R4.06 LVB appliquée au commerce -4 - CM

Composante
Institut universitaire de technologie d'Angoulême

Présentation

Description

Contribution au développement de la ou des compétences ciblées :
Renforcer les capacités de compréhension orale et écrite, d'expression orale et écrite et d'interactivité en environnement professionnel international, notamment :
- Se présenter dans un contexte professionnel
- Présenter une entreprise, son activité, son environnement
- S'exprimer de façon construite et argumentée dans un contexte professionnel
Contenu :
- Élaboration d'un questionnaire/une enquête/une interview complexe
- Réalisation d'un entretien de vente simple
- Création d'un contenu adapté au pays cible pour alimenter des blogs / réseaux sociaux, en mesurant la performance et en veillant à l'e-réputation (posts /
concours / vidéos…)
- Construction du CV et rédaction d'une lettre de motivation dans la langue cible (recherche de stage, etc.)
Outils linguistiques :
- Travailler entre autres les éléments suivants : conjugaison et emploi des temps adaptés à la situation, alphabet, vocabulaire adapté en contexte, forme
interrogative, formules de politesse, possession, comparatifs, discours direct et indirect
- Veiller à la qualité phonétique et idiomatique de l'expression
- Manier toutes sortes de chiffres (dates, horaires, prix, etc.), lire des graphiques et décrire des tendances
- Maîtriser le vocabulaire général de l'entreprise, du marketing, de la vente, de la communication commerciale et le restituer dans une situation
professionnelle

Objectifs

- AC24.04BDMRC | Adapter l'offre à une demande client

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 16 septembre 2024

- AC24.02BI | Collecter les informations de l'environnement international (identifier les sources pertinentes de données, identifier les outils de collecte de
données, s'assurer de la fiabilité des données)
- AC24.02MDEE | Identifier les spécifités du marketing digital
- AC24.02MMPV | Communiquer sur les objectifs et les résultats efficacement et professionnellement
- AC24.03SME | Développer la communication de marque et le marketing de contenu (storytelling/disruption/teasing/brand content)
- AC25.01BI | Gérer les processus de vente et d'achat à l'international ; identifier et sélectionner les fournisseurs
- AC25.04BI | Positionner l'offre en fonction des spécificités culturelles identifiées sur le(s) marché(s) ciblé(s)
- AC25.06MDEE | Contribuer à l'enrichissement d'un projet collectif
- AC25.03SME | Gérer la communication et la commercialisation de l'événement
- AC25.03BDMRC | Traiter les réclamations client pour optimiser l'activité
- AC21.01 | Diagnostiquer l'environnement en appréhendant les enjeux sociaux et écologiques
- AC21.02 | Mettre en oeuvre une étude de marché dans un environnement complexe
- AC21.03 | Mettre en place une stratégie marketing dans un environnement complexe
- AC21.04 | Concevoir un mix étendu pour une offre complexe
- AC22.01 | Convaincre en exprimant avec empathie l’offre en termes d’avantages personnalisés
- AC22.02 | Négocier le prix : défendre, valoriser l'offre en percevant les stratégies d’achat
- AC22.04 | Utiliser les OAV (feuille de calcul, supports d’argumentation...) à bon escient pour convaincre
- AC22.05 | Organiser le suivi de ses résultats pour gagner en performance au sein de l'équipe commerciale
- AC22.06 | Prendre en compte les enjeux de la fonction achat pour la performance économique de l’entreprise
- AC23.01 | Elaborer une stratégie de communication adaptée au brief agence
- AC23.02 | Etablir une stratégie de moyens en utilisant les indicateurs de choix des supports
- AC23.03 | Proposer un plan de com 360° en élaborant les supports et en veillant à leur efficacité
- AC23.04 | Mettre en oeuvre une stratégie digitale : blog, réseaux sociaux, influenceurs, en mesurant leurs performances et en veillant à l'e-reputation.

Heures d'enseignement

CM	CM	1h

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 16 septembre 2024