



# Anglais de Spécialité (obligatoire)



Niveau d'étude  
BAC +4



ECTS  
4 crédits



Composante  
UFR Langues et  
Communication



Volume horaire  
32h

## En bref

- > **Langue(s) d'enseignement:** Anglais
- > **Méthodes d'enseignement:** En présence
- > **Forme d'enseignement :** Travaux dirigés
- > **Ouvert aux étudiants en échange:** Non
- > **Effectif:** 24

## Présentation

### Heures d'enseignement

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

### Contrôle des connaissances

Contrôle Continu

## Syllabus

### Module 1#English Communication Skills for the Workplace (10h)

**Year:** Master 1 LEACA + P2FOOD Students

**Teacher:** Elaine Anderson | Elaine.Anderson@u-bourgogne.fr

**Micro-compétences visées#:**



Présenter le résultat d'une réflexion à ses collaborateurs ou à des prestataires

Argumenter et négocier à des fins commerciales et communicationnelles

### **Objectives and content:**

In this module, M1 LEACA students will work with students from the P2Food master's program in mixed groups to solve problems and complete common workplace tasks within the context of the agri-food sector. These tasks will include conducting a team meeting, providing constructive feedback, negotiating the terms of a contract, presenting a new product to colleagues and dealing with a crisis. The focus will be on developing communication skills to clearly express meaning and facilitate cooperation in mixed teams.

### **Evaluation:**

Students will be evaluated during a group presentation.

## **Module 2#– Gastronomy in Britain (12h)**

**Year:** Master 1 LEACA

**Teacher :** Christelle Serée-Chaussinand | [✉ christelle.chaussinand@u-bourgogne.fr](mailto:christelle.chaussinand@u-bourgogne.fr)

### **Micro-compétences visées#:**

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.

### **Objectives and content :**

In this module, M1 LEACA students will develop communication skills (written and oral) and develop in-depth sector expertise in the English-speaking world, with an emphasis on Britain. Themes such as ethics in the food industry, the evolution and challenges of the restaurant and foodservice industry will be studied. Activities will include formal presentations (written and oral), creating podcasts and/or creating academic posters.

### **Evaluation :**

Students will be evaluated through individual written work, and as part of a collective oral presentation.

## **Module 3#: Professional communication I (10h)**



**Year:** Master 1 LEACA

**Teacher :** Laura Aplin | Laura.Aplin@u-bourgogne.fr

### **Micro-compétences visées#:**

Rédiger des documents destinés à la communication interne et externe de l'entreprise

Analyser les enjeux communicationnels et commerciaux d'une marque, d'une entreprise, d'une institution

### **Objectives and content :**

The aim of this module is to enable students to improve their level of written and spoken English in general business situations with a focus on the American wine sector. Case studies will be applied to different business scenarios with the aim of developing the skills needed to deal with the most common situations in the day-to-day life of a wine business. Written work will focus on communicating with customers and suppliers, while oral practice will be developed through a series of work situations.

### **Evaluation :**

Students will be evaluated through individual written work, and as part of a collective oral presentation.

---

## **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