

## Programme intensif

Durée: 15 heures, du 5 au 9 Juillet 2021  
tous les jours de 9h - 12h

Lieu: Bâtiment B de l'Université de Montpellier Richter

Public visé: Toute personne souhaitant travailler avec la Chine ou approfondir ses connaissances sur l'environnement culturel et économique chinois

Objectifs:

- prendre conscience de son propre bagage culturel
- déchiffrer les codes culturels et analyser les situations d'incompréhension
- anticiper les dysfonctionnements dus aux différences culturelles
- comprendre l'environnement de travail des Chinois

Modules	Séances	Thèmes	Contenus
Module 1 Présentation de la Chine	1	Présentation de la Chine	- Connaissance générale sur la Chine - Géographie & population
	2	Mythologies et Caractères chinoises	- Mythes et légendaires - La création des caractères chinois et ses fonctions dans la communication
	Q & A		
Module 2 Différents formes de pouvoir	3	Culture traditionnelle en Chine	- Confucianisme et taoïsme - Différences culturelles entre la Chine et les pays Occidentaux
	4	Le pouvoir culturel	- La Chine des papilles 舌尖上的中国 - La diplomatie des pandas 熊猫外交
	Q & A		
Module 3 Business digitale en Chine	5	Le pouvoir économique	- Les nouvelles grandes villes économiques en Chine (shanghai, shenzhen etc.) - Hongbao 红包
	6	Le nouveau marché chinois	- Tendances de la consommation chinoise (mode additionnel vs live-commerce) - Nouvelle collaboration avec les chinois
	Q & A		
Module 4 Réseaux sociaux	7	Les E-commerces en Chine?	- Les plateformes E-commerces en Chine (Alibaba, Jingdong, Dangdang, Didi, meituan, pingduoduo etc)
	8	Les réseaux sociaux en Chine?	- Les réseaux sociaux populaires (Tiktok, wechat, bytedance, Huya, Douyu, Bilibili etc) - Quels sont les phénomènes sociaux chez les jeunes chinois (célébrités des

			réseaux sociaux)
	Q & A		
Module 5 Parlez en chinois	9	Le nouveau langage d'internet	- Le nouveau langage - Le langage martien
	10	Une clé pour accéder au marché du travail	- Les marchés franco-chinois - Les mots importants dans un CV chinois
	Q & A		