



Espagnol de spécialité



Niveau d'étude
BAC +4



Composante
UFR Langues et
Communication



Volume horaire
32h

En bref

- > **Langue(s) d'enseignement:** Espagnol
- > **Méthodes d'enseignement:** En présence
- > **Forme d'enseignement :** Travaux dirigés
- > **Ouvert aux étudiants en échange:** Non

Présentation

Heures d'enseignement

TD	Travaux Dirigés	32h
----	-----------------	-----

Contrôle des connaissances

Contrôle Continu Intégral

Syllabus

Módulo 1: Comunicación profesional I (20h)

Enseignante: Judite Rodrigues Balbuena | judite.rodrigues-balbuena@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 de la asignatura:

El módulo se fundamenta en un acercamiento a las especificidades culturales y de negocios de los ámbitos empresariales españoles e hispanoamericanos que conducirá a la comprensión y análisis de algunas de las cuestiones económicas, culturales y sociales de los principales países del área geográfica señalada. El temario se enfocará en algunos contenidos como: consumo responsable en alimentación: salud, medio ambiente y desarrollo social / acercamiento a la sociología del consumo / enfoque territorial en las innovaciones del turismo gastronómico / cultura y tendencias de la gastronomía actual / iniciación a la caracterización sensorial (redacción e interpretación de perfiles sensoriales del café, aceites de oliva). El procedimiento metodológico invita a lo largo del semestre a un seguimiento de prensa especializada en vista de su análisis, categorización y presentación sintética en clase. Las actividades se centrarán en la redacción de documentos de comunicación externa (para Instituciones, empresas), redacción de síntesis de fuentes informativas, presentación de resultados de un estudio.

Modalidades de evaluación:

- Tarea escrita individual en clase: redacción de síntesis de fuentes informativas (competencias en comprensión lectora y auditiva), desarrollo de competencias en procesos de selección, integración y organización de la información.
- #Tarea escrita individual: redacción de documentos de comunicación externa (para Instituciones, empresas), evaluación y análisis de iniciativas comerciales mediante la redacción de documentos argumentativos breves.

Módulo 2: Estrategias mercadotécnicas y comunicacionales (12h)

Público: M1 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

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 de la asignatura:

Este módulo se fundamenta en el estudio de las estrategias comerciales a nivel comunicacional y mercadotécnico de las empresas del sector agroalimentario tanto en España como en algunos países de Latinoamérica. Por lo general, se pedirá a los estudiantes que analicen las modalidades semióticas y discursivas de las campañas publicitarias del sector de especialidad del máster,



teniendo en cuenta su dimensión tanto comercial como cultural. Por lo tanto, apoyándose en ejemplos concretos –#esencialmente anuncios televisivos y en línea#–, los estudiantes tendrán que usar los recursos lingüísticos, temáticos y culturales adecuados para dar a conocer sus interpretaciones, de forma individual o en grupo. Asimismo, profundizarán su conocimiento del sector y adquirirán herramientas específicas para llevar a cabo análisis mercadotécnicos. Saber argumentar, así como un buen nivel de español, tanto oral como escrito, son requisitos indispensables para seguir esta asignatura.

Modalidades de evaluación :

Las modalidades de evaluación se comunicarán a los estudiantes durante la primera clase.

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 - Épreuves

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



Infos pratiques

Campus

➤ Campus de Dijon