M3 Russe

Composante
LANGUES ETRANGERES APPLIQUEES

Volume horaire CM
39

Volume horaire TD
26

Nombre de semaines
13

En bref

Modalité de controle: Controle mixte

Présentation

Discipline rare : Non

Description et objectifs

L'objectif du cours est la compréhension des dynamiques commerciales ainsi que des mécanismes culturels et identitaires qui sous-tendent le commerce international franco-russe.

Syllabus

Le cours se passe en trois temps. Une partie théorique porte sur l'histoire et l'actualité des relations commerciales Franco-russes, ainsi que sur le « nation branding » à partir de cas précis. Une partie pratique consiste en en jeu de rôles où les étudiants construisent, en cours, une stratégie d'exportation d'un produit ou service français en Russie. Enfin, une partie du cours consiste en une recherche autonome où les étudiants enquêtent sur une entreprise implantée en France qui se présente comme russe ou post-soviétique.

Programme

1. Partie théorique : 6 séances (1/ Les relations commerciales entre la France et les États issus de l'URSS : histoire, acteurs, enjeux. 2/ Commerce bilatéral dans un monde global : cadre normatif et géopolitique. 3/ Qu'est-ce que c'est que monétiser une identité culturelle ? 4-6/ Le branding des pays et territoires : théorie et étude de cas
2. Partie « jeux de rôles » : 5 séances. Choix d'un produit/service français à promouvoir en Russie. Étude du marché, business plan, construction d'une stratégie de promotion online/offline.
3. Dernière séance : restitution de la recherche effectuée en autonomie

Informations complémentaires

Bibliographie

- Pascal Dubien (éd.), Russie : regards de l'observatoire franco-russe, Paris, L'inventaire, 2019

- Pascal Marchand, La Russie par-delà le bien et le mal : idées reçues sur la puissance pauvre,

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 07 juin 2023

- Paris, le Cavalier bleu éditions, 2017

- Julien Vercueil, Économie politique de la Russie, 1918-2018, Paris, Le Seuil, coll. « Points Économie », 2019

- Carolin Viktorin, Marcel K.Will (dir), Nation branding in Modern History, Berghan books,2018

Infos pratiques

Contacts

Responsable pédagogique

OSTROMOOUKHOVA Bella

ostrob@gmail.com

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 07 juin 2023