



# Italien de spécialité



Niveau d'étude  
BAC +5



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

#### Modulo 3: Aspetti e sfide del settore dell'agroalimentare e della gastronomia in Italia II (10h)

**Public :** M2 LEACA

**Enseignant :** Nicolas Bonnet

#### 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.

## Description :

Il corso dedicato allo studio del settore dell'industria agroalimentare e/o della gastronomia in Italia, in continuità con l'anno precedente, sarà suddiviso in blocchi di cinque ore. Verranno trattati argomenti legati all'attualità quali, per esempio, l'infiltrazione delle lobbies delle multinazionali dell'agroalimentare all'interno della commissione europea o il fenomeno dello sviluppo dell'agro-mafia nelle regioni meridionali.

## Modalités d'évaluation#:

Gli studenti dovranno svolgere un lavoro di ricerca personale sotto forma di relazioni scritte ed orali che saranno oggetto di una valutazione.

---

## 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