

NIVEAU « MASTER 2 »

MENTION : MANAGEMENT ET COMMERCE INTERNATIONAL

PARCOURS : STRATEGIES & MANAGEMENT INTERNATIONAL ("SMI")

INTERNATIONAL MANAGING, STAKEHOLDERS AND CONSUMER BEHAVIOUR

ENSEIGNANT :

Nom : REDZEPAGIC

Prénom : Srdjan

Mail : Srdjan.REDZEPAGIC@univ-cotedazur.fr

OBJECTIFS DE L'ENSEIGNEMENT :

Ce cours (15h) a le but d'apporter une connaissance contemporaine des problématiques en économie internationale et notamment en finance internationale. Ce cours permet de comprendre l'ensemble des problèmes économiques, au niveau « international ». Sa structure simple et claire, son volume raisonnable et son contenu complet et à jour permettent de dégager les fondamentaux du cours : notamment l'économie internationale (rôle de l'OMC et libéralisation des échanges, structuration des blocs commerciaux, enjeux de l'Union européenne). La compétitivité d'un pays est purement et simplement assimilée à celle d'une entreprise ; le critère principal est dans tous les cas (entreprise, pays, mais aussi territoire ou collectivités territoriales, établissements publics, etc.) celui de la création de richesse (ou de « valeur », pour reprendre une formule très en vogue aujourd'hui) ; la compétitivité est une notion relative.

PRE-REQUIS :

Sans

PLAN :

1 - Mondialisation ou globalisation ?
2 - La compétitivité dans le contexte de l'accumulation intensive.
3 - De l'internationalisation à l'intégration.
4 - Les stratégies des firmes.
5 - Globalisation et inégalités.
6 - L'inégalité du monde : de quoi parle-t-on ?
7 - L'ouverture commerciale.

ELEMENTS BIBLIOGRAPHIQUES :

Économie internationale

9e édition

P. Krugman, M. Obstfeld, M. Melitz G. Capelle-Blancard, M. Crozet

ISBN : 978-2-7440-7530-8

Introduction à l'économie internationale : Le commerce et l'investissement

Pierre Berthaud

De Boeck Supérieur s.a, 2012

ISBN 978-2-8041-7088-2