr)

**Madame MOGOS DESCOTES, Raluca**  
[raluca.mogos@univ-littoral.fr](mailto:raluca.mogos@univ-littoral.fr)

Raluca Mogos Descotes est Professeur des Universités (ULCO, LEM). Ses principaux travaux de recherche s'inscrivent en marketing export, autour des thèmes suivants : gestion de la connaissance relative aux marchés d'export, le profil institutionnel des PME exportatrices, la relation importateur-exportateur et l'innovation produit dans les PME exportatrices.

***Publications récentes :***

- PIERRE KANTARUK Oksana, MOGOS DESCOTES, Raluca et Björn WALLISER (2019), Une étude exploratoire des facteurs déterminants de l'innovation produit des PME exportatrices françaises : le rôle-clé de la capacité d'absorption et des profils institutionnels, *Innovations - Revue d'Economie et de Management de l'Innovation*, Vol. 2, N° 59, p. 179-203.
- MOGOS DESCOTES Raluca et Björn WALLISER (2018), International marketing related competences and SMEs' export performance during the recession, *Projectique*, N° 21, p. 61-82.

**Madame SIMION, Alina**  
[annie.lafaye@free.fr](mailto:annie.lafaye@free.fr)

**Madame VERMERSCH, Laetitia**  
[laetitia.vermersch@univ-littoral.fr](mailto:laetitia.vermersch@univ-littoral.fr)

**Monsieur WAGENHAUSEN, Falk**  
[falk.wagenhausen@univ-littoral.fr](mailto:falk.wagenhausen@univ-littoral.fr)

Maître de Conférences en Sciences de Gestion à l'Université du Littoral Côte d'Opale (ULCO), Directeur du Département *Economie Gestion* à l'ULCO depuis 2017 et il dirige le parcours « Supply Chain et Modélisation - Apprentissage », du Master I et II « Gestion de Production, Logistique, Achats » à l'ULCO. Depuis 2010, il est intervenu en tant que chargé d'enseignement à Aix-Marseille Université, à l'IUT d'Aix-en-Provence, à l'Université d'Avignon et à l'Université Catholique de l'Ouest - Bretagne Sud ; aussi en tant qu'Attaché temporaire d'enseignement et de recherche à l'IUT d'Avignon et en tant que Professeur associé et Responsable de Programme au GIP Campus E.S.P.R.I.T. Industries.

Au niveau professionnel, il a suivi entre autres une formation en alternance avec IKEA, puis il a travaillé ensuite à GMTC (Taïwan, ROC) pour des *new entrance strategies for Europe*, et en tant que chargé d'étude chez Jonction SARL (France) en participant à plusieurs projets du PREDIT. Il a aussi effectué plusieurs interventions aux Universités d'été du Commerce inter-entreprise (BtoB). Enfin, entre 2006 à 2022, il était dirigeant d'une entreprise, qui était basée au Royaume-Uni et qui était spécialisée dans des pièces détachées des anciennes motos d'ex-RDA.

Il est ancien membre du laboratoire CretLog (Centre de REcherche sur le Transport et la LOGistique, EA 881) à Aix-en-Provence et depuis 2016, il a intégré le laboratoire TVES (Territoires, Villes, Environnement & Société, EA

4477). Ces domaines de recherche sont : *Supply Chain Management*, Grossiste (BtoB), intermédiation, Logistique urbaine.

**Publications :**

- E. VENIN, J. ALVARO, L. ARZUMANYAN, T. AYMARD, A. BENTEJAC, P. BLESBOIS, S. CARTER, M. CHAMBON, P. CHUAH LEININGER, J.-P. DAVID, F. GERVAIS, P. GERVAIS, J.-P. GESSLER, S. GUICHARD, W. KUZARA, U. MAYRHOFER, M. B. MEURIER, R. MOGOS DESCOTES, D. PARKER, G.-A. SOATHEN, S. TEMPLE-BOYER, S. VARET, E. VAUCHEZ, C. WAGEMANS et F. WAGENHAUSEN (2024), *Exporter - Pratique du commerce international*, 28e édition, Foucher
- F. WAGENHAUSEN et L. OLIVEIRA COSTA (2023), Tendances d'évolution en termes de mutualisation de la logistique urbaine : une comparaison France-Allemagne, *Revue Française De Gestion Industrielle*, 37(1), 71-84
- D. I. SILVA DE PONTES, M. MARINHO DE ANDRADE OLIVEIRA, H. PIHHEIRO, F. WAGENHAUSEN, C. CHEHIH (2022), « *Etude sur le commerce de proximité au Brésil : le cas des supermarchés Pinheiro* », ouvrage collectif, Le Havre
- L. ARZUMANYAN, T. AYMARD, P. BLESBOIS, F. GERVAIS, E. GUILLERMAIN, U. MAYRHOFER, B. MEURIER, D. PARKER, G.-A. SOATHEN, S. VARET, E. VENIN et F. WAGENHAUSEN (2020), *Exporter - Pratique du commerce international*, 27e édition, Foucher
- R. LAUNAY, S. POIROT, T. RIGAUX, F. WAGENHAUSEN (2018), *Douanes - échanges internationaux*, Collection Transporter, Foucher
- M. OULD, T. RIGAUX, F. WAGENHAUSEN (2018), *Logistique en France et à l'international*, Collection Transporter, Foucher
- F. WAGENHAUSEN, E. VENIN, T. RIGAUX, D. PARKER, J.-P. LEMAIRE, E. GUILLERMAIN, F. GERVAIS, J. DUBOIN, G. DANDEL (2017), *Exporter : pratique du commerce international*, 26e édition, Paris, Edition Sup'Foucher
- F. WAGENHAUSEN (2015), « Tendances d'évolution en termes de mutualisation de la logistique urbaine : une comparaison France – Allemagne », Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Aix-Marseille Université, France
- G. ROVEILLO, G. PACHÉ et F. WAGENHAUSEN (2015), « Intermédiation et innovations logistiques : éléments pour un débat », In : *Commerce inter-entreprises : les enjeux de l'intermédiation*, coordonné par C. Pardo et G. Paché, Chapitre 4, Éditions Management & Société (EMS), pp. 81 - 99
- F. WAGENHAUSEN (2014), « Des modes innovants relatifs à l'acheminement des marchandises en ville », In : *Logistique durable du futur : éléments programmatiques*, Rapport pour le compte du PREDIT, Groupe Opérationnel 4, Rapport coordonné par N. Fabbe-Costes et C. Roussat.
- F. WAGENHAUSEN et A. BALAMBO (2013), « Une réflexion sur la position du grossiste dans la Supply Chain : Une explication par le concept de Prison du psychisme. », In : *La logistique : une approche innovante des organisations*, N. Fabbe-Costes et G. Paché (éds.). Presses Universitaires de Provence (PUP).
- O. CHANUT, G. PACHE et F. WAGENHAUSEN (2012), « Logistique urbaine : refonder les logiques d'intermédiation », *Management & Avenir*, n° 51, p. 186 – 207, Éditions Management & Société (EMS) [revue classée CNRS]
- D. BOUDOUIN, C. CAPO, J.-L. FOESSEL, C. GUILLET, C. MOREL, N. PAULIAC, C. RIPERT et F. WAGENHAUSEN (2011), *Projets Immobiliers intégrant la Logistique Urbaine (PILU) : Comment associer la logistique à d'autres fonctions urbaines pour une ville durable ?*, Rapport pour le compte du PREDIT, Groupe Opérationnel 4, Paris, juillet

Monsieur WALLISER, Björn  
[bjorn.walliser@univ-lorraine.fr](mailto:bjorn.walliser@univ-lorraine.fr)

Monsieur WILDAU, Jorg  
[jorg.wildau@univ-littoral.fr](mailto:jorg.wildau@univ-littoral.fr)

Madame BOUGHATTAS, Yosra  
[yosra.boughattas@univ-artois.fr](mailto:yosra.boughattas@univ-artois.fr)

INCONNU, Inconnu  
[inconnu.inconnu@univ-littoral.fr](mailto:inconnu.inconnu@univ-littoral.fr)