



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

Master Langues étrangères appliquées



Composante
UFR Langues et
Communication



Langue(s)
d'enseignement
Français,
Anglais

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.

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. Ils auront toutes les compétences nécessaires pour travailler dans les domaines du commerce international, du marketing et, dans une moindre mesure, de la communication.

Grâce à des stages à l'étranger d'une durée de 4 à 6 mois, ainsi que la possibilité de suivre la deuxième année en alternance, les titulaires du Master LEACA auront bénéficié d'une formation professionnalisante, théorique et pratique, très recherchée sur le marché du travail. Par ailleurs, les compétences en recherche et développement acquises



pendant leur parcours leur permettront de poursuivre, s'ils le souhaitent, leurs études en Doctorat.

Compétences acquises

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 stratégie 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.

Dimension internationale

Mobilité Erasmus+

Les étudiants pourront choisir de réaliser une mobilité Erasmus+ dans le cadre de l'Alliance Forthem s'ils parviennent à trouver dans les universités partenaires des enseignements permettant de valider 30 crédits ECTS en lien avec les compétences acquises au sein du Master LEACA. Les dossiers seront étudiés au cas par cas par les responsables de formation. Les étudiants qui auront validé leur semestre 2 dans l'université d'accueil seront dispensés de rapport de stage.

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



Public cible

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

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)

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

Organisation



		Majeure «#Recherche & Développement#»	Majeure «#Entreprise#»
M1	S1	Définition d'un domaine de recherche, d'une problématique et d'un plan de rédaction.	-
	S2	Présentation écrite et orale d'un état de la recherche intermédiaire.	Rédaction et soutenance d'un rapport de stage dans la langue de communication de l'entreprise d'accueil.
M2	S3	Présentation d'un poster de recherche portant sur le mémoire de recherche au Master Show.	-



	S4	Remise du mémoire de recherche finalisé et soutenance orale.	Rédaction et soutenance d'un rapport de stage ou d'un portfolio de développement identitaire et professionnel.
--	----	--	--

M1 LEACA

Organisation des semestres

- #Semestre 1#: Les étudiants suivent en présentiel des cours sous la forme de CM et de TD, pour lesquels l'assiduité est obligatoire, et qui prennent fin généralement mi-janvier à l'issue du Master Show LEACA, événement organisé par la Junior Agence LEACA visant à rendre compte des compétences acquises lors des missions professionnelles menées à bien pendant le semestre et évalué par un jury composé de professionnels et d'enseignants.
- #Semestre 2#: Les étudiants devront obligatoirement effectuer un stage à l'étranger, dans une entreprise des secteurs de l'agroalimentaire et/ou de la gastronomie, d'une durée de 4 à 6 mois, pendant lequel ils rédigeront un rapport de stage qui devra être rendu et soutenu avant la rentrée. Ils pourront d'autre part choisir au semestre 1 de rédiger un mémoire de recherche sur deux ans qui sera rendu et soutenu devant un jury de deux enseignants en fin de semestre 4. Les modalités de ces travaux sont définies chaque année par les responsables de la formation et publiées sur le site interne du Master#(leaca.u-bourgogne.fr). Seuls les étudiants bénéficiant d'une mobilité Erasmus+ dans le cadre de l'Alliance Forthem, permettant de valider 30 crédits ECTS sont dispensés de stage à l'étranger au semestre 2.

M2 LEACA Formation initiale

Organisation des semestres

- #Semestre 3#: Les étudiants suivent en présentiel des cours sous la forme de CM et de TD, pour lesquels l'assiduité est obligatoire, et qui prennent fin généralement mi-janvier à l'issue du Master Show LEACA, événement organisé par la Junior Agence LEACA visant à rendre compte des compétences acquises lors des missions professionnelles menées à bien pendant le semestre et évalué par un jury composé de professionnels et d'enseignants.
- #Semestre 2#: Les étudiants devront obligatoirement effectuer un stage à l'étranger, dans une entreprise des secteurs de l'agroalimentaire et/ou de la gastronomie, d'une durée de 4 à 6 mois, pendant lequel ils rédigeront un rapport de stage ou un portfolio de développement identitaire et professionnel qui devra être rendu et soutenu avant la rentrée. Dans la mesure du possible, les étudiants veilleront à choisir une entreprise dont la langue de communication ne sera pas la même qu'en M1. Ils pourront d'autre part choisir au semestre 1 de rédiger un mémoire de recherche sur deux ans qui sera rendu et soutenu devant un jury de deux enseignants en fin de semestre 4. Les modalités de ces travaux sont définies chaque année par les responsables de la formation et publiées sur le site interne du Master#(leaca.u-bourgogne.fr). Seuls les étudiants bénéficiant d'une mobilité Erasmus+ dans le cadre de l'Alliance Forthem, permettant de valider 30 crédits ECTS sont dispensés de stage à l'étranger au semestre 3.

Mémoire de recherche

Les étudiants désireux de poursuivre leurs études en Doctorat ou souhaitant bénéficier d'une initiation aux travaux de recherche pourront mener à bien une étude scientifique approfondie en lien avec la formation sur deux ans. L'étudiant se mettra en lien avec l'enseignant qui dirigera sa recherche et le guidera dans l'identification de la problématique de son mémoire. Il devra respecter le calendrier suivant#:

- #À la fin du premier semestre, l'étudiant devra identifier le domaine de recherche, la problématique à laquelle le mémoire devra répondre et penser à un premier plan de rédaction ;



- #À la fin du second semestre, il rendra un projet de recherche argumenté accompagné d'une bibliographie commentée et présentera oralement à un jury composé de deux enseignants l'état de sa recherche ;
- À la fin du semestre 3, à l'occasion du Master Show LEACA, l'étudiant présentera un poster de sa recherche et répondra aux questions du public. Le poster présentera la contextualisation de la problématique, le cadre méthodologique et les résultats.
- Enfin, le mémoire de recherche sera rendu et soutenu devant un jury composé d'au moins deux enseignants-chercheurs à la fin du semestre 4.

Les modalités de rédaction et de soutenance sont précisées dans le vadémécum disponible sur le site internet de la formation (leaca.u-bourgogne.fr).

Master 1

LEACA - Semestre 1

	Nature	CMI	CM	TD	TP	TER	ECTS
UE1 - Pratique de deux langues étrangères en contexte professionnel	UE						8 crédits
Anglais de Spécialité (obligatoire)	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 crédits
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 crédits
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 crédits
Import-Export / Achat-Vente	Matière			18h			
Droit des affaires	Matière			12h			
E-commerce	Matière			10h			
UE5 - Cultures alimentaires et gastronomiques	UE						4 crédits
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 crédits
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 crédits
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 crédits
Anglais de spécialité (obligatoire)	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 crédits
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 crédits
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 crédits
Import-Export / Achat-Vente	Matière			18h			
Droit des affaires	Matière			9h			
E-commerce	Matière			10h			
UE5 - Cultures alimentaires et gastronomiques	UE						4 crédits



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	UE		2 crédits
Méthodologie de la recherche	Matière	10h	
Séminaires de recherche	Matière	6h	

LEACA - Semestre 4

	Nature	CMI	CM	TD	TP	TER	ECTS
UE7 - Développement professionnel et identitaire	UE						30 crédits
Méthodologie du portfolio	Matière			4h			
Alternance en entreprise	Matière						
formations complémentaires (optionnel)	Elément constitutif						
Engagement étudiant (optionnel)	Elément constitutif						
Encadrement des travaux de recherche	TER/Eval						
Participation à des manifestations scientifiques, pédagogiques et/ou scientifiques	TER/Eval						
Soutenance	TER/Eval						