

MASTER LEACA
**LES COURS
EN MASTER 1**



SEPTEMBRE 2022

LES COURS

Intitulé du cours	🕒	Éval. ¹	Enseignant·es
UE1 : Anglais			
Communication professionnelle du secteur agroalimentaire	30h	CC	Laura Aplin Matthew Leggett
Discours de l'agroalimentaire et de la gastronomie	12h	CC	Elaine Anderson Christelle Serré-Chaussinand
UE2 : Allemand			
Communication professionnelle du secteur agroalimentaire	30h	CC	Florian Koch
Discours de l'agroalimentaire et de la gastronomie	9,5h	CC	Florian Koch
UE2 : Espagnol			
Communication professionnelle	20h	CC	Judite Rodrigues Balbuena
Discours de l'agroalimentaire et de la gastronomie	12h	CC	Maxime Breyse
UE2 : Italien			
Communication professionnelle du secteur agroalimentaire	30h	CC	Michelle Nota Hélène Mazzariol
Discours de l'agroalimentaire et de la gastronomie	12h	CC	Ambra Zorat
UE2 : Russe			
Communication professionnelle du secteur agroalimentaire	10h	CC	Galina Sankhorova
Discours de l'agroalimentaire et de la gastronomie	10h	CC	Galina Sankhorova
Enseignement sectoriel	10h	CC	Galina Sankhorova
UE3 : Connaissance du secteur et insertion professionnelle			
Mise en situation professionnelle (Junior Agence)	-	-	-
Gestion de projets	12h	CC	Mathilde Potet
Création d'entreprise / <i>Starting up a business</i>	6h	CC	Marion Roig
Comptabilité d'entreprise	12h	CC	Dominique Charvet

¹ CC : La matière est évaluée en Contrôle Continu, c'est-à-dire pendant les heures de cours.

CT : La matière est évaluée en Contrôle Terminal, c'est-à-dire en dehors des heures de cours.

UE4 : Outils, savoirs et techniques			
Gestion et création de sites internet	9h	-	Jean-Baptiste Bouchet
Informatique professionnelle	6h	CC	Dominique Charvet
Création multimédia	9h	-	Tristan Fellmann
Analyse et enjeux de la communication	18h	CT	Clémentine Hugol-Gential
Marketing	18h	CT	Alexandre Chevret
UE5 : Spécialisation – Marchés de la gastronomie et de l'agroalimentaire			
Import / Export, Achats / Ventes	18h	CC	Frédéric Burdy
Droit de la distribution	6h	CC	Élise Mallein
Cultures alimentaires	18h	CC	<i>Différents intervenants</i>
Approche sectorielle	12h	CC	Véronique Collange Elie Afolabi

► Retrouvez la Fiche Filière complète du M1 LEACA sur : leaca.u-bourgogne.fr

SYLLABUS

UE1 : Anglais

Communication professionnelle du secteur agroalimentaire

Laura Aplin | ✉ Laura.Aplin@u-bourgogne.fr | ⌚ 15h

Matthew Leggett | ✉ Matthew.Leggett@u-bourgogne.fr | ⌚ 15h

► **Descriptif** : En petits groupes, les étudiants feront des études de cas, présenteront des projets à l'oral et à l'écrit sur les domaines de l'agroalimentaire et le vin afin de rendre les rendre opérationnels dans le contexte professionnel anglophone.

► **Organisation** : Le cours est divisé en deux blocs thématiques de 15 heures. L'objectif du premier bloc est de permettre aux étudiants d'améliorer leur niveau d'anglais écrit et oral dans des situations commerciales générales en mettant l'accent sur le secteur viticole américain. Les étudiants travailleront aux projets individuels et collectifs. Des études de cas seront appliquées à différents scénarios commerciaux dans le but de développer les compétences nécessaires pour faire face aux situations les plus courantes dans la vie quotidienne d'une exploitation viticole. Le travail écrit se concentrera sur la communication avec les clients et les fournisseurs tandis que la pratique de l'oral sera travaillée par une série de mises en situation professionnelle. L'objectif du deuxième bloc est de permettre aux étudiants d'améliorer leur niveau d'anglais écrit et oral dans des situations commerciales générales en se focalisant sur l'industrie agroalimentaire au Royaume-Uni, notamment dans les branches de la vente et de la distribution. Ce travail se fera en tenant compte de deux contextes difficiles : les négociations du Brexit et le Covid-19. Les étudiants travailleront sur des projets en groupe qu'ils présenteront à l'écrit et à l'oral.

► **Évaluation** : Évaluation : Pour le premier bloc, contrôles continus, sous la forme d'un travail individuel écrit et d'une présentation en groupes à l'oral. Pour le deuxième bloc, contrôles continus, dans chaque présentation les étudiants seront notés d'après les critères suivantes : la qualité de leur prestation individuelle, de leur travail en groupe et de leur niveau d'anglais

Discours de l'agroalimentaire et de la gastronomie

Elaine Anderson | ✉ Elaine.Anderson@u-bourgogne.fr | ⌚ 4h

Christelle Serée-Chaussinand | ✉ christelle.chaussinand@u-bourgogne.fr | ⌚ 8h

► **Descriptif** : Ce cours de langue de spécialité vise principalement l'acquisition de vocabulaire thématique et spécialisé en anglais, par le biais de travaux en groupes et par projets. Les exemples et cas d'étude (agroalimentaire et gastronomie) seront pris dans l'aire culturelle anglo-saxonne. Les étudiants bénéficieront d'un glossaire, à compléter au cours du semestre.

► **Organisation** : Le cours est partagé en deux blocs thématiques de 4h et 8h. Le premier bloc s'attachera, dans une perspective interculturelle, aux discours nord-américains sur l'alimentation : publicités, documents officiels, etc. Le second bloc abordera la restauration, le tourisme gastronomique, la cuisine culturelle, le terroir, le folklore, la haute cuisine et les grands chefs, la publicité autour de la cuisine, les expérimentations, mouvements et tendances (cuisine moléculaire, *slow food*, *vegan*, etc). L'outil Teams sera utilisé pour les partages de ressources, lectures et recherches, dépôt des travaux d'examen.

► **Évaluation** : Deux examens, sous la forme d'un travail individuel écrit (compte-rendu de lecture et de recherche, presse/médias spécialisés anglo-saxons) et d'une présentation en groupes à l'oral (format du « *sales pitch* »).

UE2 : Allemand

Communication professionnelle du secteur agroalimentaire

Florian Koch | ✉ floriankoch@web.de | ⌚ 15h

► **Descriptif** : Ce cours se veut une introduction à la communication professionnelle en langue allemande. L'initiation à l'allemand professionnel se fera sous un double angle culturel et linguistique, l'objectif étant non seulement d'acquérir des connaissances théoriques sur le marché allemand et son fonctionnement, mais aussi et surtout des compétences linguistiques pratiques permettant d'évoluer dans cet univers. Ainsi, le but de ce cours sera notamment de développer les compétences nécessaires pour faire face aux situations les plus courantes de la vie quotidienne d'une entreprise : seront abordés, entre autres, la correspondance commerciale, les conversations téléphoniques, les présentations orales, l'accueil en entreprise, les négociations commerciales etc. Ce cours sera également l'occasion de préparer un éventuel départ en stage dans des pays germanophones. Grâce à l'analyse contrastive des spécificités du dossier de candidature « à l'allemande » (qui est, à bien des égards, différent du CV français), les étudiants seront en mesure de créer une candidature correspondant parfaitement aux attentes des recruteurs allemands.

► **Évaluation** : Constitution d'un dossier de candidature individuel pour un stage/un emploi dans le secteur de spécialisation du master, composé d'un CV et d'une lettre de motivation comprenant le projet professionnel. Le deuxième contrôle sera une simulation d'un entretien d'embauche à l'oral.

Discours de l'agroalimentaire et de la gastronomie

Florian Koch | ✉ floriankoch@web.de | ⌚ 9,5h

Syllabus non communiqué à ce jour.

UE2 : Espagnol

Communication professionnelle du secteur agroalimentaire

Judite Rodrigues Balbuena | ✉ Judite.Rodrigues-Balbuena@u-bourgogne.fr | ⌚ 20h + 10h de travaux en groupes

► **Descriptif** : Enseignement en espagnol, il s'appuiera sur les spécificités culturelles et les cultures commerciales de la langue étudiée et ouvrira à une compréhension des enjeux économiques, culturels et sociaux des principaux pays de l'aire géographique concernée (Espagne et Amérique de langue espagnole). Cet enseignement privilégiera en première année les thématiques suivantes : habitudes d'achat et de consommation, consommation responsable, tourisme gastronomique, nouvelles tendances de la gastronomie (analyse des ruptures, pratiques et représentations de la cuisine dite « techno-émotionnelle »), analyses des différentes pratiques de l'art culinaire entre la voie technique et la voie culturelle, introduction à l'analyse sensorielle des aliments, éléments d'analyse des marchés du café et du thé en domaine hispanique. Le cours permettra de travailler autour d'exercices et projets qui auront trait à la promotion, la commercialisation ou encore la valorisation du patrimoine culturel autour d'activités liées à l'agroalimentaire, à la gastronomie et aux métiers du vin.

► **Évaluation** : Deux travaux (écrits individuels).

Discours de l'agroalimentaire et de la gastronomie

Maxime Breysse | ✉ Maxime.Breysse@u-bourgogne.fr | ⌚ 12h

► **Descriptif** : Le TD s'attachera à donner aux étudiants les clés nécessaires à l'analyse du discours marketing produit par le secteur de l'agroalimentaire et de la gastronomie en Espagne et en Amérique Latine. Les étudiants seront donc invités à réfléchir aux modalités sémiotiques et aux enjeux – commerciaux, sociaux, politiques, etc. – des campagnes publicitaires – essentiellement vidéos –, afin de mettre en relief leurs singularités communicationnelles. Ainsi, en s'appuyant sur des exemples concrets – campagne de produit ou d'image de marque –, les étudiants pourront réinvestir les connaissances à la fois linguistiques, thématiques et culturelles acquises au fil des séances lors de travaux de mise en situation professionnelle qui devront être effectués individuellement ou en groupe. Chaque séance sera consacrée à l'analyse approfondie d'un spot publicitaire, donnant l'occasion aux étudiants de maîtriser les outils sémiotiques, mais aussi d'approfondir leurs connaissances des principales marques et groupes du secteur. La construction d'une argumentation convaincante et une bonne connaissance de la langue espagnole sont des prérequis indispensables à cet enseignement.

► **Évaluation** : Les modalités d'évaluation seront communiquées lors de la première séance.

UE2 : Italien

Communication professionnelle du secteur agroalimentaire

► **Descriptif** : Le cours, dont l'objectif est de préparer les étudiants à manier la langue italienne dans le secteur professionnel de la gastronomie et de l'agroalimentaire, sera constitué de deux volets :

Michelle Nota | ✉ michelle.nota@u-bourgogne.fr | ⌚ 18h

1) Un travail de réflexion et d'analyse visant à la construction d'un projet professionnel cohérent dans le domaine de la gastronomie et de l'agroalimentaire. L'étudiant abordera les enjeux et défis économiques, sociaux, concurrentiels, de sa future profession, et sera en mesure de promouvoir et de développer son activité sur le marché de l'emploi international, en l'occurrence le marché italien. Il abordera entre autres les habitudes d'achat et de consommation, les différences socio-économiques et culturelles entre France et Italie, l'impact du développement numérique sur les métiers de la gastronomie et de l'agroalimentaire. Ce travail contribuera également à préparer les étudiants à la rédaction de leur mémoire en langue italienne.

► **Évaluation** : Constitution d'un dossier individuel écrit, composé d'une offre de stage ou d'emploi dans le secteur de spécialisation du master, d'un CV, d'une lettre de motivation, et surtout de l'analyse des perspectives de développement professionnel dans le secteur précis du poste ainsi que des enjeux et défis du poste visé, en fonction du

marché de l'emploi franco-italien, des transformations de la profession, des opportunités d'innovation (dossier de 8 à 10 pages).

Hélène Mazzariol | ✉ helene.mazzariol@u-bourgogne.fr | ⌚ 12h

2) Une série de mises en situation professionnelle dans les secteurs de la gastronomie et de l'agroalimentaire. Les étudiants travailleront par projets individuels ou collectifs. Exemples de situations : rappel d'un produit alimentaire par le fabricant et communiqué de presse correspondant, organisation d'une foire gastronomique, conseils à un petit producteur bio souhaitant se développer à l'étranger ou en grande surface, opération de valorisation du patrimoine culturel et traditionnel italien, campagne promotionnelle pour un nouveau produit, transport de produits frais, agritourisme, analyse sensorielle et satisfaction du consommateur, voyages gastronomiques...

► **Évaluation** : Un dossier individuel ou collectif selon les cas, pour chaque mise en situation professionnelle, comportant la production d'un document professionnel correspondant à la situation donnée (communiqué de presse, courrier de relation client, prospection client B2C ou B2B, SWOT, devis, questionnaire de satisfaction, rappel de produit, offre commerciale, *benchmarking*, promotion de la marque, brochure touristique...).

Discours de l'agroalimentaire et de la gastronomie

Ambra Zorat | ✉ ambra.zorat@u-bourgogne.fr | ⌚ 12h

► **Descriptif** : Ce cours vise l'acquisition de vocabulaire thématique et spécialisé en italien. Il se compose de deux volets thématiques. Le premier volet sera consacré à l'industrie agroalimentaire en Italie. Le second volet portera sur la gastronomie italienne, il abordera la question de la restauration, du tourisme gastronomique et de la publicité autour de la cuisine. Il s'agira en particulier de s'informer sur l'actualité italienne dans ce domaine de spécialité et d'être capable de construire un discours adapté à une clientèle donnée.

► **Évaluation** : L'évaluation se fait en contrôle continu (CC) sous la forme d'un dossier écrit et d'une présentation orale.

UE2 : Russe

Communication professionnelle du secteur agroalimentaire

Galina Sankhorova | ✉ Galina.Sankhorova@u-bourgogne.fr | ⌚ 10h

► **Descriptif** : L'objectif de ce cours de langue de spécialité consiste à former l'étudiant à la communication professionnelle en langue russe, afin de le rendre opérationnel dans le contexte professionnel des secteurs agroalimentaire et de gastronomie. Il s'agira d'acquérir les compétences linguistiques (vocabulaire thématique spécialisé) et pragmatiques (réalisation de fonctions langagières, d'actes de parole) nécessaires pour permettre la communication professionnelle dans le contexte international, notamment, franco-russe. Le cours est partagé en deux blocs thématiques de 5 heures. Le premier bloc sera consacré aux différents moyens de recherches sur la coopération internationale dans le secteur agroalimentaire et de gastronomie, principalement, sur les plateformes web russes. Le second bloc abordera l'étude de différents types de communication professionnelle orale et écrite avec un partenaire commercial russe, choisi par chaque étudiant. La plateforme Microsoft Teams sera utilisée : partage de ressources, projets individuel ou d'équipe, dépôt de devoirs et de travaux de contrôle.

► **Évaluation** : Deux contrôles continus.

Discours de l'agroalimentaire et de la gastronomie

Galina Sankhorova | ✉ Galina.Sankhorova@u-bourgogne.fr | ⌚ 10h

► **Descriptif** : Ce cours de langue de spécialité vise, principalement, de développer des compétences discursives permettant de se faire reconnaître comme un interlocuteur valable en russe dans le domaine des échanges commerciaux relevant du secteur agroalimentaire et de gastronomie. L'accent du cours sera porté sur le développement des aptitudes pragmatiques du discours en russe, leur rôle dans la gestion des interactions verbales. La plateforme Microsoft Teams sera utilisée : partage de ressources, simulation de dialogues en visioconférence, dépôt de devoirs et de travaux de contrôle.

► **Évaluation** : Contrôle Continu.

UE3 : Connaissance du secteur et insertion professionnelle

Mise en situation professionnelle (Junior Agence)

► **Descriptif** : L'équipe de direction du Master LEACA suivra de près les missions effectuées au sein de la Junior Agence LECA en présentiel ou à distance sous forme de réunion de travail ponctuelles.

► **Évaluation** : L'organisation, l'implication et la professionnalité des groupes de travail seront évaluées par l'équipe enseignante pendant la présentation des missions lors du Master Show.

Gestion de projets

Mathilde Potet | ✉ mathilde.potet@stadedijonnais.fr | ⌚ 12h

► **Descriptif** : Le TD de gestion de projet est rattaché aux missions professionnelles de la Junior Agence LEACA. Il y a une partie théorique avec l'apprentissage de la gestion et l'organisation d'un projet de groupe ou bien individuel. Etablir les étapes de la progression pour mener à bien son projet ou bien analyser sa viabilité etc... Puis, une partie pratique, avec la mise en application des connaissances pour la réalisation des missions de la Junior Agence. Chaque semaine, le cours permettra aux étudiants de se réunir par groupe pour travailler tout en étant accompagné et être immergé directement dans le milieu professionnel. Pour chaque fin de cours, chaque groupe présentera à l'oral, les obstacles qu'ils ont rencontré à chaque étape de l'organisation de leur projet et les solutions trouvées pour y remédier.

► **Évaluation** : Dossier écrit final.

Création d'entreprise / *Starting up a business*

Marion Roig | ✉ marion.roig@u-bourgogne.fr | ⌚ 6h

► **Descriptif** : Ce cours de création d'entreprise vise à la découverte de l'entrepreneuriat, sous la forme d'un challenge. Après une première partie théorique, les étudiants s'initieront à la culture et aux valeurs entrepreneuriales, à travers une mise en situation, visant à développer leur potentiel d'entrepreneurs.

► **Évaluation** : Assiduité obligatoire.

Comptabilité d'entreprise

Dominique Charvet | ✉ Dominique.Charvet@u-bourgogne.fr | ⌚ 6h CM + 6h TD

► **Descriptif** : Ce cours comptabilité vise à la découverte des principales notions et contraintes liées à la comptabilité générale, mais aussi les objectifs qu'elle doit remplir, et les finalités qu'elle doit atteindre. Le cours étant réparti en CM et TD, il se déroulera en alternance entre :

- Une partie théorique visant à apporter les notions essentielles et en particulier celles auxquelles les étudiants seront confrontés dans leur vie professionnelle, en particulier la TVA ;
- Des exercices d'application permettant de mettre en œuvre les cours.

► **Évaluation** : Contrôle Continu.

UE4 : Outils, savoirs et techniques

Gestion et création de sites internet

Jean-Baptiste Bouchet | ✉ bouchet.jeanbaptiste@gmail.com | ⌚ 9h

Syllabus non communiqué à ce jour.

Informatique professionnelle

Dominique Charvet | ✉ Dominique.Charvet@u-bourgogne.fr | ⌚ 6h

► **Descriptif** : Ce cours de bureautique professionnelle vise à la découverte des bases de données relationnelles. Le cours étant sur une période très raccourcie, il se déroulera en 2 temps :

- Une courte présentation de ce qu'est un SGBDR,
- Puis des exercices d'application afin de voir les principales fonctionnalités et composantes (tables et requêtes), et notamment les précautions préalables qu'il convient d'appliquer pour rendre l'utilisation d'un tel outil fiable.

► **Évaluation** : Elle se fera sur la capacité des étudiants à mettre en œuvre les exercices demandés et un sur lequel ils seront plus spécifiquement évalués.

Création multimédia

Tristan Fellman | ✉ tristan.fell@gmail.com | ⌚ 9h

► **Descriptif** : Ce TD proposera une première approche des outils de création de la suite Adobe ainsi que certaines notions théoriques sur l'image et la typographie. Les logiciels Photoshop, Illustrator et Indesign seront présentés à travers la découverte de leurs interfaces, des outils principaux et de certaines fonctionnalités essentielles. Les principales règles et contraintes techniques de l'image et de la typographie seront également abordées.

► **Objectifs** :

- Comprendre les possibilités et la fonction principale de chaque logiciel ;
- Comprendre la complémentarité de ces outils ;
- Traiter une image matricielle, traiter une image vectorielle ;
- Comprendre les principes techniques d'une image et l'utilisation de la typographie ;
- Créer des fichiers adaptés à leur destination.

► **Évaluation** : Elle se fera en lien direct avec la formation et portera sur les différentes solutions graphiques conçues pour les projets préparés en équipe.

Analyse et enjeux de la communication

Clémentine Hugol-Gential | ✉ Clementine.Hugol-Gential@u-bourgogne.fr | ⌚ 18h de CM mutualisées avec le Master MASCI

► **Descriptif** : La première préoccupation de ce cours est de proposer un contenu qui corresponde à des étudiants venant d'horizons différents avec des expériences inégales en communication. L'objectif est de faire acquérir aux étudiants les pratiques de réflexions stratégiques en matière de communication des marques et des entreprises. Il s'agit d'aborder la communication, à l'égard du client comme du produit ou du service, en mettant en perspective cette pratique professionnelle avec les tendances de consommation, les attentes des clients et l'évolution de la société en général. Ce cours est construit à partir de références théoriques de bases de la discipline (théories info/com, interactionnisme, médias, sémiotique, etc.) qui sont confrontées aux réalités des actions de communication, des stratégies élaborées par les marques : publicité, événements, réseaux sociaux, PLV, etc.). Pour les besoins d'exemplification, le cours contient également des études de cas détaillées.

► **Organisation** : Les 18h00 sont divisées en 6 grands chapitres : communication marketing, l'interaction et l'enjeu de la relation en communication, construire et partager du sens, la communication des marques, la communication *corporate* et, pour répondre à la spécialisation de LEACA, la sixième thématique sera : communication alimentaire internationale.

► **Évaluation** : Elle se fait en contrôle terminal sous la forme d'un écrit individuel de 3h00. Traditionnellement, le sujet porte sur la réflexion (et le commentaire) d'une citation d'un professionnel de la communication tirée de la presse. Le format assez long est volontairement choisi pour permettre à l'étudiant de réfléchir au sujet et de répondre de façon rédigée, argumentée et exemplifiée.

Marketing

Alexandre Chevret | ✉ Alexandre.Chevret@u-bourgogne.fr | ⌚ 18h de CM mutualisées avec le Master MASCI

► **Prérequis** : Ce cours n'est pas une introduction au marketing mais une spécialisation à la psychologie du consommateur. L'étudiant-e se doit de maîtriser les fondamentaux du marketing, notamment le plan de marchéage (la politique des « 4P » – *Product* (Produit), *Price* (Prix), *Place* (Distribution), *Promotion* (Communication) – se conférer à la bibliographie).

► **Descriptif** : Le cours de marketing a pour objectif d'étudier la psychologie du consommateur afin d'examiner leurs préférences, leurs pratiques et leurs habitudes en termes de consommation. Cela implique d'étudier leurs attitudes dans une situation d'achat ou de ré-achat ainsi que leur comportement (freins, motivations, attitudes). L'analyse du comportement du consommateur peut passer, entre autres, par des études qualitatives pour analyser les mécanismes psychologiques des consommateurs (acheteurs).

► **Lectures recommandées** :

- Kotler P., Keller K., *et alii* (2006). *Marketing Management*, eds. Pearson Education, 12^e édition.
- Lehu J.M., (2012). *L'encyclopédie du Marketing : commentée et illustrée*, eds. Eyrolles.
- Lendrevie J., Lindon D., (2000). *Mercator*, eds. Dalloz.

► **Évaluation** : Examen écrit (individuel) de trois heures : deux à trois questions de cours et la réaction d'une note argumentée et structurée à partir d'un document.

UE5 : Spécialisation Marchés de la gastronomie et de l'agroalimentaire

Import / Export, Achats / Ventes

Frédéric Burdy | ✉ Fredburdy@yahoo.fr | ⌚ 18h de CM

► **Prérequis** : L'étudiant-e se doit de maîtriser les fondamentaux de la statistique descriptive : statistique à une variable (moyenne), calculer un pourcentage et savoir résoudre une équation du premier degré.

► **Descriptif** : Le cours d'import/export répond de façon pragmatique et pratique aux problématiques d'un opérateur de commerce international. À cet effet, de nombreuses matières transversales seront sollicitées comme la comptabilité financière, l'économie (générale) ainsi que le marketing (international). **Ce cours n'est pas orienté spécifiquement agro-alimentaire** mais développe les outils nécessaires à l'analyse des marchés en import / export

► **Plan de cours**:

1. Figures et graphiques de l'économie internationale (introduction à la fonction Commerce et achats internationaux) comprendre la notion de sourcing et de cost structure ,différence b to b et b to c
2. Réseaux de distribution et marge, chaîne d'approvisionnement, approche et mode de livraison différents, incoterms, douane. Comprendre la supply chain , profit et loss ,transport case .Loi de pareto AbC ,gestion complète du contrat
3. Stratégie de vente, quel est l'objectif ? **cas d'achat / vente (cas pulse)**
Comprendre make or buy
4. Environnement multiculturel: une approche pragmatique et une analyse des risques liés au commerce international (cas pulse suite) incoterms , Tco .

5. Définir la bonne approche de vente dans différents pays (distributions, rep, mix, direct...) outil pestel.
6. Session de récapitulation avec (selon la taille du groupe) une présentation (4 max par groupe) de 10 minutes avec débriefing 5 minutes sur un cas (cas reçu au cours 4 ou 5)

Les étudiants bénéficieront de présentations régulières et de cas pratiques contenant l'ensemble des chapitres du cours rédigés ainsi que des exercices qui seront traités pendant le cours magistral.

► **Évaluation** : Elle se fait selon la modalité du contrôle terminal (CC). Une évaluation en groupe en présentation du cas Pulse (20 minutes) devant le jury constitué de 5 étudiants et du professeur et d'un débat de 15 minutes à l'issue. (environ 5 à 7 heures de préparation) 60% de la note et un examen de 1 heure individuel pour 40 % de la note.

Droit de la distribution

Élise Mallein | ✉ Elise.Mallein@u-bourgogne.fr | ⌚ 6h

► **Descriptif** : Ce cours de droit de la distribution vise à la découverte des règles juridiques encadrant la distribution. Le cours est partagé en deux blocs :

- Le premier bloc concerne l'encadrement légal de la distribution et plus précisément les règles relatives au traitement des distributeurs, les relations fournisseurs/distributeurs ;
- Le second bloc s'attache à étudier les principes généraux des contrats propres au domaine de la distribution (contrat cadre et de distribution, contrat d'approvisionnement exclusif, contrat de concession exclusive et le contrat de franchise).

► **Évaluation** : Deux contrôles continus, sous la forme d'un contrôle de connaissances d'une heure (questions de cours) et d'un travail en groupe (dossier de travail sur une situation juridique nécessitant de manipuler les notions de cours et de faire des recherches complémentaires).

Cultures alimentaires

Jean-Pierre Garcia | ✉ Jean-Pierre.Garcia@u-bourgogne.fr | ⌚ 4h

► **Descriptif** : « La référence au terroir comme norme de qualité des vins » : il s'agit dans un exposé de donner les principales étapes de la construction sociale et normative de la référence au terroir comme critère de qualité des vins, en particulier en Bourgogne et en regard des autres modalités dans les grandes régions viticoles : Bordeaux, Champagne. Seront traités :

- La référence récente au terroir dans son acception naturaliste ;
- Les fondements historiques de cette norme de qualité en Bourgogne qui émerge au cours de l'histoire en même temps que celles du Bordelais, de Champagne et la « grande » cuisine ;
- Sa valeur en termes patrimoniaux (climats du vignoble de Bourgogne).

Une série de documents à analyser permettra aux étudiants d'ouvrir la discussion sur ces thèmes.

► **Évaluation** : Assiduité obligatoire.

Clémentine Hugol-Gential | ✉ clementine.hugol-gential@u-bourgogne.fr | ⌚ 2h

► **Descriptif** : Cet enseignement se propose d'analyser les diverses tendances alimentaires véhiculées par les différents discours auxquels sont confrontés les consommateurs. Nous analyserons notamment la tension qui réside entre le discours hédonique et le discours santé. Par ailleurs, nous aborderons les différentes crises traversées par l'agroalimentaire qui ont entraîné un climat de défiance obligeant les industries à développer de nouvelles tendances à destination de leurs consommateurs telles que la responsabilité, la reliance, la tradition, la personnalisation.

► **Évaluation** : Assiduité obligatoire.

Léa Gruyer | ✉ lea.gruyer@u-bourgogne.fr | ⌚ 2h

► **Descriptif** : A travers une approche critique sur la question de l'influence et de l'alimentation en ligne, cet enseignement se propose d'analyser les divers discours véhiculés et construits par les influenceurs sur les réseaux sociaux numériques. Nous analyserons les tendances alimentaires présentes sur les réseaux sociaux et la tension qui

réside entre discours hédonique et discours de santé. A travers une catégorisation des influenceurs, nous nous intéresserons aux enjeux de l'expertise alimentaire en ligne. Nous nous intéresserons également aux phénomènes et aux effets de l'instrumentalisation des contenus notamment par les marques.

► **Évaluation** : Assiduité obligatoire.

Olivier Jacquet | ✉ chaire.vin-culture@u-bourgogne.fr | ⌚ 2h

► **Descriptif** : Un grand vin aujourd'hui ressemble-t-il à un grand vin d'il y a 150 ans ? Quels vins appréciaient les gens du Moyen-âge ? Aimons-nous les mêmes vins que ceux bus par nos arrière-grands-parents ? Bref : le goût du vin possède-t-il une histoire ? Ces deux heures d'enseignement auront pour objectif de répondre à nombre de questions qui concernent le goût du vin et ses mutations au cours des âges. Or, le goût est un objet social qui change donc au cours de l'histoire. Si le cours reviendra nécessairement, dans un premier temps, sur les transformations techniques qui engendrent ces changements de goût, il s'intéressera aussi, en fonction des époques, aux évolutions des discours de prescription du vin et des acteurs qui définissent et promeuvent la qualité. Enfin, il s'agira d'expliquer comment notre façon normée d'apprécier les vins aujourd'hui, en particulier autour de la perception des arômes, s'inscrit dans l'histoire récente du XXe siècle, moment où une rénovation totale de la manière de déguster a révolutionné notre approche contemporaine des goûts du vin.

► **Évaluation** : Assiduité obligatoire.

Christian de Brisis | ✉ christian.de.brisis@veuve-ambal.com | ⌚ 5h

► **Descriptif** : L'objectif de ce cours est de sensibiliser les étudiants à l'export. Des sujets concrets seront abordés :

- Le Fonctionnement d'un département export
- Les qualités à avoir pour une fonction de responsable export
- Comment trouver de nouveaux clients
- L'importance du vin
- Les différentes vinifications des effervescents
- Les atouts du crémant de Bourgogne
- L'adaptation aux différents marchés

► **Évaluation** : Assiduité obligatoire.

Pauline Dumont | ✉ dumontpauline21@gmail.com | ⌚ 3h

► **Descriptif** : Cette conférence aura pour objectif de donner aux étudiants de LEACA un panorama des enjeux de l'œnotourisme en France et à l'étranger. Seront abordés les points suivants : définitions et historique de l'œnotourisme, ses enjeux, la digitalisation du secteur, la conception d'une offre, les métiers de l'œnotourisme et les compétences clés et enfin une ouverture sur le tourisme agroalimentaire sera proposée.

► **Évaluation** : Assiduité obligatoire

Approche sectorielle

Véronique Collange | ✉ Merci.Soki@u-bourgogne.fr | ⌚ 6h CM

Elie Afolabi | ✉ Ague-Oladoudoye-Elie_Afolabi-Felix-Biaou@etu.u-bourgogne.fr | ⌚ 6h TD

► **Descriptif** : L'objectif du cours est de rendre chaque étudiant capable d'analyser un secteur d'activité stratégique (DAS) en utilisant les techniques d'analyse des secteurs et de la concurrence de Michaël E. Porter.

Le cours sera partagé en deux parties : la première composée d'un module de 6h CM (3 séances de 2h) afin de donner les principaux outils d'analyse aux étudiants, et la deuxième composée d'un module de 6h TD (3 séances de 2h) où ils pourront s'approprier les outils et les mettre en pratique sur des cas agro-alimentaires.

Les trois chapitres de cours vus cette année seront :

- 1) L'analyse structurelle des secteurs (les déterminants structurels de l'intensité de la concurrence, l'analyse structurelle face à la concurrence),
- 2) Les grandes catégories de stratégie face à la concurrence,

3) L'analyse structurelle à l'intérieur d'un secteur. Le cas analysé en groupe en TD sera celui du groupe Geyer-Lorina.

▶ **Bibliographie :**

- Porter M. (1982), *Choix stratégiques et concurrence, Techniques d'analyse des secteurs et de la concurrence dans l'industrie*, Economica.
- Gerry J. (2017, 2020), *Stratégie*, Pearson.

▶ **Évaluation :** Une note sera attribuée à l'étudiant sous la forme d'une évaluation collective : une analyse de cas effectuée par écrit en groupe de trois étudiants maximum.