

Les compétences professionnelles à valider ...

1. Communiquer à très haut niveau dans deux langues étrangères

- 1.1. Rédiger des documents destinés à la communication interne et externe de l'entreprise
- 1.2. Présenter le résultat d'une réflexion à ses collaborateurs ou à des prestataires
- 1.3. Argumenter et négocier à des fins commerciales et communicationnelles
- 1.4. Analyser les enjeux communicationnels et commerciaux d'une marque, d'une entreprise, d'une institution
- 1.5. Développer une expertise sectorielle approfondie des aires géographiques et linguistiques étudiées.

2. Conduire un projet professionnel dans un cadre collaboratif

- 2.1. Définir les processus à mettre en œuvre pour la conduite et l'évaluation d'un projet
- 2.2. Résoudre des problèmes pour développer de nouveaux savoirs et procédures
- 2.3. Mettre en place des stratégies de prospection
- 2.4. Exploiter des bases de données relationnelles pour faciliter la prise de décisions
- 2.5. Élaborer et suivre un budget
- 2.6. Concevoir des supports dans un objectif communicationnel et marchand
- 2.7. Manager une équipe
- 2.8. Présenter un projet en prenant en compte les enjeux, les problématiques et la complexité de la demande afin de proposer des solutions adaptées et/ou innovantes

3. Contribuer à l'élaboration d'une stratégie de développement marketing

- 3.1. Utiliser des outils de veille et d'étude pour établir un diagnostic et un suivi des marchés
- 3.2. Définir une stratégie concurrentielle
- 3.2. Analyser le comportement du consommateur
- 3.3. Analyser des données qualitatives ou quantitatives pour établir un diagnostic, un suivi et prendre des décisions stratégiques
- 3.4. Définir le positionnement d'un produit sur le marché
- 3.5. Concevoir une offre marketing adaptée
- 3.6. S'adapter aux spécificités sectorielles et multinationales des marchés de l'agroalimentaire et de la gastronomie

4. Appliquer des techniques de commerce international

- 4.1. Concevoir une offre commerciale
- 4.2. Assurer l'administration des ventes et des achats à l'international
- 4.3. Appliquer des règles juridiques et commerciales en tenant compte des évolutions de la réglementation
- 4.4. Coordonner des opérations logistiques à l'international
- 4.5. Gérer la relation client et fournisseur
- 4.6. Élaborer des stratégies digitales pour innover dans les pratiques de commercialisation en B2B et B2C

5. Analyser les enjeux culturels, patrimoniaux et communicationnels des secteurs de l'agroalimentaire et de la gastronomie

- 5.1. Analyser des stratégies de communication
- 5.2. Élaborer des campagnes de communication
- 5.3. Identifier les tendances, les pratiques innovantes et les théories associées aux cultures alimentaires
- 5.4. Promouvoir le patrimoine gastronomique et mettre en place des projets interculturels

6. Mener des recherches et les articuler avec son activité professionnelle

- 6.1. Identifier, sélectionner et analyser diverses ressources spécialisées pour documenter une étude
- 6.2. Synthétiser des données en vue de leur exploitation
- 6.3. Élaborer une stratégie de veille scientifique
- 6.4. Construire une bibliographie
- 6.5. Rédiger et présenter le résultat d'une recherche en vue de sa publication

7. Valoriser son parcours dans une perspective de développement professionnel et personnel

- 7.1. Analyser et évaluer l'acquisition de compétences professionnelles
- 7.2. Développer son projet professionnel et identitaire grâce à une démarche réflexive
- 7.3. Valoriser ses compétences dans la perspective d'une recherche de stage, d'alternance ou d'emploi

... et les modules d'enseignement et de formation à suivre pour les valider !

		Durée	
Unités d'enseignement	Modules d'enseignement et de formation	M1	M2
UE1 : Pratique de deux étrangères en contexte professionnel	Anglais de spécialité : communication professionnelle, discours de l'agroalimentaire, argumentation commerciale, enseignements sectoriels, <i>Wine in America</i> , etc.	32	30
	Allemand / Espagnol / Italien / Russe de spécialité (<i>au choix</i>) : communication professionnelle, discours de l'agroalimentaire, argumentation commerciale, enseignements sectoriels, etc.	32	30
UE2 : Conduite de projets professionnels et pluridisciplinaires	Mise en situation professionnelle	12	12
	Management de projets	8	
	Management d'équipes		6
	Entrepreneuriat (<i>mutualisé avec Master REVI</i>)	12	
	Gestion et comptabilité d'entreprise	9	9
	Informatique professionnelle	6	6
	Création graphique	9	
	Création et gestion de sites internet	9	
	Community management		9
	Techniques d'intelligences créatives et collaboratives		6
UE3 : Marchés de l'agroalimentaire et de la gastronomie	Marketing international (<i>mutualisé avec Master MASCI</i>)	18	12
	Étude de marchés	10	10
	Stratégie	10	10
UE4 : Techniques de commerce international des secteurs de l'agroalimentaire et de la gastronomie	Import-Export / Achat-Vente	18	18
	Droit des affaires	12	9
	E-commerce	10	10
UE5 : Cultures Alimentaires et gastronomiques	Analyse et enjeux de la communication (<i>mutualisé avec Master MASCI</i>)	18	
	Approches culturelles de l'alimentation	18	12
	Sociologie de l'alimentation (<i>mutualisé avec P2FOOD</i>)		10
	Promotion du patrimoine alimentaire et gastronomique	9	9
UE6 : Ouverture à la recherche	Méthodologie de la recherche	10	10
	Séminaires de recherche	6	6
	Théorie et pratique de la veille (<i>Mutualisé avec Master REVI</i>)	12	
UE7 : Développement professionnel et identitaire	Méthodologie du rapport de stage	4	
	Objectifs et enjeux du portfolio de développement professionnel		4