

MASTER OF SCIENCE
(Voie Professionnelle)

FILIERES AGROALIMENTAIRES ET STRATÉGIES DES ACTEURS

MASTER OF SCIENCE (VOIE PROFESSIONNELLE)

Filières agroalimentaires et stratégies des acteurs

COORDINATEURS SCIENTIFIQUES : M. Abdelhamid BENCHARIF et Mme Selma TOZANLI

Contexte

L'objectif de ce Master est de former des spécialistes de l'économie agroalimentaire et du management agro-industriel appelés à travailler dans des entreprises, des administrations publiques, ou des organisations professionnelles, capables :

- de traiter des problèmes posés par la régulation des filières agroalimentaires aux différents stades de la circulation des produits,
- de maîtriser les métiers de la gestion pour prendre en charge différentes fonctions dans les entreprises agroalimentaires de production, de transformation ou de service.

Dans une économie qui se mondialise et qui s'ouvre à la concurrence, la gestion performante des entreprises et le fonctionnement des filières agroalimentaires deviennent un enjeu stratégique. Dans les pays développés, l'introduction d'innovations récentes ainsi que l'émergence de nouveaux risques alimentaires posent des questions à tous les acteurs du système alimentaire. Dans les pays du Sud et de l'Est, le processus de libéralisation économique, qui cherche à améliorer les performances des filières agroalimentaires, se heurte à de multiples contraintes qui se conjuguent pour aboutir à un faible niveau de productivité.

Pour dépasser ces contraintes et construire un système compétitif, les acteurs économiques doivent disposer de compétences qui maîtrisent les techniques du management moderne tout en ayant une connaissance précise de leur domaine d'activité spécifique : l'économie agroalimentaire. Dans cette optique, cette formation vise à la fois un apprentissage des outils théoriques, et l'acquisition d'une expérience professionnelle (stages individuels et collectifs) permettant au stagiaire d'être opérationnel dès la fin de la formation.

Objectifs

La formation permet aux stagiaires d'acquérir trois types de compétences complémentaires :

- des **savoirs** : analyser le système agroalimentaire et les différentes filières, le secteur des industries de transformation, l'environnement des entreprises,
- des **savoir-faire** : élaborer un diagnostic stratégique d'une filière agroalimentaire et proposer des projets stratégiques pour l'ensemble des acteurs,
- des **savoir-être** : travailler en équipe pluridisciplinaire, faire l'interface entre les aspects techniques et socio-économiques.

La première partie, qui est validée par l'obtention du diplôme de DSPG, est consacrée à l'apprentissage théorique et pratique des outils d'analyse des filières, des entreprises et des marchés.

La seconde partie est consacrée à un stage professionnel avec la rédaction d'un mémoire qui sera soutenu devant un jury.

Programme de spécialisation *post-graduate*

La formation est organisée en 8 modules (60 ECTS)

Prérequis

7-25 septembre 2009

- Mise à niveau en économie et gestion (micro-économie, comptabilité, analyse financière et statistiques)
- Mise à niveau en informatique (word, excel, powerpoint, internet)
- Initiation à la recherche documentaire : présentation et utilisation des ressources documentaires mises à disposition (formation échelonnée sur les mois d'octobre, novembre et décembre)

Module 1

ANALYSE DES SYSTEMES ALIMENTAIRES (6 ECTS)

5-23 octobre 2009

Contenu :

L'objectif général est d'acquérir les concepts et méthodes nécessaires à la compréhension et à l'analyse du système alimentaire et de sa dynamique et applications aux différentes filières agroalimentaires. Grâce à une démarche qui emprunte à l'approche systémique, à l'analyse économique et aux sciences de gestion, cet enseignement décrit la structure et analyse le fonctionnement du complexe agroalimentaire en insistant plus particulièrement sur les points suivants :

- les outils d'analyse macro-économique des systèmes alimentaires,
- les concepts de base et les outils nécessaires à l'analyse de la consommation alimentaire et du comportement du consommateur,
- les acteurs des systèmes, leurs caractéristiques et leurs stratégies,
- l'économie industrielle et le comportement des firmes agroalimentaires.

Compétences :

- Analyser une problématique agricole et alimentaire en tenant compte d'une part de la complexité des systèmes agroalimentaires et des interdépendances qui les caractérisent, et d'autre part de leur grande diversité selon les pays
- Savoir localiser et mobiliser les sources d'informations pertinentes, combiner et analyser ces informations pour les adapter à chaque situation concrète
- Traiter des questions liées à la consommation, et au secteur des industries agroalimentaires

Modalité d'évaluation :

Examen en salle et travaux de groupes

Module 2

ANALYSE DES FILIERES AGROALIMENTAIRES (3 ECTS)

26 oct.-6 nov. 2009

Contenu :

L'approche filière est à la base de la formation et du développement de l'économie agroalimentaire en tant que discipline puisqu'elle permet d'analyser et d'expliquer les comportements et les stratégies des différents agents économiques qui interviennent aux stades successifs du processus de production, de circulation et de consommation des produits agricoles et agroalimentaires.

La richesse de l'approche filière réside certainement dans sa capacité à saisir la complexité croissante du réel : la filière représente un espace pertinent pour la conception et la mise en œuvre des stratégies ; à l'échelle régionale et/ou locale, elle représente un cadre de concertation très fécond pour le développement des territoires.

Compétences :

- Savoir identifier une filière agroalimentaire et analyser ses modes de fonctionnement
- Connaître les principales méthodes utilisées, lors de l'analyse de filière, et particulièrement les apports méthodologiques de l'économie industrielle et de l'économie spatiale
- Comprendre les transformations des filières agroalimentaires en relation avec le processus de développement, ainsi que l'hétérogénéité et les spécificités des filières agroalimentaires des pays en développement

Modalité d'évaluation :

Examen en salle et travaux de groupes

Module 3

MANAGEMENT DES ENTREPRISES AGROALIMENTAIRES (3 ECTS)

9-20 novembre 2009

Contenu :

Ce module vise l'acquisition des concepts et méthodes nécessaires à la pratique de l'analyse stratégique appliquée à différents acteurs, dans différents contextes :

- filières et marchés,
- entreprises du système alimentaire,
- organisations de type associatif ou mutualiste,
- institutions publiques.

L'enseignement s'appuie sur de nombreuses études de cas ; les principaux objectifs pédagogiques consistent à :

- apprendre à définir les éléments d'un plan stratégique et s'appropriier la démarche de sa mise en œuvre,
- illustrer les démarches du management moderne par des exemples pratiques d'entreprises européennes (grande firmes, PME) et d'entreprises des pays en développement,
- comprendre la nature et les fondements des principales politiques agro-industrielles mises en œuvre dans différents pays et appréhender leur impact sur la gestion des entreprises agroalimentaires,
- contribuer à une meilleure connaissance des défis et des enjeux actuels des entreprises agroalimentaires des économies en transition.

Compétences :

- Analyser les interactions entre l'entreprise et son environnement socio-économique et savoir décider quelle stratégie adopter pour la croissance et la durabilité de l'entreprise
- Maîtriser les outils d'analyse pour organiser et gérer les ressources humaines de l'entreprise

Modalité d'évaluation :

Examen en salle et travaux de groupes

Module 4

MARCHÉS, POLITIQUES ET NÉGOCIATIONS INTERNATIONALES (6 ECTS)

23 nov.-18 déc. 2009

Contenu :

L'objectif est d'acquérir les connaissances de base et l'appareil analytique critique concernant ces 3 aspects de l'économie politique de la question agricole pris au sens large. L'enseignement est organisé par des cours « magistraux », des analyses de cas, des travaux de groupe et un jeu de simulation de négociation agricole. Des cours de liaison entre les 3 séquences assurent la continuité problématique de ces 3 volets fondamentaux des choix publics.

Le cours se structure en 3 parties :

- *Partie « marchés »*

En partant de l'actualité des marchés et de leur fonctionnement dans la crise économique, cette partie décrit la place des marchés dans la définition des politiques agricoles. Une analyse sur le marché du riz permet de faire comprendre les « fondamentaux » des marchés.

- *Partie « politiques »*

Basée sur une analyse approfondie de la politique agricole commune et des mécanismes européens concernant le développement rural, cette partie prend également comme contre-point une politique agricole dans un pays tiers méditerranéen. Une attention particulière est apportée aux questions environnementales et à leur incidence sur les choix publics en matière rurale, agricole et alimentaire.

- *Partie « négociations »*

A partir de l'analyse du fonctionnement de l'Organisation mondiale du commerce et de ses différents organes, cette partie propose un jeu de simulation de négociation autour de la constitution de positions sur des dossiers particuliers élaborés en travaux de groupe.

Compétences :

- Connaissances de base (concepts, méthodes, enjeux) sur les thèmes traités
- Initiation à l'économie politique internationale

Modalité d'évaluation :

Examen en salle et dossiers de travaux de groupe

Module 5

4-29 janvier 2010

MONDIALISATION ET GEOSTRATEGIES AGROALIMENTAIRES (6 ECTS)

Contenu :

Le développement international amène l'entreprise à affronter trois types de contraintes majeures : la complexité et les turbulences de l'environnement international, les difficultés de contrôler les activités au-delà des frontières nationales et les prises de risque tant sur le plan commercial que sur le plan financier.

Cette séquence s'attache à fournir les connaissances, les approches et les outils d'analyse en réponse à des nouveaux besoins qui ont émergé en relation avec les mutations récentes du contexte international. Les deux modules suivants apporteront les techniques et méthodes permettant l'analyse du développement international de l'entreprise agroalimentaire en vue de faire face aux problèmes posés.

Au terme de ce premier module, les objectifs suivants devraient être atteints :

- prendre conscience de la complexité du nouveau contexte international et de ses implications sur l'entreprise,
- savoir identifier les tendances, les principaux acteurs, leurs rapports de force (firmes, états, organisations internationales, etc) et analyser les principales formes du phénomène,
- comprendre les dynamiques économiques régionales des différentes zones géographiques : particulièrement l'Union Européenne, les pays en développement, la zone de libre échange euro-méditerranéenne,
- apprécier le rôle des Institutions Internationales et évaluer les enjeux des négociations internationales actuelles.

L'approche pédagogique repose sur le principe d'une formation en classe appuyée par des télécommunications Internet. Le site web du cours présente, outre le contenu des leçons, les objectifs d'apprentissage, les exercices, une section appelée « outils » dans laquelle se situent la bibliographie, les enregistrements vidéo, les liens utiles de communication pour le cours et les documents d'appui dont la lecture peut être soit obligatoire soit facultative.

Compétences :

- Savoir mobiliser les outils et approches pour traiter des questions liées à l'environnement international des entreprises agroalimentaires dans toute sa complexité actuelle
- Etre capable de rechercher et d'analyser les informations pour identifier les menaces, les opportunités, les enjeux et les rapports de force en présence dans l'arène internationale

Ces compétences leur permettront d'exercer soit au sein d'entreprises désirant développer des échanges internationaux ou s'implanter dans un pays étranger, soit dans des organismes (banques, organisations internationales, Ministères, cabinets d'études,...) où s'exprime un besoin d'expertise à l'international.

Modalité d'évaluation :

Examen en salle et dossiers de travaux de groupe

Module 6

LE MARKETING INTERNATIONAL (3 ECTS)

1-12 février 2010

Contenu :

Fournir aux étudiants les concepts et les modèles d'analyse couramment utilisés en marketing international, afin qu'ils soient capables d'identifier et d'évaluer des marchés d'exportation, de prendre des décisions concernant le choix des modalités du développement international ainsi que les adaptations du marketing mix, en évaluant la dimension culturelle et son impact sur les politiques à mettre en œuvre.

Compétences :

- Prendre connaissance des outils de management de l'entreprise dans son internationalisation, que ce soit par voie des investissements réalisés à l'étranger que par des exportations
- Mieux juger les risques et les opportunités de s'étendre sur des marchés internationaux et prendre des décisions stratégiques tant dans les PME que dans les grandes firmes multinationales

Modalité d'évaluation :

Travaux personnels de préparation d'exercices et de lecture programmée

Module 7

LES TECHNIQUES DU COMMERCE INTERNATIONAL (3 ECTS)

15-26 février 2010

Contenu :

Fournir aux étudiants les méthodes et moyens de minimiser les risques de l'activité commerciale internationale en utilisant un ensemble de techniques commerciales, juridiques et administratives du commerce international. Au terme de la formation, ils devront être capables d'identifier les risques liés au contexte international et à l'activité de commerce importation/exportation de produits agroalimentaires, et de connaître les techniques et méthodes de base permettant d'y faire face.

Compétences :

- Prendre connaissance des outils de management de l'entreprise dans son internationalisation, que ce soit par voie des investissements réalisés à l'étranger que par des exportations
- Mieux juger les risques et les opportunités de s'étendre sur des marchés internationaux et prendre des décisions stratégiques tant dans les PME que dans les grandes firmes multinationales

Modalité d'évaluation :

Travaux personnels de préparation d'exercices et de lecture programmée

Module 8

MANAGEMENT DE LA DISTRIBUTION ET LOGISTIQUE DES PRODUITS AGRICOLES ET AGROALIMENTAIRES (6 ECTS)

1-26 mars 2010

Contenu :

Au cours des deux dernières décennies, la saturation des marchés intérieurs, l'apparition de nouveaux débouchés et une certaine uniformisation des goûts et des aspirations des consommateurs, ont contribué à développer la grande distribution et à accélérer son internationalisation. Dans ce contexte en pleine mutation, le management efficace d'une chaîne logistique devient un enjeu majeur. La fonction logistique, définie comme « la gestion des flux de marchandises et d'informations qui leur sont liées, que les entreprises reçoivent, transfèrent et émettent », constitue une approche globale qui assure une meilleure productivité de la circulation des produits du fournisseur au client, et qui permet une meilleure satisfaction des consommateurs. Dans cette optique, ce module se propose de fournir les outils méthodologiques permettant l'analyse des problèmes de commercialisation et de logistique des marchés agroalimentaires et de leur fonctionnement.

L'enseignement s'articule autour de quatre séquences pédagogiques :

- le marketing et la commercialisation des produits agricoles et alimentaires,
- la distribution moderne,
- la logistique des produits agroalimentaires,
- un jeu de simulation : Gamefruit.

Compétences :

- Etre capable de prendre les bonnes décisions pour commercialiser et vendre les produits dans les meilleures conditions possibles
- Pouvoir intervenir à haut niveau, en tant que responsable ou collaborateur, dans des entreprises commerciales, des entreprises de transport, ou des organismes de conseil en commercialisation et logistique de produits agricoles et alimentaires

Modalité d'évaluation :

Examen en salle et élaboration de dossiers lors de travaux de groupe

Avril à mai 2010

DOSSIER TECHNIQUE ET PROJET DE STAGE (24 ECTS)

- Rédaction d'un projet individuel sur un thème en relation avec le stage envisagé (travail théorique)
- Rédaction d'un projet de stage présentant : la commande du stage, la zone d'étude, le contexte, la méthodologie, le calendrier de travail. Ce projet est soutenu devant un jury d'enseignants de l'IAMM

Programme de *Master of Science*

Stage, Mémoire et Soutenance (60 ECTS)

- Réalisation d'un **stage individuel de 3 mois minimum** au sein d'une entreprise ou d'une Institution du secteur agricole et/ou agroalimentaire. La mission sur le terrain finalise la formation du stagiaire et témoigne de sa capacité à analyser une situation complexe pour en tirer des recommandations utiles à l'organisme d'accueil (10 ECTS)
- **Rédaction d'un mémoire** en liaison avec le stage : le mémoire ne peut pas être une simple relation ou rapport de stage décrivant ou faisant la synthèse d'une situation. Il doit contenir, après une introduction rappelant le contexte de la mission et la problématique, un exposé des objectifs de la mission, des méthodes et concepts mis en œuvre ; **soutenance du mémoire** devant un jury d'enseignants chercheurs et de professionnels (50 ECTS)

EXEMPLES DE THESES DE MASTER OF SCIENCE SOUTENUES EN « FILIERES AGROALIMENTAIRES ET STRATEGIES DES ACTEURS »

Titre : Élaboration d'une démarche marketing pour les produits laitiers (Yaourt) dans une PME en Espagne (2008)

Auteur : BOUNAB Widad (Algérienne)

Lieu du stage : La Fageda, SCCL Cooperative, Espagne

Directeur de thèse: Abdelhamid BENCHARIF

Titre : Suivi d'un système HACCP appliqué au contrôle qualité dans une industrie porcine. Le cas de Campofrio Alimentacion S.A (2007).

Auteur : GALLEGO GARCIA Margarita (Espagnole)

Lieu du stage : Campofrio Alimentacion S.A., Espagne

Directeur de thèse : Abdelhamid BENCHARIF

Titre : Contribution à la mise en place d'un système d'assurance qualité selon la démarche HACCP dans une entreprise marocaine de confiserie et chocolaterie : MICHOC (2008)

Auteur : HOUB DINE Boutaina (Marocaine)

Lieu du stage : MICHOC, Maroc

Directeur de thèse: Selma TOZANLI

Titre : Les stratégies de distribution des huileries algériennes. Cas de l'entreprise DOLIVA - 2008

Auteur : MAMMOU Souad (Algérienne)

Lieu du stage : DOLIVA, Algérie

Directeur de thèse : Abdelhamid BENCHARIF

Titre : Proximité, technopôle et dynamique industrielle : quel effet sur l'activité d'innovation des entreprises agroalimentaires de la Wilaya de Béjaïa? (2008)

Auteur : SAHI Lamia (Algérienne)

Lieu du stage : Bejaïa, Algérie

Directeur de thèse: Abdelhamid BENCHARIF

Références du personnel enseignant du Master of Science Filières agroalimentaires et stratégies des acteurs

CIHEAM /IAMM

ALLAYA Mahmoud	Docteur en Economie, Professeur associé CIHEAM-IAMM (<i>Développement agricole et alimentaire, aide à la décision, modélisation</i>)
BENCHARIF Abdelhamid	Docteur en Economie, enseignant-chercheur CIHEAM-IAMM (<i>Économie alimentaire</i>)
BESSAOUD Omar	Docteur en Economie, enseignant-chercheur CIHEAM-IAMM (<i>Développement rural</i>)
ILBERT Hélène	Docteur Sémiologie, enseignant-chercheur CIHEAM-IAMM (<i>Choix publics et négociations internationales – commerce et environnement</i>)
LE GRUSSE Philippe	Docteur en Economie, enseignant-chercheur CIHEAM-IAMM (<i>Gestion et modélisation des systèmes de production agricoles, ressource en eau et gouvernance territoriale</i>)
LERIN François	Docteur en Economie, enseignant-chercheur CIHEAM-IAMM (<i>Économie politique internationale</i>)
MONTAIGNE Etienne	Docteur en Economie, HDR, enseignant-chercheur CIHEAM-IAMM (<i>Economie institutionnelle appliquée aux filières</i>)
OBERTI Bénédicte	Chargée de recherche CIHEAM-IAMM (<i>Politiques alimentaires</i>)
PADILLA Martine	Docteur en Economie, HDR, enseignant-chercheur CIHEAM-IAMM (<i>Économie de la consommation alimentaire, politiques publiques alimentaires</i>)
PETIT Michel	Docteur en Economie, professeur-associé CIHEAM-IAMM
TOZANLI Selma	Docteur en Economie, enseignant-chercheur CIHEAM-IAMM (<i>Stratégies d'acteurs et filières</i>)

Montpellier

AUDIRAC Jean-Folco	Consultant indépendant
BOUTONNET Jean Pierre	Directeur de recherche INRA (<i>Filières de produits animaux</i>)
D'HAUTEVILLE François	Professeur SupAgro Montpellier
FORT Fatiha	Maître de Conférences SupAgro Montpellier
GHERSI Gérard	Directeur Maison des Sciences de l'Homme (MSH) Montpellier
MONTIGAUD Jean-Claude	Directeur de recherche INRA/SupAgro Montpellier (<i>Filière Fruits et Légumes</i>)
PERRIER-CORNET Philippe	Docteur en économie, Directeur de Recherche à l'INRA, UMR MOISA (<i>Politiques agricoles et aménagement du territoire</i>)
RASTOIN Jean-Louis	Professeur SupAgro Montpellier

FRANCE (hors Montpellier)

BOUZAR Madjid	Responsable Section Relations Internationales, Université de Strasbourg
----------------------	---

ALBANIE

PROKO Arsen	Académie des Sciences Albanaises
--------------------	----------------------------------

ALGÉRIE**DJELLAB** Said

Directeur, Ministère du Commerce, Algérie

MAROC**HAMMIMAZ** Rachid

Professeur Institut Agronomique et Vétérinaire Hassan II ; Rabat

TUNISIE**HASSAINYA** Jemaiel

Professeur INAT Tunis

Conférences - Introduction à la Méditerranée

Code module : **TC1009**

Responsables : **Martine PADILLA et Omar BESSAOUD**

Dates : **les 29 et 30 septembre 2009**

Objectifs des conférences :

L'objet de ces conférences est de décrire dans les grandes lignes la problématique de développement de l'espace méditerranéen dans ses trajectoires historiques, et de dégager les problématiques de son futur. Il s'agit de dégager, à partir d'une série de constats, les dynamiques qui se font jour dans la région et d'identifier quelques défis majeurs qu'il conviendra de bien appréhender dans les stratégies de développement mises définies pour la région méditerranéenne.

Description:

Conférences sur les grands enjeux de cette région et la place de la Méditerranée dans le monde.

Programme :

DATES	CONTENU	INTERVENANTS
Mardi 29/09	Introduction à la Méditerranée : les tendances lourdes du développement agricole et rural, enjeux, défis et scénarios pour l'avenir	V.DOLLÉ
	Les enjeux alimentaires en Méditerranée	M. PADILLA
Mercredi 30/09	Crise alimentaire mondiale : causes et effets au sud de la Méditerranée	O. BESSAOUD
	Défis hydrauliques en Méditerranée	P. BLANC

Méthodes pédagogiques :

Conférences

Module 1 – Analyse des systèmes alimentaires

Code module : AA1009

Nombre de crédits : 6 ECTS

Responsables : Martine PADILLA et Abdelhamid BENCHARIF

Dates : du 5 au 23 octobre 2009

Objectifs du module :

Au terme de votre formation, vous devriez atteindre les objectifs généraux suivants :

- comprendre et analyser les composantes d'un système alimentaire,
- connaître les différents acteurs (du producteur au consommateur) ainsi que leurs dynamiques,
- appréhender les performances des systèmes et leur évolution en relation avec la mondialisation,
- comprendre l'importance du consommateur et son comportement dans la structure des systèmes.

Description résumée du module :

Les bases de l'économie alimentaire sont essentielles pour comprendre et analyser l'organisation de la société en vue de produire (élaboration des produits de base agricoles, transformation, stockage, transport, etc.) et de consommer les aliments (distribution, préparation domestique ou industrielle, restauration et consommation).

Pour analyser et comprendre le fonctionnement des systèmes alimentaires, il est indispensable de développer de nouveaux concepts et de nouveaux outils relevant de l'analyse systémique, de l'économie industrielle et de l'analyse économique.

Ce module insistera plus particulièrement sur les points suivants :

- les outils d'analyse macro-économique des systèmes alimentaires,
- les concepts de base nécessaires à l'analyse de la consommation alimentaire et du comportement des consommateurs,
- les acteurs des systèmes alimentaires,
- l'économie industrielle et le comportement des entreprises agroalimentaires.

Compétences :

- Analyser une problématique agricole et alimentaire en tenant compte d'une part de la complexité des systèmes agroalimentaires et des interdépendances qui les caractérisent, et d'autre part de leur grande diversité selon les pays
- Savoir localiser et mobiliser les sources d'informations pertinentes, combiner et analyser ces informations pour les adapter à chaque situation concrète
- Traiter des questions liées à la consommation, et au secteur des industries agroalimentaires

Programme :

DATES	CONTENU	INTERVENANTS
- Partie 1 : Les concepts des systèmes et de sécurité alimentaires -		
Lundi 5 octobre	Cours 1. Introduction aux bases de l'économie alimentaire	A. BENCHARIF
Mardi 6 octobre	Cours 2. La théorie du système alimentaire	G. GHERSI
Mercredi 7 octobre	Cours 3. Les performances du système alimentaire	G. GHERSI
Jeudi 8 octobre	Cours 4. Mutations des systèmes agroalimentaires et évolution de la notion de sécurité alimentaire (I)	A. BENCHARIF
Vendredi 9 octobre (matin)	Cours 5. Mutations des systèmes agroalimentaires et évolution de la notion de sécurité alimentaire (II)	A. BENCHARIF
Vendredi 9 octobre (après-midi)	Préparation des travaux personnels	A. BENCHARIF S. TOZANLI

- Partie 2 : La consommation -		
Lundi 12 octobre (matin)	Cours 6. Mutations des systèmes agroalimentaires et évolution de la notion de sécurité alimentaire (III)	A. BENCHARIF
Lundi 12 octobre (après-midi)	Cours 7. L'insécurité alimentaire et ses causes – Exposition	B. OBERTI
Mardi 13 octobre	Cours 8. Dynamique internationale des modes de consommation	B. OBERTI
Mercredi 14 octobre	Cours 9. Alimentation Méditerranéenne et Pauvreté	B. OBERTI
Jeudi 15 octobre	Cours 10. Approches conceptuelles et théoriques de la consommation alimentaire	B. OBERTI
Vendredi 16 octobre	Cours 11. Les enjeux de durabilité et de santé	M PADILLA B OBERTI
- Partie 3 : Comparaisons internationales des systèmes alimentaires -		
Lundi 19 octobre	Cours 12. Le complexe agroalimentaire	G. GHERSI
Mardi 20 octobre	Cours 13. L'internationalisation et les filières en Méditerranée	G. GHERSI
Mercredi 21 octobre	Cours 14. Globalisation de la chaîne agroalimentaire méditerranéenne	S. TOZANLI
Jeudi 22 octobre	Travaux personnels	S. TOZANLI
Vendredi 23 octobre	Evaluation écrite	

Méthodes pédagogiques :

Ce cours comprend 14 séances de cours magistraux. Un travail personnel sera requis tout au long de ce module et comptera pour 1/2 de l'évaluation.

Pour les travaux personnels, les étudiants seront amenés à travailler en totale autonomie au moyen des ordinateurs dans des classes en libre-service.

Mode d'évaluation :

Examen en salle en fin de module et un travail personnel collectif.

Organisation matérielle :

Les cours se feront en présentiel ; toutefois, certains cours seront disponibles à distance sur la plate-forme Learning Space de l'IAMM.

Ressources pédagogiques :

Malassis L., Gheri G. (1996) *Economie de la production et de la consommation : Méthodes et concepts*. Traité d'Economie agroalimentaire, Ed Cujas, Tome 1, 400 p.

Padilla M. (1996) *Traité d'économie agroalimentaire, tome IV : "Les politiques alimentaires"*, Editions Cujas, Paris, 255 p.

Rosegrant M.W., Paisner M.S., Meijer S., Witcover J. (2001) *2020 Perspectives sur l'alimentation mondiale : tendances, alternatives et choix*. Vision 2020 pour l'alimentation, l'agriculture et l'environnement. Rapport sur la politique alimentaire. Washington : IFPRI.

Moscovici S., Buschini F. (2003): *Les méthodes des sciences humaines*, PUF, Paris, 476 p.

Module 2 – Analyse des filières agroalimentaires

Code module : AA1109A

Nombre de crédits : 3 ECTS

Responsable : Abdelhamid BENCHARIF

Dates : du 26 octobre au 6 novembre 2009

Objectifs du module :

Ce module vise trois types d'objectifs complémentaires qui permettront aux participants de :

- savoir identifier une filière agroalimentaire et analyser ses modes de fonctionnement,
- connaître les principales méthodes utilisées, lors de l'analyse de filière, et particulièrement les apports méthodologiques de l'économie industrielle et de l'économie spatiale,
- comprendre les transformations des filières agroalimentaires en relation avec le processus de développement, ainsi que l'hétérogénéité et les spécificités des filières agroalimentaires des pays en développement.

Description résumée du module :

L'approche filière est à la base de la formation et du développement de l'économie agroalimentaire en tant que discipline puisqu'elle permet d'analyser et d'expliquer les comportements et les stratégies des différents agents économiques qui interviennent aux stades successifs du processus de production, de circulation et de consommation des produits agricoles et agroalimentaires. La richesse de l'approche filière réside certainement dans sa capacité à saisir la complexité croissante du réel. Pour les opérateurs économiques, la filière représente un espace pertinent pour la conception et la mise en œuvre des stratégies ; à l'échelle régionale et/ou locale, elle représente un cadre de concertation très fécond pour le développement des territoires. Elle constitue également un instrument de politique économique permettant aux Pouvoirs Publics d'entreprendre des interventions efficaces. Au cours de la dernière décennie, l'approche filière s'est de plus en plus imposée, en relation avec :

- les exigences de traçabilité des produits qui se sont renforcées pour répondre à la montée des « angoisses alimentaires », et pour garantir la sécurité alimentaire des consommateurs,
- le processus de mondialisation et la libéralisation des économies qui se sont traduits par la mise en œuvre de nouvelles formes de coordination des activités.

Compétences :

- Savoir identifier une filière agroalimentaire et analyser ses modes de fonctionnement
- Connaître les principales méthodes utilisées, lors de l'analyse de filière, et particulièrement les apports méthodologiques de l'économie industrielle et de l'économie spatiale
- Comprendre les transformations des filières agroalimentaires en relation avec le processus de développement, ainsi que l'hétérogénéité et les spécificités des filières agroalimentaires des pays en développement

Programme :

DATES	CONTENU	INTERVENANTS
Semaine 1	Cours 1. La genèse et les fondements de l'approche filière	A. BENCHARIF
	Cours 2. L'approche filière : concepts et méthodes d'analyse	
	Cours 3. Principes d'étude du fonctionnement et de la dynamique des filières de produits agricoles (I)	JP. BOUTONNET
	Cours 4. Principes d'étude du fonctionnement et de la dynamique des filières de produits agricoles (II)	
	Cours 5. Études de cas Libéralisation et compétitivité des filières agroalimentaires	A. BENCHARIF
Semaine 2	Cours 6. Études de cas Libéralisation et compétitivité des filières agroalimentaires	A. BENCHARIF
	Cours 7. Analyse de filière et économie institutionnelle	E. MONTAIGNE
	Cours 8. Analyse de filière et économie spatiale	
	Évaluation	A. BENCHARIF

Méthodes pédagogiques :

L'approche pédagogique repose sur le principe d'une formation en classe accompagnée d'études de cas. Pour chacune des leçons, les étudiants disposeront du contenu de la leçon proprement dite et d'autres supports pédagogiques qui varieront selon le thème abordé (des illustrations en Powerpoint, des petits films, des liens à des sites pertinents ou tout autre document ou exercice adapté au contenu traité). Une place importante est accordée au travail d'équipe, notamment pour l'examen des études de cas.

Mode d'évaluation :

Les modalités d'évaluation consistent en un examen de fin de session qui vise à vérifier l'acquisition des connaissances et un travail en équipe qui consiste à constituer un dossier sur un thème donné. Ce travail en groupe comportera des parties dont chaque membre du groupe sera clairement identifié comme l'auteur.

La répartition des points de l'évaluation se fera de la manière suivante :

- Examen de fin de session 1/3
- Évaluation globale du travail d'équipe 1/3
- Évaluation individuelle de chaque auteur 1/3

Module 3 – Management des entreprises agroalimentaires

Code module : **AA1109B**

Nombre de crédits : **3 ECTS**

Responsable : **Selma TOZANLI**

Dates : **du 9 au 20 novembre 2009**

Objectifs du module :

- Présenter la démarche, les outils et les principaux modèles de l'analyse stratégique
- Initier les étudiants à comprendre l'importance du capital humain dans les organisations économiques et à poser des problématiques en ce sens

Description résumé du module :

L'entreprise industrielle, en tant qu'agent économique est continuellement influencée par son environnement (économique, social, politique et culturel). Elle exerce, elle aussi, une influence continue sur son environnement par les décisions stratégiques et des programmes d'actions qu'elle met en application. Son rôle sur le marché est indéniable.

Par ailleurs, le capital humain et les compétences à l'intérieur de l'entreprise se distinguent de plus en plus comme des atouts majeurs de l'entreprise et deviennent primordiaux dans le management stratégique. Ainsi, l'organisation interne des firmes et la gestion des ressources humaines (GRH) sont des sujets incontournables dans la compréhension des stratégies d'acteur et de coordination des filières.

Dans ce module, nous voulons introduire la démarche essentielle et fournir les outils de l'analyse stratégique ainsi que de décrire les différents modèles stratégiques. Cette introduction a pour but de contribuer à une meilleure connaissance des enjeux et des défis des entreprises agroalimentaires méditerranéennes. Dans un deuxième temps, nous introduirons les prémices de la GRH et de l'organisation interne des entreprises.

Compétences :

- Analyser les interactions entre l'entreprise et son environnement socio-économique et savoir décider quelle stratégie adopter pour la croissance et la durabilité de l'entreprise
- Maîtriser les outils d'analyse pour organiser et gérer les ressources humaines de l'entreprise.

Programme :

La démarche stratégique et les outils d'analyse stratégique

Interactions entre l'entreprise et son environnement : le concept de stratégie

Les grands composants de la stratégie et le processus stratégique : le processus décisionnel et les phases de la démarche stratégique

Les diagnostics interne et externe

Les modèles de l'analyse stratégique

Les systèmes concurrentiels, positionnement de l'entreprise face aux forces externes (chaîne de valeur et avantage compétitif) (Porter)

Les stratégies de différenciation, la segmentation stratégique (Igor Ansoff) ; le portefeuille stratégique, l'approche matricielle

Introduction à la théorie des organisations

Les principaux courants organisationnels

Les analyses organisationnelles, culturelles et stratégiques

Les dimensions clés de la GRH :

Le « **SCORE** » : **S** comme système d'influence et **C** comme communication ; **O** comme organisation du travail ; **R** comme rémunération ; **E** comme emploi

Stratégie et GRH : La GRH dans les modèles concurrentiels ; diversité des modèles stratégiques de gestion de l'emploi ; firme réseau et éclatement de la GRH

Tendances et problématiques actuelles : Stratégies de globalisation et GRH dans les grands groupes ; les PME dans l'IAA : quelle évolution de l'emploi ?

Méthodes pédagogiques :

Au terme de ce cours, les étudiants travailleront en étroite collaboration avec les intervenants et devront préparer en avance des questions et des remarques sur les modules. Ils devront, en outre, préparer des dossiers individuels qu'ils présenteront lors des séances d'évaluation sous forme d'exposés pour clôturer cette séquence.

Mode d'évaluation :

- Les dossiers individuels et les exposés 85%
- Présence et participation active 15%

Module 4 - Marchés, politiques et négociations internationales

Code module : TC1209

Nombre de crédits : 6 ECTS

Responsable : François LERIN

Dates : du 23 novembre au 18 décembre 2009

Objectifs du module :

- Donner une base commune d'analyse sur les marchés, les politiques et les négociations
- Proposer une description des « fondamentaux » de la question du marché dans l'économie politique internationale et l'appliquer d'une part à l'analyse de la crise alimentaire récente et, d'autre part, à deux exemples de marchés internationaux/méditerranéens (riz et fruits et légumes)
- Fournir un cadre de base de compréhension de la Politique Agricole Commune (son histoire, ses compromis et ses moyens, le développement rural, les questions environnementales, etc.)
- Donner un aperçu synthétique d'autres politiques agricoles (les Etats-Unis, les pays en transition)
- Comprendre le contexte institutionnel de négociation des questions agricoles au sein de l'OMC

Description résumée du module :

Le couple conceptuel Etat / Marché est au cœur de l'économie politique et des relations internationales. Le marché est devenu l'opérateur central de la mondialisation. Dans la phase de globalisation accélérée que l'on connaît aujourd'hui, les fonctions de l'Etat et du marché sont en permanente discussion et elles sont très mouvantes en fonction de la conjoncture globale comme l'a montré la crise alimentaire liée à la hausse des cours, puis la récession mondiale généralisée que nous connaissons aujourd'hui. Les marges de manœuvre et les modalités d'élaboration et d'implémentation des choix publics sont différentes de ce qu'elles étaient deux décennies auparavant. Les politiques nationales, notamment, ne peuvent se concevoir que dans – et par rapport – aux négociations internationales. L'établissement de règles et de normes – via des processus de négociation - définit le contexte d'élaboration des stratégies et détermine, de ce fait, les comportements des acteurs publics et privés, comme des acteurs non-gouvernementaux.

Les trois thèmes, politiques – marchés – négociations, sont donc fortement inter-reliés et doivent faire l'objet d'un traitement conjoint pour pouvoir analyser et interpréter les évolutions conjoncturelles, en particulier celles de la région euro-méditerranéenne.

Compétences :

- Connaissances de base (concepts, méthodes, enjeux) sur les thèmes traités
- Initiation à l'économie politique internationale

Programme :

DATES	CONTENU	INTERVENANTS
23 novembre	Introduction	F. LERIN M. PETIT
	Marchés, politiques, négociations, objectifs et méthodes de travail	
Du 24 au 30 novembre	Séquence « Marché »	F. LERIN F. LANÇON T. VOITURIEZ
	Le marché dans l'économie politique internationale	
	Marché international / marché méditerranéen : le riz	
	La « crise alimentaire » contemporaine et le rôle des marchés	
Du 1 ^{er} au 9 décembre	Séquence « Politiques »	M. PETIT
	Transition : des marchés aux politiques...	
	La Pac européenne et la Farm Bill américaine : les instruments de marché	P. PERRIER-CORNET A. PROKO F. LERIN
	La Pac : le deuxième pilier	
	Multifonctionnalité de la forêt et transition agricole dans un pays des Balkans : le cas de l'Albanie	

Du 9 au 17 décembre	Séquence « Négociations »	
	Transition : des politiques aux négociations...	M. PETIT
	L'OMC	Intervenant OMC
	L'institution OMC/La question agricole.	H. ILBERT
	Un jeu de simulation de négociation agricoles	H. ILBERT M. PETIT
18 décembre	EXAMEN	

Méthodes pédagogiques :

Les cours auront lieu en matinée, l'après-midi étant consacré aux travaux personnels.

Mode d'évaluation :

50% examen en salle (sans documents) / 50% dossier personnel (Pays, politique ou marché)

Ressources pédagogiques :

(voir document d'appui)

Module 5 – Mondialisation et géostratégies agroalimentaires

Code module : AA0110

Nombre de crédits : 6 ECTS

Responsable : Abdelhamid BENCHARIF

Dates : du 4 au 29 janvier 2010

Objectifs du module :

- Prendre conscience de la complexité du nouveau contexte international et de ses implications sur l'entreprise
- Comprendre la nature du processus de mondialisation et savoir identifier les principales tendances et les rapports de force qui le caractérisent
- Analyser les principales formes du phénomène de mondialisation : l'internationalisation des marchés et la globalisation des entreprises
- Comprendre les dynamiques économiques régionales des différentes zones géographiques : particulièrement l'Union Européenne, les pays en développement, la zone de libre échange euro-méditerranéenne
- Apprécier le rôle des Institutions Internationales et évaluer les enjeux des négociations internationales

Description résumée du module :

Ce module s'attache à fournir les connaissances, les approches et les outils d'analyse en réponse à des nouveaux besoins qui ont émergé en relation avec les mutations récentes du contexte international. Le contenu du cours est réparti en 5 séquences. La première séquence propose une introduction générale au cours et s'interroge sur la véritable nature du processus de mondialisation, la seconde traite la globalisation financière, la troisième se penche sur l'internationalisation des marchés, la quatrième aborde les stratégies d'internationalisation et de globalisation des entreprises, alors que la dernière séquence s'intéresse à la géographie de la mondialisation à travers l'analyse des nouvelles formes de régionalisation, des rapports Nord-Sud et se termine par une réflexion sur les enjeux des négociations internationales actuelles.

Compétences :

- Savoir mobiliser les outils et approches pour traiter des questions liées à l'environnement international des entreprises agroalimentaires dans toute sa complexité actuelle
- Etre capable de rechercher et d'analyser les informations pour identifier les menaces, les opportunités, les enjeux et les rapports de force en présence dans l'arène internationale

Ces compétences leur permettront d'exercer soit au sein d'entreprises désirant développer des échanges internationaux ou s'implanter dans un pays étranger, soit dans des organismes (banques, organisations internationales, Ministères, cabinets d'études,...) où s'exprime un besoin d'expertise à l'international.

Programme :

DATES	CONTENU	INTERVENANTS
Semaine 1	Introduction générale et lecture du guide d'étude	A. BENCHARIF
	Le processus de mondialisation : Etat des lieux et approches	
	Cours 1. La genèse du processus de mondialisation, origines et formation du concept	A. BENCHARIF
	Cours 2. La mise en œuvre du processus de mondialisation ; ouverture internationale et intégration des économies	
	Cours 3. Comment mesurer la mondialisation? La balance des paiements	
	La globalisation financière	
Cours 4. Les investissements directs à l'étranger	A. BENCHARIF	
Semaine 2		Cours 5. La globalisation financière ; le processus
	Cours 6. La globalisation financière ; les effets et les enjeux	

Semaine 2 (suite)	L'internationalisation des marchés agroalimentaires	
	Cours 7. Une histoire du commerce international : croissance, restructurations et organisation	A. BENCHARIF
	Cours 8 et 9. Mondialisation et commerce des produits agroalimentaires	JL. RASTOIN
	Cours 10. Concepts et théories de l'échange international	A. BENCHARIF
Les stratégies d'internationalisation des entreprises et globalisation		
Semaine 3	Cours 11. Les formes de développement international	S. TOZANLI
	Cours 12. Le panorama des fusions-acquisitions	
	Cours 13. Les approches théoriques	
	Cours 14. Enjeux et défis pour les PME	C. FOURCADE
	Mondialisation, régionalisation et rapports Nord-Sud	
Cours 15. Les disciplines à l'aune de la mondialisation	A. BENCHARIF M. BOUZAR	
Semaine 4	Cours 16. Mondialisation et rapports Nord-Sud	M. BOUZAR
	Cours 17. Le processus de mondialisation - régionalisation	J. HASSAINYA
	Cours 18. Mondialisation et négociations internationales ; problématiques et enjeux	A. BENCHARIF
	Conférence : Le processus d'accession des pays en développement à l'OMC ; cas de l'Algérie	S. DJELLAB
	Exposés des travaux	A. BENCHARIF S. TOZANLI
	Evaluation	A. BENCHARIF

Méthodes pédagogiques :

L'approche pédagogique retenue pour ce cours repose sur le principe d'une formation en classe appuyée par des télécommunications Internet. Le matériel didactique et l'approche pédagogique utilisés permettent en effet d'adopter une démarche d'apprentissage responsabilisante et partiellement autonome puisque les étudiants prendront d'abord connaissance du contenu et se l'approprient, avant de l'approfondir en classe avec l'enseignant responsable du cours.

Pour chacune des leçons, les étudiants disposeront sur support informatique, des éléments stables (le contenu de la leçon, les exercices et les outils) et des éléments qui varieront selon le thème abordé (des illustrations en Powerpoint, des petits films, des liens à des sites pertinents ou tout autre document ou exercice adapté au contenu traité).

Il est essentiel de lire le contenu des leçons de formation et d'effectuer les exercices avant les sessions en classe.

Mode d'évaluation :

Les modalités d'évaluation consistent en un examen de fin de session qui vise à vérifier l'acquisition des connaissances et un travail en équipe qui consiste à constituer un dossier sur un thème donné. Ce travail en groupe comportera des parties dont chaque membre du groupe sera clairement identifié comme l'auteur. La répartition des points de l'évaluation se fera de la manière suivante :

- Examen de fin de session : 1/3
- Evaluation globale du travail d'équipe : 1/3
- Evaluation individuelle de chaque auteur : 1/3

Ressources pédagogiques :

Un guide d'étude et le site Web du cours

Module 6 – Le marketing international

Code module : AA0210A

Nombre de crédits : 3 ECTS

Responsables : Selma TOZANLI et François d'HAUTEVILLE

Dates : du 1^{er} au 12 février 2010

Objectifs du module :

Donner aux étudiants les concepts et les modèles d'analyse couramment utilisés en stratégie et marketing internationaux.

Description résumée du module :

Le développement à l'international de l'entreprise, qui engendre la notion d'une maîtrise des activités de l'entreprise au-delà des frontières nationales, peut être envisagé à deux niveaux : par le commerce international et par des investissements à l'étranger et des partenariats.

Les outils de marketing international, le rôle de l'information et de communication, les techniques et les méthodes du commerce international, les investissements à l'étranger, la gestion des risques commerciaux et financiers sont les composants de ce module qui se présente également comme un apprentissage concernant le monde d'entreprise et des marchés internationaux grâce aux interventions des professionnels et des experts en marketing international.

Compétences :

- Prendre connaissance des outils de management de l'entreprise dans son internationalisation, que ce soit par voie des investissements réalisés à l'étranger que par des exportations
- Mieux juger les risques et les opportunités de s'étendre sur des marchés internationaux et prendre des décisions stratégiques tant dans les PME que dans les grandes firmes multinationales

Programme :

Le marketing international :
Adaptation de marketing mix à l'international
La différenciation culturelle et ses effets sur les différentes dimensions du management de l'entreprise
Stratégies d'internationalisation de l'entreprise
Nouvelles formes d'organisation de l'entreprise face à l'internationalisation et la globalisation
Le rôle des techniques d'information et de communication dans le développement à l'international
Témoignages
Le partenariat industriel en Méditerranée : le rôle de la proximité géographique et culturelle
Normes, HACCP, traçabilité dans les pays du Maghreb
Organisation et fonctionnement des marchés internationaux
Visite d'entreprise
Visite des Sociétés des Caves de Roquefort (Roquefort/Soulzon)

Méthodes pédagogiques :

Au terme de ce cours, les étudiants devront reconnaître les spécificités de la stratégie et du marketing appliqués à des contextes internationaux. Ils devront pouvoir mener une réflexion pertinente sur la manière d'identifier et d'évaluer des marchés d'exportation, sur le choix des modalités du développement international.

Pour atteindre ces objectifs, une méthode active est préconisée : les étudiants doivent travailler en TD sur les études de cas, réaliser des lectures et des exercices à préparer avant la classe et surtout préparer un travail en groupe sur des sujets pré-établis au début du module. Les témoignages du monde des affaires et par des experts apporteront les éléments nécessaires à bien réaliser ces travaux individuels et collectifs fondés sur des cas actuels concernant les entreprises agroalimentaires.

Mode d'évaluation :

- Travail en groupe (présentation de cas, de dossiers ou d'exercices).....40%
- Examen.....45%
- Présence et participation active15%

Module 7 – Les techniques du commerce international

Code module : AA0210B

Nombre de crédits : 3 ECTS

Responsables : Selma TOZANLI, Jean-Falco AUDIRAC et François d'HAUTEVILLE

Dates : du 15 au 26 février 2010

Objectifs du module :

- Apprendre les aspects techniques et administratifs du commerce international
- Donner aux étudiants les méthodes et moyens de minimiser les risques de l'activité commerciale internationale en utilisant un ensemble de techniques commerciales, juridiques et administratives du commerce international

Description résumée du module :

Ce module ouvre des perspectives pour des stages ou des emplois dans les services import/export des entreprises françaises, dans les sociétés de négoce international, dans les services achat à l'import de matières premières.

Au terme de ce cours, les étudiants devront être capables d'identifier les risques liés au contexte international et à l'activité de commerce importation/exportation de produits agroalimentaires

Mots clés : Exportation, importation, commerce international, gestion du risque, contrat de vente international, offre commerciale, transport et logistique internationale, réglementations douanières, règlement des litiges, droit international, paiements internationaux, risque de change.

Compétences :

- Prendre connaissance des outils de management de l'entreprise dans son internationalisation, que ce soit par voie des investissements réalisés à l'étranger ou par des exportations
- Mieux juger les risques et les opportunités de s'étendre sur des marchés internationaux et prendre des décisions stratégiques tant dans les PME que dans les grandes firmes multinationales

Programme :

Les risques liés à l'activité internationale de l'entreprise agroalimentaire
Gestion de la filiale à l'étranger
Distribution export : agents commerciaux, importateurs, courtiers, board - panéliste
Eléments de droit international, le contrat de vente
L'offre commerciale internationale ; techniques de rédaction
La logistique internationale : cadre juridique, responsabilité, préjudice commercial, prise de réserves
La logistique internationale : les différents opérateurs, transporteurs, transitaires, courtiers de fret, opérations d'export et d'importation
Le règlement des litiges à l'international, spécificités du commerce agroalimentaire
Etre payé à l'international - délais, mode de paiements, solvabilité des clients
Le financement de l'activité internationale - prospection, trésorerie, crédit acheteur
Etude de cas de synthèse : prix de revient export, fixation d'objectifs de vente et du prix de vente, budget export.

Durée et méthode de travail :

Le cours comporte 11 séances, plus une séance d'examen. Chaque séance comprend des exposés, des exemples et des mini-cas d'applications

Evaluation :

L'examen final (60%) se présentera sous la forme d'un examen oral portant sur des points techniques, ou de questions nécessitant la mobilisation des concepts de base et de leur articulation.

La participation à la discussion en classe est encouragée à titre individuel, sur la base des commentaires spontanés de lectures ou des exercices à préparer avant la classe (20%).

Le travail en groupe (présentation de cas, de dossiers ou d'exercices) représente 20%.

Pré-requis :

Connaissance des concepts et des méthodes en marketing, droit des affaires, finance.

Bibliographie indicative

Barellet et al. : Exporter, Pratique du commerce international, Foucher, Paris

D Chevalier, F Duphil : Le Transport , Edition Foucher, collection Défi export

Lamy : Transport, tomes 1 &2, Les édition Lamy

J C Dorléans : La gestion douanière de l'entreprise, Edition de Villeguérin

J P Ravalec : L'audit Export édition Jupiter

J Paveau et D Racaud : L'Offre, Edition Foucher, collection Défi export

J Thieffry et C Granier : La Vente internationale, Edition CFCE, collection l'exportateur

P Topsacalian : Principes de finance internationale, Edition Economica

Revue de référence : Le Moniteur du Commerce International (MOCI), hebdomadaire.

Module 8 – Management de la distribution et logistique des produits agricoles et agroalimentaires

Code module : **AA0310**

Nombre de crédits : **6 ECTS**

Responsable : **Abdelhamid BENCHARIF**

Dates : **du 1^{er} au 26 mars 2010**

Objectifs du module :

- Connaître la démarche du marketing, son élaboration et sa mise en œuvre
- Acquérir une bonne connaissance des secteurs du commerce et de la distribution, et comprendre les enjeux qui leur sont associés
- S'approprier les outils méthodologiques permettant l'analyse des problèmes de commercialisation et de logistique des marchés agroalimentaires et de leur fonctionnement
- Comprendre l'organisation et le fonctionnement des différents circuits de commercialisation des produits alimentaires
- Connaître les méthodes de la logistique moderne pour être capable de gérer les flux et les informations

Description résumée du module :

En relation avec le processus de mondialisation et de libéralisation des économies, les systèmes de commercialisation des produits agricoles et alimentaires ont connu des changements importants.

Dans les pays du Nord, la saturation des marchés intérieurs, une certaine uniformisation des goûts des consommateurs, la montée des concurrences et la concentration de la production ont contribué à développer la grande distribution, et à accélérer son internationalisation. Dans ce contexte, la logistique définie comme étant « la maîtrise de la gestion des flux de marchandises et d'informations qui leur sont liées que les entreprises reçoivent, transfèrent et émettent », se « dématérialise » de plus en plus, grâce aux nouvelles technologies, pour assurer une meilleure productivité de la circulation des produits du fournisseur au client. La Supply Chain Management (SCM) permet ainsi de gérer des systèmes d'information de plus en plus complexes pour satisfaire les demandes des clients, assurer la traçabilité des marchandises ou encore gérer les stocks.

Dans les pays en développement, la croissance rapide des formes modernes de distribution et de commerce de détail constitue une caractéristique majeure des transformations récentes du secteur alimentaire. L'implantation des grandes surfaces dans ces pays est en train d'induire des modifications profondes à tous les niveaux des filières agroalimentaires : restructuration de la production agricole et industrielle, diversification de l'offre alimentaire, l'organisation et le fonctionnement des marchés, la fragilisation du commerce de détail,...

En outre, depuis la libéralisation de la commercialisation des produits agricoles, ce sont les opérateurs privés (agriculteurs, commerçants, entreprises,...) qui s'occupent désormais de la collecte des produits agricoles et de leur acheminement vers les marchés des produits en l'état, vers les entreprises de transformation, et de leur vente aux consommateurs.

Cette évolution impose à tous les acteurs des filières agroalimentaires d'acquérir de nouvelles compétences dans le domaine de la commercialisation. Dans cette optique, ce module se propose de fournir les outils méthodologiques permettant l'analyse des problèmes de commercialisation et de logistique des marchés agroalimentaires et de leur fonctionnement.

L'enseignement s'articule autour de quatre séquences pédagogiques :

- le marketing et la commercialisation des produits agricoles et alimentaires,
- la distribution moderne,
- la logistique des produits agroalimentaires,
- un jeu de simulation : Gamefruit.

Compétences :

- Etre capable de prendre les bonnes décisions pour commercialiser et vendre les produits dans les meilleures conditions possibles
- Pouvoir intervenir à haut niveau, en tant que responsable ou collaborateur, dans des entreprises commerciales, des entreprises de transport, ou des organismes de conseil en commercialisation et logistique de produits agricoles et alimentaires

Programme :

CONTENU	INTERVENANTS
Introduction générale	A. BENCHARIF
Semaine 1 : Marketing et commercialisation des produits agricoles et alimentaires <ul style="list-style-type: none">- Le marketing agro-alimentaire : démarche générale et spécificités- L'élaboration de la stratégie marketing- La mise en œuvre du plan marketing- La commercialisation des produits agricoles	A. BENCHARIF M. MERDJI
Semaine 2 : La distribution moderne <ul style="list-style-type: none">- Le rôle économique de la distribution- Panorama mondial de la distribution moderne- Stratégies et performances des différentes formes de la Grande Distribution Alimentaire (GDA)- La commercialisation des produits agricoles	A. BENCHARIF F. FORT
Semaine 3 <ul style="list-style-type: none">- Jeu de Simulation (Gamefruit)- Études de cas	M. ALLAYA P. LE GRUSSE
Semaine 4 : La logistique des produits agroalimentaires <ul style="list-style-type: none">- La Supply Chain Management (SCM) et le fonctionnement des marchés- Les plateformes logistiques Exposés des travaux Evaluation	JC MONTIGAUD A. BENCHARIF F. FORT M. MERDJI

Méthodes pédagogiques :

L'approche pédagogique repose sur le principe d'une formation en classe accompagnée d'études de cas.

Pour chacune des leçons, les étudiants disposeront du contenu de la leçon proprement dite et d'autres supports pédagogiques qui varieront selon le thème abordé (des illustrations en Power Point, de petits films, des liens à des sites pertinents ou tout autre document ou exercice adapté au contenu traité).

Une place importante est accordée au travail en équipe, notamment pour le jeu de simulation (Gamefruit) et l'examen des études de cas.

Mode d'évaluation :

Les modalités d'évaluation consistent en un examen de fin de session qui vise à vérifier l'acquisition des connaissances, la participation au jeu de simulation, et un autre travail en équipe qui consiste à constituer un dossier sur un thème donné :

- Examen de fin de session 1/3
- Evaluation du travail d'équipe 1/3
- Evaluation individuelle de la participation au jeu de simulation 1/3

Dossier technique et du projet de stage

Rédaction d'un **dossier technique** sur un thème en relation avec le stage envisagé (travail théorique).

Code module : **DT0410**

Nombre de crédits : **6 ECTS**

Rédaction d'un **projet de stage** pour présenter : la commande du stage, la zone d'étude, le contexte, la méthodologie, le calendrier de travail. Ce projet est soutenu devant un jury d'enseignants de l'IAMM.

Code module : **PS2010**

Nombre de crédits : **18 ECTS**

Programme de *Master of Science*

Stage, Thèse de Master of Science et Soutenance (60 ECTS)

- Réalisation d'un **stage individuel de 3 mois minimum** au sein d'une entreprise ou d'une entreprise agroalimentaire. La mission sur le terrain finalise la formation de l'étudiant et témoigne de sa capacité à analyser une situation complexe pour en tirer des recommandations utiles à l'organisme d'accueil (10 ECTS)
- **Rédaction d'une thèse de Master of Science** en liaison avec le stage : le mémoire ne peut pas être une simple relation ou rapport de stage décrivant ou faisant la synthèse d'une situation. Il doit contenir, après une introduction rappelant le contexte de la mission et la problématique, un exposé des objectifs de la mission, des méthodes et concepts mis en œuvre ; **soutenance de la thèse de Master of Science** devant un jury d'enseignants chercheurs et de professionnels (50 ECTS)

Intervenants

Conférence – Introduction à la Méditerranée

Nom	Titre – Fonction	Organisme de rattachement
BESSAOUD Omar	Enseignant-chercheur (<i>Développement rural</i>)	IAMM
BLANC Pierre	Professeur associé	IAMM
DOLLÉ Vincent	Directeur	IAMM
PADILLA Martine	Enseignant-chercheur (<i>Politiques publiques alimentaires</i>)	IAMM

Module 1 – Analyse des systèmes alimentaires

Nom	Titre – Fonction	Organisme de rattachement
BENCHARIF Abdelhamid	Enseignant-Chercheur (<i>Économie alimentaire</i>)	IAMM
GHERSI Gérard	Directeur Maison des Sciences de l'Homme	Université Montpellier 3
OBERTI Bénédicte	Chargée de recherche (<i>Politiques alimentaires</i>)	IAMM
PADILLA Martine	Enseignant-Chercheur (<i>Politiques publiques alimentaires</i>)	IAMM
TOZANLI Selma	Enseignant-chercheur (<i>Stratégies d'acteurs et filières</i>)	IAMM

Module 2 – Analyse des filières agroalimentaires

Nom	Titre – Fonction	Organisme de rattachement
BOUTONNET Jean-Pierre	Directeur de recherche (<i>Filières de produits animaux</i>)	INRA
BENCHARIF Abdelhamid	Enseignant-Chercheur (<i>Économie alimentaire</i>)	IAMM
MONTAIGNE Etienne	Enseignant-Chercheur (<i>Economie institutionnelle appliquée aux filières</i>)	IAMM

Module 3 – Management des entreprises agroalimentaires

Nom	Titre – Fonction	Organisme de rattachement
BENCHARIF Abdelhamid	Enseignant-Chercheur (<i>Économie alimentaire</i>)	IAMM
CHERIET Foued	Chercheur (<i>Sciences de gestion</i>)	SupAgro Montpellier
SEIGNOUR Amélie	Maître de conférences	Université Montpellier 2
TOZANLI Selma	Enseignant-chercheur (<i>Stratégies d'acteurs et filières</i>)	IAMM
VERCHER Corinne	Maître de conférences	Université Montpellier 3

Module 4 - Marchés, politiques et négociations internationales

Nom	Titre – fonction	Organisme de rattachement
ILBERT Hélène	Enseignant-chercheur (<i>Choix publics et négociations internationales</i>)	IAMM
LANÇON Frédéric	Responsable	CIRAD-ES
LERIN François	Enseignant-chercheur (<i>Économie politique internationale</i>)	IAMM
PERRIER-CORNET Philippe	Directeur de recherche (<i>Politiques agricoles et aménagement du territoire</i>)	INRA
PETIT Michel	Professeur associé	IAMM
PROKO Arsen	Enseignant	Académie des Sciences Albanaises
VOITURIEZ Tancrede	Chercheur (<i>Libéralisation du commerce et négociations commerciales</i>)	IDDR

Module 5 – Mondialisation et géostratégies agroalimentaires

Nom	Titre – Fonction	Organisme de rattachement
BENCHARIF Abdelhamid	Enseignant-Chercheur (<i>Économie alimentaire</i>)	IAMM
BOUZAR Madjid	Enseignant-chercheur ; Responsable de la Section Relations Internationales	Université Marc Bloch, Strasbourg
DJELLAB Said	Directeur	Ministère de l'Agriculture Algérie
FOURCADE Colette	Maître de Conférences Sciences Economiques	Université Montpellier 1
HASSAINYA Jemael	Professeur	INAT, Tunis.
RASTOIN Jean-Louis	Professeur	SupAgro Montpellier
TOZANLI Selma	Enseignant-chercheur (<i>Stratégies d'acteurs et filières</i>)	IAMM

Module 6 – Le marketing international

Nom	Titre – Fonction	Organisme de rattachement
AUDIRAC Jean-Folco	Consultant indépendant	
CHERIET Foued	Chercheur (<i>Sciences de gestion</i>)	SupAgro Montpellier
HAMIMAZ Rachid	Professeur	IAV Hassan II
MERDJI M'Hamed	Professeur	ESC Montpellier
PALPACUER FLORENCE	Professeur	UM1 - ISEM
TOZANLI Selma	Enseignant-chercheur (<i>Stratégies d'acteurs et filières</i>)	IAMM

Module 7 – Les techniques du commerce international

Nom	Titre – Fonction	Organisme de rattachement
AUDIRAC Jean-Folco	Consultant indépendant	

Module 8 – Management de la distribution et logistique des produits agricoles et agroalimentaires

Nom	Titre – Fonction	Organisme de rattachement
ALLAYA Mahmoud	Enseignant-chercheur (<i>Développement agricole et alimentaire</i>)	IAMM
BENCHARIF Abdelhamid	Enseignant-chercheur (<i>Économie alimentaire</i>)	IAMM
FORT Fatiha	Maître de conférences	SupAgro Montpellier
LE GRUSSE Philippe	Enseignant-chercheur (<i>Gestion et modélisation des systèmes de production agricoles</i>)	IAMM
MERDJI M'Hamed	Professeur	ESC Montpellier
MONTIGAUD Jean-Claude	Directeur de Recherche INRA (<i>Filière Fruits et Légumes</i>)	INRA / SupAgro Montpellier

