



ARTS, LETTRES, LANGUES (ALL)

Master Langues étrangères appliquées



Composante
UFR Langues et
Communication



Langue(s)
d'enseignement
Français,
Anglais

Parcours proposés

- › Commerce et affaires (marchés de l'agroalimentaire et de la gastronomie)

Présentation

Le Master LEACA (Langues Étrangères Appliquées au Commerce de l'Agroalimentaire et de la gastronomie) dispense une formation professionnalisante destinée aux étudiants spécialistes de langues étrangères qui souhaitent entreprendre une carrière à l'international dans les domaines du commerce, des affaires, du marketing et, dans une moindre mesure, de la communication. Du fait de sa spécialisation, il apporte aux diplômés une véritable expertise relative aux marchés de l'agroalimentaire et de la gastronomie, à la fois dans une perspective commerciale (techniques de commerce international, import-export / achat-vente, e-commerce, marketing), mais aussi culturelle (tendances de l'alimentaire, promotion du patrimoine gastronomique, sociologie de l'alimentation). Aussi, les diplômés du Master LEACA développent à la fois une vision stratégique de décideur, une maîtrise des principaux outils techniques ainsi que des compétences pluridisciplinaires et interculturelles. Enfin, grâce à une approche scientifique, les étudiants seront en mesure de mener des recherches et de les articuler avec leur projet professionnel ou une poursuite d'études en Doctorat.

Formation avec accès santé : Non

Parcours éligible au dispositif AGIL : Non

Objectifs

Le Master LEACA repose sur des objectifs d'apprentissage et d'évaluation pluridisciplinaires permettant aux étudiants de se positionner en tant que futurs professionnels des secteurs de l'agroalimentaire et de la gastronomie à l'international.

À l'issue de leur formation, les diplômés seront en mesure de :

- Communiquer dans deux langues étrangères à haut niveau et en contexte professionnel pour répondre aux impératifs des marchés de l'agroalimentaire et de la gastronomie (Langue A obligatoire : Anglais ; Langue B au choix : allemand, espagnol, italien, russe au choix). Pour ce faire, ils auront été préparés à la rédaction de documents destinés à la communication interne et externe des entreprises, seront capable de présenter le résultat d'une réflexion à des collaborateurs et à des prestataires. Ils auront aussi développé la capacité d'argumenter et de négocier à des fins commerciales en langues étrangères. Enfin, ils auront acquis des outils qui leur permettront d'analyser les enjeux communicationnels et commerciaux d'une entreprise ou d'une marque grâce à une expertise sectorielle approfondie des aires géographiques étudiées.
- Conduire des projets professionnels dans un cadre collaboratif en mobilisant des compétences pluridisciplinaires. Dans le cadre de la Junior Agence LEACA, des missions professionnelles auront été confiées aux étudiants leur permettant de développer des compétences



relatives au travail d'équipe. Pour ce faire, ils auront été formés à des outils tels que le management de projets et d'équipes, la création d'entreprise, la comptabilité et la gestion d'entreprise, mais aussi la création de contenus graphiques et digitaux, dans une perspective de community management, par exemple. Ils auront participé, par ailleurs, à de nombreux événements leur permettant de présenter les résultats de leurs travaux (Master Show, Pulse event, etc) et de développer leur identité professionnelle.

- Contribuer à l'élaboration d'une stratégie marketing au sein des entreprises du secteur de spécialité. Pour ce faire, les étudiants auront été formés aux techniques de marketing international ainsi qu'à la stratégie et à l'étude des marchés. Ils seront en mesure d'utiliser des outils de veille concurrentielle pour établir un diagnostic permettant de définir une stratégie concurrentielle, d'analyser le comportement du consommateur, d'étudier des données pour prendre des décisions stratégiques, de concevoir une offre et de s'adapter aux spécificités des marchés de l'agroalimentaire et de la gastronomie.

- Appliquer des techniques de commerce international adaptées aux secteurs de l'agroalimentaire et de la gastronomie. Les cours d'Import-Export/Achat-Vente, Droit des affaires et E-commerce auront permis aux étudiants de développer des compétences spécifiques : conception d'une offre commerciale, administration des ventes et des achats, application des règles juridiques et commerciales, coordination des opérations logistiques, gestion de la relation client et fournisseur et élaboration de stratégies digitales.

- Analyser les enjeux culturels, patrimoniaux et communicationnels des secteurs de l'agroalimentaire et de la gastronomie. Grâce à des cours à la fois spécialisés et pointus, mêlant des approches pédagogiques et des séminaires diversifiés (sociologie, promotion du patrimoine, etc), les étudiants seront en mesure d'analyser des stratégies de communication du secteur, en identifier les tendances, les pratiques innovantes et les théories associées à l'alimentation. Ils seront aussi en mesure d'activer les leviers permettant de promouvoir le patrimoine gastronomique et alimentaire dans une perspective interculturelle.

- Mener des recherches pour les articuler avec leur projet professionnel. Il s'agira d'offrir une ouverture scientifique

en donnant les outils méthodologiques nécessaires à une démarche de recherche. Les étudiants auront suivi des séminaires et des formations méthodologiques, notamment en veille scientifique, qui leur permettront d'identifier, de sélectionner et d'analyser diverses ressources spécialisées pour documenter une étude, mais aussi synthétiser des données en vue de leur exploitation et construire une bibliographie. Les étudiants auront par ailleurs eu à rédiger et présenter le résultat d'une recherche en vue de sa publication.

- Valoriser leur parcours dans une perspective de développement professionnel et personnel. Les stages en entreprise à l'étranger, d'une durée de 4 à 6 mois, obligatoire en première, ainsi que l'alternance en deuxième, auront permis aux étudiants d'analyser et d'évaluer l'acquisition de compétences professionnelles, en particulier grâce à la rédaction d'un rapport de stage, ou au portfolio de développement qui aura été construit au fil des semestres. L'étudiant aura pu, par ailleurs, valoriser son positionnement professionnel et identitaire grâce à des formations complémentaires (semestre Forthem, formations en ligne, etc) de son choix ou à son engagement en tant qu'étudiant.

Capacité d'accueil globale : 24 étudiants

Compétences acquises

Le Master LEACA est structuré autour de 7 blocs permettant aux étudiants de développer les compétences suivantes :

1. Communiquer à très haut niveau dans deux langues étrangères pour répondre aux impératifs internationaux des marchés de l'agroalimentaire et de la gastronomie
2. Conduire un projet professionnel dans un cadre collaboratif pouvant mobiliser des compétences pluridisciplinaires
3. Contribuer à l'élaboration d'une stratégie de développement marketing des entreprises des secteurs de l'agroalimentaire et de la gastronomie
4. Appliquer des techniques de commerce international adaptées aux marchés de l'agroalimentaire et de la gastronomie



5. Analyser les enjeux culturels, patrimoniaux et communicationnels des secteurs de l'agroalimentaire et de la gastronomie
6. Mener des recherches et les articuler avec son activité professionnelle
7. Valoriser son parcours dans une perspective de développement professionnel et personnel

Organisation

Contrôle des connaissances

Les règles applicables aux études LMD sont précisées dans le Référentiel commun des études mis en ligne sur le [site internet de l'Université](#)

Règles de validation et de capitalisation :

COMPENSATION

Une compensation s'effectue au niveau de chaque Unité d'Enseignement (UE).

La note semestrielle est calculée à partir de la moyenne des notes des UE du semestre affectées des coefficients. Les UE se compensent entre elles au sein d'un semestre. Le semestre est validé si la moyenne générale des notes des UE pondérées par les coefficients est supérieure ou égale à 10 sur 20.

La note de l'année est la moyenne des deux notes semestrielles. L'année est obtenue si cette moyenne est supérieure ou égale à 10.

CAPITALISATION

Chaque unité d'enseignement est affectée d'une valeur en crédits européens (ECTS). Une UE est validée et capitalisable, c'est-à-dire définitivement acquise lorsque l'étudiant a obtenu une moyenne pondérée supérieure ou égale à 10 sur 20 par compensation entre chaque matière de l'UE. Chaque UE validée permet à l'étudiant d'acquérir les crédits européens correspondants. Si les éléments (matières)

constitutifs des UE non validées ont une valeur en crédits européens, ils sont également capitalisables lorsque les notes obtenues à ces éléments sont supérieures ou égales à 10 sur 20.

Sessions d'examen

Il n'y a pas de session 2.

Redoublement et reports de notes :

Le redoublement est possible avec l'accord du jury. En cas de redoublement, l'étudiant devra se présenter à tous les examens des matières composant une UE non validée.

Admission

Conditions d'accès

Mon Master

Modalités de candidatures

Étudiants relevant de Mon Master : Dossier et entretien
Étudiants internationaux : s'adresser aux service des Relations Internationales

Attendus / Pré-requis

Communiquer à très haut niveau (niveau C1) dans deux langues étrangères; anglais obligatoire et deuxième langue au choix (allemand, russe, italien ou espagnol)

Critères généraux d'examen des voeux / candidatures

Le candidat devra articuler son dossier autour d'un projet professionnel en lien avec les secteurs de l'agroalimentaire et



de la gastronomie, démontrer d'un niveau C1 dans en anglais et en langue B (allemand, espagnol, italien, russe au choix) et faire preuve d'aisance à l'écrit dans sa lettre de motivation et à l'oral durant l'entretien qui se déroulera en partie en langues étrangères.

Pour masters, mentions de licence prioritaire

Licence LEA
Licence Gestion
Licence Commerce
Licence LLCER
Licence Sciences de la communication

Et après

Poursuite d'études

Master spécialisé / Doctorat

Débouchés professionnels

Les diplômés du Master LEACA se destinent principalement à occuper des postes dans les secteurs de l'agroalimentaire et de la gastronomie à l'international, en particulier dans les domaines du commerce, du marketing et, dans une moindre mesure, de la communication : attaché ou directeur commercial, chargé d'expansion commerciale, responsable des achats, technico-commercial, attaché ou responsable import-export, agent de transit, commercial export, responsable e-commerce, assistant ou responsable marketing, sales manager, chef de secteur, chargé de communication.

Infos pratiques

Contacts

Responsable de formation

Maxime Breyse

✉ Maxime.Breyse@u-bourgogne.fr

Responsable de formation 1re année

Elaine Anderson

✉ Elaine.Anderson@u-bourgogne.fr

Scolarité

Matthieu BOILLEREAU

☎ 0380395674

✉ scolarite.lea@u-bourgogne.fr

Secrétariat pédagogique

Anne TRACHEZ

☎ 03.80.39.56.11

✉ secretariat.lea.master@u-bourgogne.fr



Programme

Commerce et affaires (marchés de l'agroalimentaire et de la gastronomie)

Master 1

LEACA - Semestre 1

| | Nature | CMI | CM | TD | TP | TER | ECTS |
|---|---------|-----|-----|-----|----|-----|------|
| UE1 - Pratique de deux langues étrangères en contexte professionnel | UE | | | | | | 8 |
| Anglais de Spécialité | Matière | | | 32h | | | |
| Allemand de spécialité | Matière | | | 32h | | | |
| Espagnol de spécialité | Matière | | | 32h | | | |
| Italien de spécialité | Matière | | | 32h | | | |
| Russe de spécialité | Matière | | | 32h | | | |
| UE2 - Conduite de projets professionnels et pluridisciplinaires | UE | | | | | | 8 |
| Mise en situation professionnelle | Matière | | | 12h | | | |
| Management de projets | Matière | | | 8h | | | |
| Entrepreneuriat | Matière | | | 12h | | | |
| Gestion et comptabilité d'entreprise | Matière | | | 9h | | | |
| Informatique professionnelle | Matière | | | 6h | | | |
| Création graphique | Matière | | | 9h | | | |
| Création et gestion de sites internet | Matière | | | 9h | | | |
| UE3 - Marchés de l'agroalimentaire et de la gastronomie | UE | | | | | | 4 |
| Marketing international | Matière | | 18h | | | | |
| Étude de marchés | Matière | | | 10h | | | |
| Stratégie | Matière | | | 10h | | | |
| UE4 - Techniques de commerce international des secteurs de l'agroalimentaire et de la gastronomie | UE | | | | | | 4 |
| Import-Export / Achat-Vente | Matière | | | 18h | | | |
| Droit des affaires | Matière | | | 12h | | | |
| E-commerce | Matière | | | 10h | | | |
| UE5 - Cultures alimentaires et gastronomiques | UE | | | | | | 4 |
| Analyse et enjeux de la communication | Matière | | 18h | | | | |
| Approches culturelles de l'alimentation | Matière | | | 18h | | | |
| Promotion du patrimoine alimentaire et gastronomique | Matière | | | 9h | | | |
| UE6 - Ouverture à la recherche | UE | | | | | | 2 |
| Méthodologie de la recherche | Matière | | | 10h | | | |
| Séminaires de recherche | Matière | | | 6h | | | |
| Théorie et pratique de la veille | Matière | | | 12h | | | |



LEACA - Semestre 2

| | Nature | CMI | CM | TD | TP | TER | ECTS |
|--|---------------------|-----|----|----|----|-----|------|
| UE7 - Développement professionnel et identitaire | UE | | | | | | 30 |
| Méthodologie du rapport de stage | Matière | | | 3h | | | |
| Objectifs et enjeux du portfolio | Matière | | | 3h | | | |
| Stage ou Mobilité Forthem | Stage | | | | | | |
| Formations complémentaires (optionnel) | Elément constitutif | | | | | | |
| Engagement étudiant (optionnel) | Elément constitutif | | | | | | |

Master 2

LEACA - Semestre 3

| | Nature | CMI | CM | TD | TP | TER | ECTS |
|---|---------|-----|-----|-----|----|-----|------|
| UE1 - Pratique de deux langues étrangères en contexte professionnel | UE | | | | | | 8 |
| Anglais de spécialité | Matière | | | 30h | | | |
| Allemand de spécialité | Matière | | | 30h | | | |
| Espagnol de spécialité | Matière | | | 30h | | | |
| Italien de spécialité | Matière | | | 30h | | | |
| Russe de spécialité | Matière | | | 30h | | | |
| UE2 - Conduite de projets professionnels et pluridisciplinaires | UE | | | | | | 8 |
| Mise en situation professionnelle | Matière | | | 12h | | | |
| Management d'équipes | Matière | | | 6h | | | |
| Gestion et comptabilité d'entreprise | Matière | | | 9h | | | |
| Informatique professionnelle | Matière | | | 6h | | | |
| Community management | Matière | | | 9h | | | |
| Techniques d'intelligences créatives et collaboratives (Pulse Event) | Matière | | | 6h | | | |
| UE3 - Marchés de l'agroalimentaire et de la gastronomie | UE | | | | | | 4 |
| Marketing international | Matière | | | 12h | | | |
| Étude de marchés | Matière | | | 10h | | | |
| Stratégie | Matière | | | 10h | | | |
| UE4 - Techniques de commerce international des secteurs de l'agroalimentaire et de la gastronomie | UE | | | | | | 4 |
| Import-Export / Achat-Vente | Matière | | | 18h | | | |
| Droit des affaires | Matière | | | 9h | | | |
| E-commerce | Matière | | | 10h | | | |
| UE5 - Cultures alimentaires et gastronomiques | UE | | | | | | 4 |
| Approches culturelles de l'alimentation | Matière | | | 12h | | | |
| Sociologie de l'alimentation | Matière | | 10h | | | | |
| Promotion du patrimoine alimentaire et gastronomique | Matière | | | 9h | | | |



UE6 - Ouverture à la recherche

Méthodologie de la recherche
Séminaires de recherche

UE

Matière
Matière

10h
6h

2

LEACA - Semestre 4

| | Nature | CMI | CM | TD | TP | TER | ECTS |
|--|---------------------|-----|----|----|----|-----|------|
| UE7 - Développement professionnel et identitaire | UE | | | | | | 30 |
| Méthodologie du portfolio | Matière | | | 4h | | | |
| Alternance en entreprise | Matière | | | | | | |
| formations complémentaires (optionnel) | Elément constitutif | | | | | | |
| Engagement étudiant (optionnel) | Elément constitutif | | | | | | |