

MASTER LEACA

# LES COURS EN MASTER 2



SEPTEMBRE 2022



# LES COURS

Intitulé du cours	🕒	Éval. <sup>1</sup>	Enseignant-es
<b>UE1 : Anglais</b>			
Enseignement sectoriel	6h	CC	Nikki Woolridge Pinto
Communication professionnelle	9h	CC	Elaine Anderson
Argumentation commerciale et technique de négociation	12h	CC	Alex Frame
<b>UE2 : Allemand</b>			
Enseignement sectoriel	9h	CC	Florian Koch
Communication professionnelle	9h	CC	Florian Koch
Argumentation commerciale et technique de négociation	9h	CC	Florian Koch
<b>UE2 : Espagnol</b>			
Enseignement sectoriel	9h	CC	Luz Martínez
Communication professionnelle	9h	CC	Angélique Pestaña
Argumentation commerciale et technique de négociation	9h	CC	Maxime Breysse
<b>UE2 : Italien</b>			
Enseignement sectoriel	9h	CC	Ambra Zorat
Communication professionnelle	9h	CC	Hélène Mazzariol
Argumentation commerciale et technique de négociation	9h	CC	Hélène Mazzariol
<b>UE2 : Russe</b>			
Enseignement sectoriel	9h	CC	Regina Minary
Communication professionnelle	9h	CC	Galina Sankhorova-Marvillet
Argumentation commerciale et technique de négociation	9h	CC	Galina Sankhorova-Marvillet
<b>UE3 : Connaissance du secteur et insertion professionnelle</b>			
Mise en situation professionnelle (Junior Agence) ou suivi d'un mémoire de recherche	12h	CC	-

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

UE4 : Outils, savoirs et techniques			
Gestion analytique et financière	12h	CC	Dominique Charvet
Médiation interculturelle	12h	CC	Noëlie Nottet
Intelligence économique	9h	CC	Noëlie Nottet
Communication des entreprises et web 2.0	12h	CC	Léa Gruyer
Stratégie d'entreprise	12h	CC	Corinne Moissonnier
Technique de commerce international	12h	CC	Corinne Moissonnier
UE5 : Spécialisation – Marchés de la gastronomie et de l'agroalimentaire			
Commerce en ligne	9h	CC	Jean-Daniel Valy
Droit et éthique des affaires	9h	CC	Élise Mallein
Marketing international	12h	CC	Maxime Guillet
Cultures alimentaires	12h	CC	Béatrice Quenot
Approche sectorielle	12h	CC	Véronique Collange Elie Afolabi

► Retrouvez la Fiche Filière complète du M2 LEACA sur : [leaca.u-bourgogne.fr](http://leaca.u-bourgogne.fr)

# SYLLABUS

## UE1 : Anglais

### Enseignement sectoriel

Nikki Woolridge Pinto | ✉ [nikkicalisf@gmail.com](mailto:nikkicalisf@gmail.com) | ⌚ 6h

► **Descriptif** : Ce cours intitulé « Wine culture in America » vise à donner aux étudiants un aperçu historique, sociologique, économique et culturel du vin aux États-Unis.

► **Évaluation** : Contrôle continu. Une des notes sera obtenue par une épreuve commune entre tous les cours de l'UE1.

### Communication professionnelle

Elaine Anderson | ✉ [Elaine.Anderson@u-bourgogne.fr](mailto:Elaine.Anderson@u-bourgogne.fr) | ⌚ 9h

► **Descriptif** : L'objectif de ce cours est de renforcer les compétences linguistiques et culturelles des étudiants dans le domaine de leur spécialité afin de faciliter leur intégration au monde professionnel. Les étudiants, qui travailleront parfois en équipes, feront des études de cas, des mises en situation professionnelles, et présenteront des projets autour de l'agroalimentaire et la gastronomie dans les pays anglophones. Seront travaillées en particulier l'expression écrite et l'interaction orale en anglais à partir d'exemples concrets (campagnes publicitaires, communiqués de presse, plans marketing, etc.) présentant les enjeux économiques, sociaux et culturels du secteur dans l'aire anglophone.

► **Évaluation** : Contrôle continu. Une des notes sera obtenue par une épreuve commune entre tous les cours de l'UE1.

### Argumentation commerciale et technique de négociation

Alex Frame | ✉ [aframe@u-bourgogne.fr](mailto:aframe@u-bourgogne.fr) | 🕒 12h

► **Descriptif** : 1) *Argumentation commerciale (6 heures)* – This introduction to sales techniques is based on widely-used models (Seven steps / DIPADA) which students put into practice by inventing and performing various formats of pitches. 2) *Techniques de négociation (6 heures - cours mutualisé avec le Master ICM)* – This module introduces the students to the theory and practice of negotiation techniques, applied to various professional settings with an international dimension. Students get a chance to learn through practice, thanks to a range of negotiation exercises during which they test out techniques and then analyze them theoretically.

► **Évaluation** : Contrôle continu. Une des notes sera obtenue par une épreuve commune entre tous les cours de l'UE1.

## UE2 : Allemand

### Enseignement sectorielle

Florian Koch | ✉ [florianskoch@web.de](mailto:florianskoch@web.de) | 🕒 9h

► **Descriptif** : Ce cours vise les relations entre le secteur agroalimentaire, la culture, la langue et le sport principalement en Allemagne et en France sous l'angle de combinaisons de facteurs socio-économiques et sociolinguistiques.

► **Lectures obligatoires** :

BACH Matthieu, FERNÁNDEZ-CRUZ Javier, GAUTIER Laurent, KOCH Florian, LLORCA Matthieu (2022) Néologismes en discours spécialisé. Analyse comparée des noms de stades de football dans quatre pays européens. *Estudios Románicos*, 31, pp. 309–327.

BOUTAUD Jean-Jacques, BECUȚ Anda, MARINESCU Angelica (2016) Food and culture. Cultural patterns and practices related to food in everyday life. Introduction. *International Review of Social Research*, 6 (1), pp. 1–3.

IRELAND Robin et WATKINS Francine (2010) Football fans and food: a case study of a football club in the English premier league. *Public health nutrition*, 13 (5), pp. 682–687.

PARRY Keith D., HALL Timothy, BAXTER Alastair (2017) Who ate all the pies? The importance of food in the Australian sporting experience. *Sport in Society*, 20 (2), pp. 202–218.

► **Évaluation** : L'évaluation se fait en contrôle continu (CC) : deux contrôles continus, sous la forme de travaux écrits en groupe (exercices de rédaction professionnelle) et d'une présentation à l'oral (étude de cas).

### Communication professionnelle

Florian Koch | ✉ [florianskoch@web.de](mailto:florianskoch@web.de) | 🕒 9h

► **Descriptif** : Ce cours propose un approfondissement de la communication professionnelle en langue allemande. Basé sur des théories interdisciplinaires (communication, économie, identité), ce cours vise à explorer l'importance des produits alimentaires dans les différents secteurs liés au secteur agroalimentaire, à savoir le sport, l'art, le tourisme, etc..

► **Lectures obligatoires** :

ROMMERSKIRCHEN Jan et ROSLON Michael (2020) *Einführung in die moderne Unternehmenskommunikation: Grundlagen, Theorien und Praxis*, Wiesbaden, Springer Gabler, 272 p.

ZERFAB Ansgar et PIWINGER Manfred Éd. (2014) *Handbuch Unternehmenskommunikation: Strategie, Management, Wertschöpfung*, Wiesbaden, Springer Gabler, 1347 p.

► **Évaluation** : L'évaluation se fait en contrôle continu (CC) : deux contrôles continus, sous la forme de travaux écrits en groupe (exercices de rédaction professionnelle) et d'un travail de groupe (environ 4 étudiants) à présenter et à défendre à la fin du cours.

### Argumentation commerciale et technique de négociation

Florian Koch | ✉ [floriankoch@web.de](mailto:floriankoch@web.de) | ⌚ 9h

► **Descriptif** : L'objectif de ce cours est de transmettre aux étudiants les compétences nécessaires pour appliquer une stratégie de vente adaptée et efficace et pour mener un entretien de vente convaincant dans le secteur de l'agroalimentaire. De nombreuses activités variées et participatives permettent aux étudiants d'effectuer des recherches à visée professionnelle (plan marketing, campagne de communication, négociations au sein de l'entreprise, etc.)

► **Lecture obligatoire** :

RENTZSCH Hans-Peter (2008) *Kundenorientiert verkaufen im Technischen Vertrieb: Erfolgreiches Beziehungsmanagement im Business-to-Business*, 4., erw. Aufl. ed., Wiesbaden, Gabler.

► **Lectures recommandées** : *Manager-Magazin*, *Spiegel*, *Handelsblatt*.

► **Modalités d'examen** : L'évaluation se fait en contrôle continu (CC) : deux contrôles continus, sous la forme de travaux écrits en groupe (exercices de rédaction professionnelle) et d'une présentation à l'oral (étude de cas)

► **Évaluation** : Contrôle Continu.

## UE2 : Espagnol

### Enseignement sectoriel

Luz Martínez Villahermosa | ✉ [Luz.Martinez-Villermosa@u-bourgogne.fr](mailto:Luz.Martinez-Villermosa@u-bourgogne.fr) | ⌚ 9h

► **Descriptif** : L'objectif du cours est de doter les étudiants de solides connaissances du secteur agroalimentaire en Espagne et en Amérique latine, d'une part et de l'autre, de compétences en analyse sectorielle. La méthode d'enseignement mixte sera privilégiée, ce qui permettra de combiner les stratégies de transmission du savoir théorique des cours magistraux avec l'utilisation des technologies actuelles visant la participation active de l'étudiant. Le contenu est divisé en deux parties. La première partie propose l'analyse du secteur agroalimentaire en Amérique latine et en Espagne, qui sera complétée par l'étude des politiques agroalimentaires. La deuxième partie, quant à elle, propose un *focus* sur le secteur gastronomique.

► **Évaluation** : Les étudiants doivent effectuer une analyse sectorielle prospective. Les détails seront communiqués par l'enseignante lors de la première séance de cours.

### Communication professionnelle

Angélique Pestaña | ✉ [Angelique.Pestana@u-bourgogne.fr](mailto:Angelique.Pestana@u-bourgogne.fr) | ⌚ 9h

► **Descriptif** : Ce cours de langue spécialisée vise à mettre les étudiants en situation de communication professionnelle, par le biais de travaux en groupes. La communication professionnelle sera abordée sous deux angles : dans un premier temps, les étudiants devront présenter un projet dans le but de faire connaître une entreprise dans le domaine agroalimentaire. Ils devront cibler un domaine et décider d'une stratégie de communication pour promouvoir leur entreprise et le produit qu'ils souhaitent diffuser. Dans un deuxième temps, afin de préparer les étudiants à communiquer au quotidien au sein de l'entreprise, ils se prépareront à jouer des jeux de rôles improvisés avec du vocabulaire imposé en lien avec la situation à laquelle ils seront confrontés. 5h de cours seront consacrées à la mise en place du premier projet – évaluation comprise – et 4 heures à la préparation et à l'évaluation des improvisations.

► **Évaluation** : L'évaluation se fait en contrôle continu (CC) : un travail écrit qui sera une réflexion sur le choix de leur stratégie de communication et deux notes à l'oral. La première évaluera la présentation du projet et la deuxième la prestation de l'improvisation.

### Argumentation commerciale et techniques de négociation

Maxime Breysse | ✉ [Maxime.Breysse@u-bourgogne.fr](mailto:Maxime.Breysse@u-bourgogne.fr) | 🕒 9h

► **Descriptif** : Ce TD a pour but de donner aux étudiants la capacité de construire un discours argumenté et convainquant en lien avec le secteur de l'agroalimentaire et de la gastronomie (documents écrits et présentations orales professionnelles). De nombreuses activités, variées et participatives, permettront aux étudiants de consolider le lexique spécialisé et les notions acquises en M1 pour le mettre en œuvre lors de travaux à visée professionnelle (plan marketing, campagne de communication, négociation au sein de l'entreprise, etc.).

► **Évaluation** : Contrôle continu (écrit et oral).

## UE2 : Italien

### Enseignement sectoriel

Ambra Zorat | ✉ [Ambra.Zorat@u-bourgogne.fr](mailto:Ambra.Zorat@u-bourgogne.fr) | 🕒 9h

► **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.

► **Descriptif** : Les modalités d'évaluation seront précisées par l'enseignant en début de cours.

*Ce cours est mutualisé avec M1 LEACA.*

### Communication professionnelle

Hélène Mazzariol | ✉ [Helene.Mazzariol@u-bourgogne.fr](mailto:Helene.Mazzariol@u-bourgogne.fr) | 🕒 9h

► **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, se présentera comme suit : une série de mises en situation professionnelle dans les secteurs de la gastronomie et de l'agroalimentaire. Les étudiants travailleront par projets individuels et collectifs. Exemples de situations : organisation d'une semaine franco-italienne au restaurant d'un hôtel de luxe, 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, produits allergènes et restrictions alimentaires, agritourisme, *novel foods*...

► **Descriptif** : 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...).

*Ce cours est mutualisé avec M1 LEACA et M1 T2M*

### Argumentation commerciale et techniques de négociation

Hélène Mazzariol | ✉ [Helene.Mazzariol@u-bourgogne.fr](mailto:Helene.Mazzariol@u-bourgogne.fr) | 🕒 9h

► **Descriptif** : Ce TD a pour but de donner aux étudiants la capacité de construire un discours argumenté et convaincant lors d'une relation commerciale et d'une négociation. De nombreuses activités, variées et participatives, permettront aux étudiants de consolider le lexique spécialisé lors de mises en situation professionnelle.

Dans un premier temps le cours abordera la théorie de la négociation, les règles d'or, les phases, les caractéristiques propres à la culture des affaires en Italie, y compris la communication non verbale. D'un autre côté, les étudiants seront mis en situation et devront construire leurs négociations individuellement et collectivement.

► **Descriptif** : Contrôle continu lors des mises en situations professionnelles (CC).

Ce cours est mutualisé avec M1 LEACA et M1 T2M

## UE2 : Russe

### Enseignement sectoriel

Regina Minary | ✉ [Regina.Minary@u-bourgogne.fr](mailto:Regina.Minary@u-bourgogne.fr) | ⌚ 9h

► **Descriptif** : Ce cours vise principalement les relations entre l'alimentation, l'environnement, la culture et le marketing alimentaire russes sous l'angle de combinaisons de facteurs physiques, sociaux, économiques et politiques. Le cours est partagé en deux blocs thématiques. Le premier bloc sera consacré aux matières premières, à la transformation de ces produits, leur acheminement (transports, logistique) et la distribution (inclus le commerce internet). Le deuxième bloc développera le sujet de la restauration, la cuisine culturelle, les expérimentations, mouvements et tendances (cuisine moléculaire, *slow food*, *vegan*...). L'organisation du cours se veut « en spirale » - chaque bloc comprend des modules analogues :

- une note théorique relative au contenu, présentée en français et en russe
- le vocabulaire utile
- des exemples de traductions, suivis de commentaires

► **Évaluation** : un contrôle continu, sous la forme d'un travail individuel écrit et d'une présentation en groupes à l'oral (format du « *case-methods* »).

### Communication professionnelle du secteur agroalimentaire

Galina Sankhorova-Marvillet | ✉ [Galina.Marvillet@u-bourgogne.fr](mailto:Galina.Marvillet@u-bourgogne.fr) | ⌚ 9h

► **Descriptif** : Ce cours de langue de spécialité vise principalement l'acquisition du vocabulaire thématique, spécialisé dans le secteur agroalimentaire. L'accent sera porté sur le développement des compétences sociolinguistiques de communication en russe. Les documents d'exploitation proposés seront créés à partir des situations réelles de coopération commerciale franco-russe entre les entreprises du secteur agroalimentaire.

► **Évaluation** : L'évaluation sera faite en contrôle continu (CC) sous la forme d'un travail individuel écrit et d'une présentation en groupe à l'oral (format PW)

### Argumentation commerciale et techniques de négociation

Galina Sankhorova-Marvillet | ✉ [Galina.Marvillet@u-bourgogne.fr](mailto:Galina.Marvillet@u-bourgogne.fr) | ⌚ 9h

► **Descriptif** : Ce cours de langue de spécialité vise principalement l'acquisition des techniques de négociation en russe, par le biais de travaux individuels, en groupes et par projets. Au cours du semestre, les étudiants apprendront en russe les notions de base dans le domaine de l'argumentation commerciale pour savoir convaincre un client. Le cours est partagé en trois blocs thématiques de 3h. Le premier bloc sera consacré aux notions de base en argumentation commerciale (argumentaire de vente), aux étapes de la vente y compris la première présentation de l'offre commerciale, à la meilleure adaptation à la situation etc. Le second bloc abordera les techniques de négociations pour obtenir l'accord du client (choisir la meilleure façon de présenter une argumentation commerciale pour réussir sa vente). Le troisième bloc sera consacré aux connaissances de son marché, de ses produits et de ses clients qui sont nécessaires pour savoir convaincre ses partenaires russophones.

► **Évaluation** : L'évaluation se fait en contrôle continu (CC) : sous la forme d'un travail individuel et en groupe, et d'une présentation individuelle de son projet professionnel (start-up) à la fin du semestre.

## UE3 : Connaissance du secteur et insertion professionnelle

### Mise en situation professionnelle (Junior Agence LEACA)

► **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.

*Les étudiants alternants peuvent choisir de remplacer leur mission en Junior Agence par des recherches en vue de la préparation d'un mémoire de recherche plus approfondi (cf. vadémécum de l'alternant).*

## UE4 : Outils, savoirs et techniques

### Gestion analytique et financière

Dominique Charvet | ✉ [Domiique.Charvet@u-bourgogne.fr](mailto:Domiique.Charvet@u-bourgogne.fr) | ⌚ 12h

► **Descriptif** : Ce cours comptabilité de gestion ou comptabilité analytique vise à prolonger le cours de M1 portant sur la comptabilité générale, de façon à découvrir une partie de ce que l'on appelle le contrôle de gestion. Et notamment, d'aborder une notion fondamentale qu'est la rentabilité dans une entreprise et plus particulièrement le seuil de rentabilité. Si la possibilité en est donnée au niveau du temps, la notion de budget sera également abordée.

Le cours se déroulera entre : 1) une large partie théorique visant à apporter les notions essentielles et en particulier celles auxquelles les étudiants pourront être confrontés dans leur vie professionnelle (étude de marché, lancement et suivi d'un produit ...) ; 2) des exercices d'application permettant d'illustrer les cours.

► **Évaluation** : Elle se fera lors d'un contrôle qui comprendra des questions de cours ainsi qu'un ou plusieurs exercices dans la droite ligne de ceux vus en cours.

### Médiation interculturelle

Noëlie Nottet | ✉ [noelie.nottet@culturequintessence.com](mailto:noelie.nottet@culturequintessence.com) | ⌚ 12h

► **Descriptif** : Après un partage d'expérience du parcours de Noëlie Nottet et de l'entreprise Culture Quintessence, les étudiants s'approprieront le concept de PCI (patrimoine culturel immatériel) pour proposer des solutions de médiation culturelle du patrimoine culturel immatériel bourguignon à destination de l'institut culturel français de New York aux Etats-Unis. Sous forme de petits groupes, les étudiants devront mener un travail d'identification et de réflexion pour établir une médiation culturelle efficace entre la Région Bourgogne-Franche-Comté et l'institution nommée FIAF (French Institute Alliance Française). Il s'agira de concevoir des événements, médias, conférences... financés en partie par le gouvernement français, notamment par Atout France. Nous demanderons aux élèves de valoriser le patrimoine culturel immatériel bourguignon à des fins d'attractivité touristique tout en identifiant les potentiels partenaires à un tel projet.

► **Évaluation** : L'évaluation se fera sous la forme d'une présentation orale en groupe à l'issue du cours.



## Intelligence économique

Noëlie Nottet | ✉ [noelie.nottet@culturequintessence.com](mailto:noelie.nottet@culturequintessence.com) | ⌚ 9h

► **Descriptif** : Après une présentation des activités liées au PCI (patrimoine culturel immatériel) et à l'entreprise Culture Quintessence, ce cours vise à donner aux étudiants les clés de compréhension de la notion d'intelligence économique en tant qu'outil stratégique pour les entreprises, de la surveillance de son environnement à la collecte de données, pour en exploiter de véritables informations stratégiques et opérationnelles. L'enjeu sera de mêler intelligence économique et intelligence culturelle. Une fois la théorie exposée, les élèves devront individuellement mener un travail de collecte et traitement de l'information pour proposer des recommandations sur la stratégie à adopter pour différents Ministères du Tourisme et de la Culture, de pays imposés.

► **Évaluation** : L'évaluation se fera sous la forme d'une présentation écrite à l'issue du cours.

## Communication des entreprises et web 2.0

Léa Gruyer | ✉ [Lea.Gruyer@u-bourgogne.fr](mailto:Lea.Gruyer@u-bourgogne.fr) | ⌚ 6H

► **Descriptif** : À travers l'étude des innovations numériques, nous verrons en quoi l'évolution du web redéfinit la façon dont une organisation communique à ses cibles. Nous nous intéresserons aux différents leviers à mettre en place pour le déploiement d'une stratégie de communication digitale. Nous aborderons plus spécifiquement les enjeux liés au caractère interactionnel des réseaux socionumériques dans la relation à la marque. Enfin nous nous intéresserons à la notion d'e-réputation et des actions visant à optimiser la visibilité d'une entreprise sur le web.

► **Évaluation** : Contrôle Continu.

## Stratégie d'entreprise

Corinne Moissonnier | ✉ [cm\\_altano@yahoo.fr](mailto:cm_altano@yahoo.fr) | ⌚ 12h

► **Descriptif** : Le but est de pouvoir mettre une stratégie d'entreprise dans tous les cas de figure, pour une TPE ou une entreprise d'envergure.

1. La stratégie d'entreprise : le but
2. Analyser la situation
3. Fixer les objectifs
4. Choisir la stratégie de développement
5. Mettre en place le plan d'actions
6. Contrôler les résultats

► **Évaluation** : Contrôle Continu. Les modalités exactes seront communiquées par l'enseignante.

## Technique de commerce international

Corinne Moissonnier | ✉ [cm\\_altano@yahoo.fr](mailto:cm_altano@yahoo.fr) | ⌚ 12h

► **Descriptif** : Le but de l'intervention est de rendre les apprenants conscients des particularités des échanges internationaux et qu'il se posent les questions pertinentes facilitant l'export et/ou l'import de produits et services. Les sujets suivants seront abordés : 1) Les risques à l'international ; 2) La liasse documentaire ; 3) Les Incoterms 202 ; La douane / Les particularités à l'international. Chaque sujet sera lié à des exercices d'application, à des échanges.

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

## Commerce en ligne

Jean-Daniel Valy | ✉ [jdvaly@gmail.com](mailto:jdvaly@gmail.com) | ⌚ 9h

► **Descriptif** : L'objectif principal du cours/TD est la mise en œuvre d'un site internet de e-commerce en utilisant un CMS (Content Management System).

Les étudiants doivent être capables de :

- Analyser le besoin des fonctionnalités d'usages d'un client dans un contexte de e-commerce ;
- Proposer et choisir un CMS adapté ;
- Installer, configurer et gérer un CMS et sa base de données.

Le cours nécessite une culture informatique pour mieux appréhender le fonctionnement technique puis sociale du dispositif sociotechnique qu'est un site en ligne.

► **Évaluation** : Assiduité obligatoire. Évaluation en contrôle continu sous forme d'un travail en binôme/groupe.

## Droit et Éthique des Affaires

Élise Mallein | ✉ [Elise.Mallein@u-bourgogne.fr](mailto:Elise.Mallein@u-bourgogne.fr) | ⌚ 9h

► **Descriptif** : Ce cours de Droit et éthique des affaires tend à faire prendre conscience que le Droit n'est pas le seul outil qui permet de réguler les activités humaines ; l'éthique a une part de plus importante dans la régulation des activités humaines, le domaine agroalimentaire n'échappant pas à ce phénomène. Ce cours est composé de deux blocs : 1.- Le premier bloc est consacré au Droit des affaires : à cette occasion seront présentées les différentes structures juridiques permettant l'exercice d'une activité (et notamment les structures propres au domaine agroalimentaire), ainsi que les règles juridiques de la responsabilité. 2.- Le deuxième bloc est consacré à l'éthique en droit des affaires : l'objectif est de distinguer ce qui relève du droit et ce qui relève de l'éthique, tout en insistant sur le fait que ces deux éléments sont de plus en plus indissociables et peuvent influencer l'un sur l'autre.

► **Évaluation** : Examen individuel d'une heure.

## Marketing international

Maxime Guillet | ✉ [max.guillet87@gmail.com](mailto:max.guillet87@gmail.com) | ⌚ 12h

*Le syllabus du cours sera présenté aux étudiants lors de la première séance.*

## Cultures alimentaires

Béatrice Quenot | ✉ [b.quenot@image-associes.com](mailto:b.quenot@image-associes.com) | ⌚ 12h

► **Descriptif** : Un cours collaboratif où les différences, l'histoire, les valeurs... vont prendre du relief et dessiner petit à petit les cultures alimentaires. Des sessions où nous allons développer curiosité et capacités d'observations car ces cultures sont mouvantes. Pour les aborder il faudra d'abord faire un voyage dans l'espace (cela paraît évident) mais aussi dans le temps. Nous aborderons de très nombreuses dimensions incontournables pour bien cerner le sujet et savoir ensuite faire une veille intelligente. Les cultures alimentaires imprègnent très grandement nos vies et sont le terreau des développements de nouveaux produits/concepts et de la communication pour l'industrie agroalimentaire, des vins ou des spiritueux. Ce cours a pour objectif de donner un point de repère et les bons outils pour savoir observer, et même anticiper les changements et les intégrer dans les décisions stratégiques que vous aurez à prendre. Où ancrerez-vous votre produit, quels axes seront vos racines ? Quelle est votre cible, quelles sont ses convictions ou ancrages culturels ? Le cours alternera observations et partage d'expérience. 4 groupes seront formés dès la première session afin de pouvoir réaliser des analyses en sous-groupe et les partager, et pour réaliser un dossier qui sera présenté à tous.

► **Évaluation** : Elle sera pour moitié basée sur le dossier présenté en groupe et moitié sur l'apport de chaque groupe au thème du cours : réflexions, expériences, questionnements, amélioration du dossier présenté par un des groupes. C'est ensemble que vous allez voyager dans l'univers des cultures culinaires et vous enrichir.

## Approche sectorielle

Véronique Collange | ✉ [Merci.Soki@u-bourgogne.fr](mailto:Merci.Soki@u-bourgogne.fr) | ⌚ 6h CM

Elie Afolabi | ✉ [Ague-Oladoudoye-Elie\\_Afolabi-Felix-Biaou@etu.u-bourgogne.fr](mailto: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 Michael 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.