



unine

UNIVERSITÉ DE
NEUCHÂTEL

FACULTÉ DES SCIENCES
ÉCONOMIQUES

Master en développement international des affaires (MScIBD)

Objectifs

La formation est conçue de manière à offrir une spécialisation aux étudiant-e-s et futurs managers dans le domaine de la conduite des affaires internationales pour le compte de grandes organisations ou auprès de PME. L'enseignement est orienté aussi bien vers le développement des capacités de recherche que vers l'univers professionnel et les fonctions de manager des affaires internationales.

Compétences acquises

Les enseignements du MScIBD ont la particularité de répondre aux besoins spécifiques des entreprises et des organisations. Ils développent à la fois des connaissances académiques ciblées mais aussi des compétences pratiques et autres aptitudes pointues acquises lors de travaux de groupes consacrés à des études de cas : esprit critique d'analyse et de synthèse, résolution de problèmes, communication et autonomie. Un stage en entreprise ou dans une organisation en Suisse ou à l'étranger peut être intégré dans le cursus en fin de formation, ce qui offre l'avantage d'être en contact rapidement avec le monde des affaires.

Perspectives professionnelles

Les nombreux débouchés offerts au terme de cette formation incluent les entreprises, les grandes organisations, les ONG et autres organisations internationales, ainsi que diverses institutions œuvrant avec ou pour les entreprises. Compte tenu du besoin universel des PME/PMI pour disposer de gestionnaires aguerris aux affaires internationales, le marché du travail potentiel s'étend aux pays aussi bien développés, qu'émergents ou en cours de développement. Le fait de suivre des cours en anglais et d'accomplir un stage élargit les possibilités d'embauche.

Titre décerné

Master of Science en développement international des affaires

Crédits

90 ECTS, 3 semestres

Langues d'enseignement

Anglais (cours à option en français)

Conditions d'admission

Cette formation est ouverte à tout détenteur d'un bachelors en management et en économie délivré par une université suisse, ou détenteur d'un autre titre jugé équivalent, après évaluation du dossier par un comité d'admission.

Délai d'inscription

30 avril pour la rentrée d'automne (mi-septembre)

Immatriculation

Bureau des immatriculations
Av. du 1^{er}-Mars 26
CH-2000 Neuchâtel
www.unine.ch/immatriculation

Contact et information

Institut de management
Tél. +41 32 718 13 60
MScIBD@unine.ch
www.unine.ch/mscibd





Structure de la formation

La durée de la formation est définie par chaque étudiant-e en fonction de ses disponibilités. Les 90 crédits du MScIBD se répartissent entre des cours et séminaires, des programmes de mobilité et un travail personnel de 30 crédits ECTS pouvant prendre la forme soit d'un mémoire de stage, soit d'un mémoire de recherche. Les options sont à choisir parmi les cours spécifiques aux autres masters ou transversaux de la Faculté.

Il est possible de suivre le cursus à temps partiel pour des raisons professionnelles, familiales ou autre (sur justificatif).

Après un semestre d'étude, les étudiant-e-s ont également la possibilité de séjourner un semestre dans une université appartenant au réseau de mobilité de la Faculté des sciences économiques. Ils peuvent acquérir 30 ECTS, moyennant auparavant la conclusion d'un contrat d'études permettant la reconnaissance des crédits obtenus en Suisse ou à l'étranger.

Encadrement des étudiant-e-s

Les enseignements dispensés dans le cadre du MScIBD sont assurés par les professeur-e-s de l'Institut de Management (IMN), qui est spécialisé en gestion d'entreprise. L'IMN est composé de professeur-e-s, professeur-e-s invité-e-s et associé-e-s, et de jeunes chercheuses et chercheurs ayant pour activités principales la recherche académique, l'organisation de conférences internationales, l'enseignement universitaire et la formation continue. Ce corps professoral dispose aussi de nombreuses expériences dans le monde des affaires et en consulting.

Les étudiant-e-s sont suivis de manière individualisée et personnalisée grâce à des groupes de taille réduite et à la disponibilité des enseignant-e-s et des assistant-e-s doctorant-e-s.

Les atouts distinctifs de la formation

Cette formation offre ainsi de nombreux atouts qui la distinguent d'autres formations :

- Programme focalisé sur l'international autant dans son contenu que dans la diversité culturelle de la classe
- Programme en anglais (avec la possibilité de suivre des cours à option en français)
- Adéquation de la formation avec les besoins de l'économie
- Niveau élevé d'encadrement des étudiants
- Pédagogie active et innovante basée sur des projets, des travaux de groupe, des études de cas et des simulations
- Formation rigoureuse incluant la mise en pratique des connaissances avec la possibilité d'effectuer un stage en fin de programme
- Flexibilité dans la durée des études, de 1 année intensive à 3 ans pour les personnes en emploi
- Préparation à une carrière ambitieuse avec d'excellentes perspectives professionnelles
- Compétences reconnues des professeurs

Plan d'études

1^{er} semestre (30 ECTS)

- International Strategy
- Quantitative Methods in Management
- Marketing and Globalization
- Global Supply Chain Management
- Cours à option selon liste

2^e semestre (30 ECTS)

- Global Corporate Governance and Ethics
- Marketing Analytics and Customer Relationship Management
- International Negotiation
- Global Innovation Management
- Culture, Human Resources and International Firms
- Qualitative Methods in Management
- Cours à option selon liste

3^e semestre (30 ECTS)

Mémoire de stage ou mémoire de recherche ou Minor in Business Analytics

Cours à option (12 ECTS)

- *Economics of Regulation (P)*
- *Le marketing social pour l'innovation sociale (P)*
- *Machine Learning (P)*
- *Business Analytics (P)*
- *Financial Accounting (A)*
- *Financial Analysis (P)*
- *International Monetary System (P)*
- *European Intellectual Property Law (P)*
- *Strategic Management of Technology & Innovation (P)*
- *Corporate Finance (P)*
- *Valuation (P)*
- *Approche critique de la mondialisation II (P)*
- *Transferts de technologie et nouveaux modèles d'innovation (P)*
- *Strategic Consumer Insights (A)*

