Faculté d'Économie et de Gestion
Aix*Marseille Université

Master Méthodes informatiques appliquées à la gestion des entreprises (MIAGE)

Management interculturel

Responsable	Descriptions	Informations
	Code : BIGAV5C	Composante : Faculté d'Économie et de Gestion
	Nature : Élément constitutif	
	Domaines : Droit, Économie, Gestion	

LANGUE(S) D'ENSEIGNEMENT

Français

CONTENU

Dans un contexte de globalisation des échanges, en particulier dans le domaine de l'informatique, l'objectif de ce module est d'introduire les principes de base - et tangibles - de l'aspect interculturel du management lorsque celui-ci présente une dimension internationale du fait de l'étendue des échanges qu'il implique, des équipes ou des partenaires mis en relation. IL s'agira de fournir les capacités d'analyse et d'action afin de tirer parti de cette dimension des projets.

En complément, ce module abordera les enjeux internationaux pour les entreprises qui constitue le contexte du management international, le justifie et en fournit des exemples d'application.

Par conséquent, le module abordera les notions suivantes :

- Les types d'échanges et de relations à l'international ;
- Sens et dimensions de la culture ;
- Impact de la culture dans le management international (cas des affaires, cas du management d'équipes locales à l'étranger, cas des partenariats, …) ;
- Analyse comparative des styles de management (à un niveau international)
- Gérer la communication entre cultures ;
- Cross-cultural negotiations ; Culture and consumer behaviour;
- Cross-cultural leadership and motivation;
- Global business ethics;
- Cultural views of intellectual property around the world.

COMPÉTENCES À ACQUÉRIR

A l'issue du module l'étudiant doit être capable de/d' :

- lister les compétences de management nécessaires dans un contexte de coopération ou de commerce internationale en différenciant les modes d'échanges : partenaire, sous-traitant, filiale, client, fournisseur, ...
- décrire et analyser des contextes internationaux et les raisons pour lesquelles elles peuvent influencer les échanges entre partenaires ou clients
- identifier, dans un contexte d'échange/commerce/ partenariat à dimension internationale et interculturelle, les spécificités culturelles tangibles et opérantes d'un partenaire, client ou fournisseur.
- appliquer une stratégie de management qui réponde aux différences culturelles d'un partenaire, d'un client ou d'un fournisseur

VOLUME HORAIRE

- Volume total: 24 heures
- Cours magistraux: 12 heures
- Travaux dirigés: 12 heures

CODES APOGÉE

- BIGA11CM [ELP]
- BIGA11CA [ELP]

M3C

Aucune donnée M3C trouvée

POUR PLUS D'INFORMATIONS

Aller sur le site de l'offre de formation...

Dernière modification le 24/10/2023