



# 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.

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.

---

## 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

Contrôle Continu Intégral

## 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 Breysse

✉ [Maxime.Breysse@u-bourgogne.fr](mailto:Maxime.Breysse@u-bourgogne.fr)

### Responsable de formation 1re année

Elaine Anderson

✉ [Elaine.Anderson@u-bourgogne.fr](mailto:Elaine.Anderson@u-bourgogne.fr)

### Scolarité

Matthieu BOILLEREAU

☎ 0380395674

✉ [scolarite.lea@u-bourgogne.fr](mailto:scolarite.lea@u-bourgogne.fr)

### Secrétariat pédagogique

Anne TRACHEZ

☎ 03.80.39.56.11

✉ [secretariat.lea.master@u-bourgogne.fr](mailto:secretariat.lea.master@u-bourgogne.fr)



# Programme

## 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	UE						2
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
Méthodologie du portfolio	Matière			4h			
Alternance en entreprise	Matière						
formations complémentaires (optionnel)	Elément constitutif						
Engagement étudiant (optionnel)	Elément constitutif						