

**Master Affaires et Management International
(M2 AMI)**

Titre du Cours :	International Business Communication
<i>Course Title:</i>	
Heures :	20
<i>Lecture hours:</i>	
ECTS Credits:	3

➤ **CONTENU ET OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES DU COURS**
DESCRIPTION AND LEARNING OBJECTIVES OF THE COURSE

L'objectif du cours consiste à maîtriser les principaux outils de communication dans un environnement international. Le cours présentera les différents modes de communication (verbal vs non verbal, etc.) et les différents niveaux de communication (individuel, corporate et organisationnel). Le cours va examiner par ailleurs la communication internationale en période de changement et de crise. Enfin, il explorera aussi l'influence des nouvelles technologies sur la communication internationale et l'influence de nouvelles considérations stratégiques (ex : développement durable).

➤ **LISTE DES SUJETS OU RESUME DES SEANCES**
TOPICS OF EACH SESSION OR SUMMARY OF THE COURSE

- Part 1 – Introduction to International Business Communication (IBC)
- Part 2 – Individual-based communication : communicating in a multicultural context
- Part 3 – Corporate & organizational IBC (HR, marketing & financial communication)
- Part 4 – The role of new technologies & strategic orientations in IBC

➤ **METHODES D'EVALUATION (CONTROLE CONTINU)**
EVALUATION AND GRADING

Contrôle continu :

- Individual assignments : 15° %
- Team project : 35%

Examen final : 50 %

➤ **REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES**
BIBLIOGRAPHY

Lillian H Chaney, Jeanette S Martin, (2000), Intercultural Business Communication, 2nd ed., Prentice-Hall.

Further readings will provided throughout the course.