



# 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