



UE3 - Marchés de l'agroalimentaire et de la gastronomie



Niveau d'étude
BAC +4



ECTS
4 crédits



Composante
UFR Langues et
Communication



Volume horaire
38h

En bref

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

Présentation

Objectifs

Contribuer à l'élaboration d'une stratégie de développement marketing des entreprises des secteurs de l'agroalimentaire et de la gastronomie

Contrôle des connaissances

Chaque matière donne lieu à sa propre évaluation.

Compétences visées

Macro-compétence#:

BC3 –#Contribuer à l'élaboration d'une stratégie de développement marketing des entreprises des secteurs de l'agroalimentaire et de la gastronomie

Micro-compétences#:

- 3.1. Utiliser des outils de veille et d'étude pour établir un diagnostic et un suivi des marchés
- 3.2. Définir une stratégie concurrentielle



- 3.2. Analyser le comportement du consommateur
- 3.3. Analyser des données qualitatives ou quantitatives pour établir un diagnostic, un suivi et prendre des décisions stratégiques
- 3.4. Définir le positionnement d'un produit sur le marché
- 3.5. Concevoir une offre marketing adaptée
- 3.6. S'adapter aux spécificités sectorielles et multinationales des marchés de l'agroalimentaire et de la gastronomie

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
CCI (contrôle continu intégral)	CC : Ecrit et/ou Oral					

Liste des enseignements

	Nature	CMI	CM	TD	TP	TER	ECTS
Marketing international	Matière		18h				2 crédits
Étude de marchés	Matière			10h			1 crédits
Stratégie	Matière			10h			1 crédits

Infos pratiques

Campus

› Campus de Dijon