



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