



Espagnol de spécialité



Niveau d'étude
BAC +5



ECTS
4 crédits



Composante
UFR Langues et
Communication



Volume horaire
30h

En bref

- > Ouvert aux étudiants en échange: Non
- > Effectif: 24

Présentation

Heures d'enseignement

TD	Travaux Dirigés	30h
----	-----------------	-----

Syllabus

Módulo 3: Comunicación profesional II (10h)

Público: M2 LEACA

Docente: Angélique Pestaña | angelique.pestana@u-bourgogne.fr

Micro-compétences visées :

Rédiger des documents destinés à la communication interne et externe de l'entreprise

Présenter le résultat d'une réflexion à ses collaborateurs ou à des prestataires

Argumenter et négocier à des fins commerciales et communicationnelles

Analyser les enjeux communicationnels et commerciaux d'une marque, d'une entreprise, d'une institution

Développer une expertise sectorielle approfondie des aires géographiques et linguistiques étudiées.



Objetivos y contenido:

Esta asignatura aborda diferentes estrategias de comunicación en torno al sector agroalimentario. Los alumnos trabajarán a partir de un sector concreto tomando en cuenta los siguientes enfoques: análisis DAFO, estudio de mercado, identidad visual, anuncio publicitario.

Modalidades de evaluación:

En un primer tiempo, los estudiantes presentarán un trabajo en grupo en el que elaborarán el proyecto de su empresa que incluirá todos los aspectos de la comunicación analizados en clase. En un segundo tiempo, cada alumno concebirá un anuncio publicitario para dar a conocer su empresa.

Módulo 4: Análisis sectorial (10h)

Público: M2 LEACA

Docente: Luz Martínez | luz.martinez-villermosa@u-bourgogne.fr

Micro-compétences visées :

Rédiger des documents destinés à la communication interne et externe de l'entreprise

Présenter le résultat d'une réflexion à ses collaborateurs ou à des prestataires

Argumenter et négocier à des fins commerciales et communicationnelles

Analyser les enjeux communicationnels et commerciaux d'une marque, d'une entreprise, d'une institution

Développer une expertise sectorielle approfondie des aires géographiques et linguistiques étudiées.

Objetivos y contenido:

Esta asignatura aporta al estudiantado métodos y herramientas necesarios para llevar a cabo un análisis sectorial para comprender las tendencias, oportunidades, desafíos y factores que afectan el posicionamiento empresarial en el mercado hispanohablante, al tiempo que le permite desarrollar una mirada crítica sobre elementos tanto macro como microeconómicos aplicados al sector agroalimentario en Hispanoamérica. Las herramientas de estudio sectorial como el FODA, PESTEL y las Cinco fuerzas de Porter serán aplicadas en un contexto simulado para crear un proyecto de internacionalización que responda a objetivos precisos empresariales. Las actividades se centran en la compilación, tratamiento y extracción de datos socioeconómicos, así como en la redacción de informes, creación de matrices evaluativas y síntesis tanto orales como escritas de los resultados.

Modalidades de evaluación:

Los estudiantes deberán realizar un análisis sectorial prospectivo escrito que dará lugar también a una presentación oral.



Módulo 5: Argumentación comercial (10h)

Público: M2 LEACA

Docente: Maxime Breysse | maxime.breysse@u-bourgogne.fr

Micro-compétences visées :

Rédiger des documents destinés à la communication interne et externe de l'entreprise

Présenter le résultat d'une réflexion à ses collaborateurs ou à des prestataires

Argumenter et négocier à des fins commerciales et communicationnelles

Développer une expertise sectorielle approfondie des aires géographiques et linguistiques étudiées.

Objetivos y contenido:

Este módulo permitirá a los estudiantes adquirir herramientas para construir un discurso comercial argumentado y convincente en relación con los sectores de la alimentación y de la gastronomía tanto de forma oral como escrita. Numerosas actividades, variadas e interactivas, tendrán como objetivo consolidar el léxico especializado de los estudiantes, así como verificar la adquisición de las nociones estudiadas en primer año. Se pedirá a los estudiantes que produzcan documentos (planes mercadotécnicos, argumentarios, presentaciones, informes, etc) con el fin de trabajar su propio posicionamiento profesional.

Compétences visées

Macro-compétence#:

BC1 – Communiquer à très haut niveau dans deux langues étrangères pour répondre aux impératifs internationaux des marchés de l'agroalimentaire et de la gastronomie

Micro-compétences#:

- 1.1. Rédiger des documents destinés à la communication interne et externe de l'entreprise
- 1.2. Présenter le résultat d'une réflexion à ses collaborateurs ou à des prestataires
- 1.3. Argumenter et négocier à des fins commerciales et communicationnelles
- 1.4. Analyser les enjeux communicationnels et commerciaux d'une marque, d'une entreprise, d'une institution
- 1.5. Développer une expertise sectorielle approfondie des aires géographiques et linguistiques étudiées.

Modalités de contrôle des connaissances



Évaluation initiale / Session principale

Type d'évaluation	Nature de l'évaluation	Durée (en minutes)	Nombre d'épreuves	Coefficient de l'évaluation	Note éliminatoire de l'évaluation	Remarques
CC (contrôle continu)	CC : Ecrit et/ou Oral		2	1		

Infos pratiques

Campus

➤ Campus de Dijon