

PROGRAMME MCA

Libellé : Marketing et Commercialisation en Agroalimentaire (MCA)

Libellé	ECTS	Semestre	CM	TD	TP	CTDI	TPDE	Total	1/2 jours terrain	mois de stage	heures de projet	UE à choix ?	Compétences attendues (à renseigner pour chaque UE et module)	Bloc de compétences (indiquer à quel bloc ces compétences sont rattachées)
UE 1 Spécialisation Agroalimentaire	0	S5	34	100	40			174				Non	Acquérir une excellente culture générale dans le domaine de l'agroalimentaire, comprendre et maîtriser l'économie et les spécificités du secteur	Connaître l'environnement économique et commercial du marché de l'agroalimentaire
Analyse sectorielle		5	6	12									Connaître et analyser les indicateurs sectoriels du marché de l'agroalimentaire en France, en Europe. Repérer les différents acteurs de l'agribusiness (production, transformation, distribution), identifier les spécificités du marché par filières (Produits laitiers, produits carnés, Vins et spiritueux, Fruits et légumes, produits de la mer...)	
Marketing et connaissance du consommateur		5	4	20									Relever, comprendre et analyser les attentes du consommateur afin de définir une solution commerciale adaptée. Réfléchir aux comportements du consommateur (motivations, influences) et analyser les choix qui guident ses prises de décision en matière de consommation alimentaire. Analyser le mix marketing du transformateur, de la chaîne agroalimentaire (production, transformation, distribution) pour être capable d'assister un chef de projet ou un chef de produit dans la construction d'un plan de marchéage agroalimentaire. Comprendre la démarche marketing et mettre en place un processus de veille des marchés	
Relation Fournisseurs - Distributeurs		5	4	42									Identifier et comprendre les relations qui unissent le fournisseur et son distributeur - en particulier en GMS et CHR - déterminer les enjeux commerciaux et économiques pour pouvoir décrocher, en situation professionnelle, les meilleures conditions commerciales possibles (négociation B2B), en prenant les besoins du client (GMS, CHR), en proposant une solution adaptée	
Gestion des risques alimentaires		5	10	10	40								Identifier et gérer les risques microbiologiques alimentaires, conduire ou participer à la mise en oeuvre de productions alimentaires, appréhender les organismes de contrôle, comprendre les enjeux de la sécurité alimentaire des aliments et s'approprier la réglementation du management de la sécurité alimentaire (paquet hygiène, HACCP, traçabilité...)	
Qualité et Innovation		5	10	16									Repérer et mémoriser les différents signes de qualité du secteur de l'agroalimentaire, comprendre les enjeux de la qualité, appréhender le système normatif général et particulier aux GMS, participer à la mise en place de l'assurance qualité dans l'entreprise. Réfléchir à la RSE et au développement durable de l'entreprise. S'initier à la sciences des aliments : comprendre les liens entre technologies alimentaires et composition des aliments	
UE2 Gestion	7	S5	8	88	0			96				Non	Conduire et gérer son activité commerciale de façon efficace	Piloter son activité commerciale dans le but d'atteindre les objectifs fixés par l'entreprise
Comptabilité de gestion	1,5	5		24									Appliquer les mécanismes comptables courants afin de traiter des données de gestion (tableau de bord), de les analyser, d'en mesurer l'impact sur la performance commerciale, de s'en servir pour améliorer sa prise de décision et son comportement professionnel	
Budgétisation et Prévision des ventes	1,5	5		24									Etre capable de chiffrer et quantifier un projet marketing agroalimentaire ou une proposition commerciale, analyser les outils de gestion comme le compte de résultat ou des soldes intermédiaires de gestion. Prévoir des résultats en s'appuyant sur des méthodes mathématiques fiables (corrélation à deux variables...). Fixer un prix de vente en s'assurant de la rentabilité	
Environnement juridique	2	5	4	20									Lire et comprendre un contrat de travail (1) Aborder et comprendre les principes du Droit de la consommation (2) et de la réglementation de l'industrie Agroalimentaire	
Méthodologie d'enquêtes et traitement de données	2	5	4	20									Produire une enquête (satisfaction client, image de marque). Maîtriser l'utilisation d'un outil d'enquête afin de pouvoir mener un plan d'enquête depuis sa conception jusqu'au dépouillement et l'analyse des données	
UE3 Relation-client	0	S5	12	82	0			94				Non	Maîtriser les techniques de vente pour être capable de conduire un entretien de vente, de formuler des propositions commerciales cohérentes au client, qu'il soit consommateur ou professionnel	Engager une négociation commerciale efficace et entretenir la relation avec sa clientèle
Import - Export		5		22									Identifier et décrire les techniques du commerce international, prendre en compte les modalités de transport et de transfert du risque, être capable de proposer l'offre commerciale à des clients étrangers	
Gestion de la relation-client (GRC)		5	4	22									Capter, traiter et analyser les données qui concernent les prospects ou les clients de façon à pouvoir les fidéliser. Mettre en place un plan de CRM en utilisant une base de données et en combinant les techniques courantes (phoning, emailings). Mettre en place un plan de développement de la clientèle	
Distribution, Logistique et Achats		5	4	16									Repérer les relations des différents acteurs de l'agribusiness ainsi que les circuits courants du marché, intégrer les besoins des services concernés par les produits à acheter, mesurer la rentabilité par le calcul des coûts et des marges, aborder les techniques du supply chain management (SCM) et du Lead Management	
Animation commerciale et Merchandising		5	4	22									Optimiser la gestion d'un espace de vente (GMS, CHR) sur le plan quantitatif (chiffre d'affaires, nombre de clients, rentabilité, volume, rotation) et sur le plan qualitatif (satisfaction client, image). Développer un plan d'animation commerciale sur le lieu de vente et appliquer la politique de référencement définie par l'entreprise. Visiter les clients pour sécuriser les volumes et les opérations.	
UE4 Communication professionnelle	0	S5	0	14	104			118					Communiquer, à l'écrit comme à l'oral, et échanger avec ses interlocuteurs dans le cadre de son activité commerciale	Communiquer sur le plan professionnel
Informatique de gestion		5			22								Maîtriser les outils bureautiques courants (Traitement de texte, tableau-grapheur, logiciel de PAO) de façon à pouvoir les mobiliser à bon escient dans son activité professionnelle	
Business English / Anglais appliqué au commerce		5			40								Maîtriser le vocabulaire de la spécialité en Anglais. Pouvoir mener une conversation professionnelle avec un client, l'informer, le guider, lui soumettre une proposition commerciale, aussi bien par écrit qu'à l'oral	
E-commerce et e-management		5		14	42								Optimiser le référencement de l'entreprise agroalimentaire par le SEO, construire et entretenir l'image de marque sur les réseaux sociaux, assister la commercialisation des produits par Internet (site marchand)	
SPORT		6												
Mise en situation professionnelle –Projet Tutoré	12	S6									150	Non	Analyser et résoudre une problématique commerciale liée à l'entreprise d'accueil	S'insérer professionnellement
Mise en situation professionnelle –Stage	18	S6						35 semaines en alternance				Non	Exercer le métier de technico-commercial dans une entreprise agroalimentaire	