



Promotion du patrimoine alimentaire et gastronomique



Niveau d'étude
BAC +4



ECTS
1 crédits



Composante
UFR Langues et
Communication



Volume horaire
9h

En bref

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

Présentation

Heures d'enseignement

TD	Travaux Dirigés	9h
----	-----------------	----

Contrôle des connaissances

Les étudiants, par groupes, concevront la promotion culturelle et commerciale d'une entreprise du label EPV. Ils seront évalués sur la base d'une présentation orale avec le support de leur choix en anglais, incluant l'utilisation d'un outil de communication numérique imposé.

Syllabus

Ce cours vise à donner envie aux étudiants, de promouvoir le patrimoine alimentaire et gastronomique français au niveau international. Pour commencer, les étudiants seront invités à faire la distinction entre histoire, patrimoine matériel, patrimoine culturel immatériel et patrimoine vivant. Nous observerons ensemble des pratiques culturelles alimentaires transmises de génération en génération, à travers le monde. Nous constaterons les symboles, rituels, fêtes et représentations, associés à la nourriture et aux repas, dans différentes cultures ethniques et modernes. À partir de ce constat, nous aborderons les différents enjeux de la préservation des savoirs et des savoir-faire culinaires, principalement à travers la notion d'identité culturelle. Les étudiants seront ensuite amenés à comprendre l'importance du storytelling des entreprises agroalimentaires, reconnues label EPV (Entreprise du Patrimoine Vivant). Ils seront conviés à créer le récit d'une marque française souhaitant exporter ses produits à l'international. À l'issue du cours, ils devront faire preuve d'imagination, en tentant d'utiliser leur talent de narration, dans le but de promouvoir cette entreprise du label EPV à l'étranger. Pour cela, une étude de cas leur sera transmise, avec pour principale



thématique, l'organisation d'un événement de promotion du patrimoine alimentaire et gastronomique, par différentes institutions, dédiées à la valorisation culturelle, à l'attractivité touristique et au développement économique de la France dans le monde entier.

Compétences visées

Micro-compétences visées :

- Analyser des stratégies de communication
- Élaborer des campagnes de communication
- Identifier les tendances, les pratiques innovantes et les théories associées aux cultures alimentaires
- Promouvoir le patrimoine gastronomique et mettre en place des projets interculturels

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		1			

Infos pratiques

Campus

› Campus de Dijon