

Espagnol de la gestion des organisations

niveau C1 en espagnol

Infos pratiques

- > ECTS : 1.5
- > Nombre d'heures : 12.0
- > Langue(s) d'enseignement : Espagnol
- > Période de l'année : Enseignement sixième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Travaux dirigés
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Langues et cultures étrangères
- > Code ELP : 5V6LEAFP

Présentation

Cet EC propose de mettre en application les notions transversales abordées dans le cadre de la formation LEA (marketing, commerce international, tourisme) à travers des études de cas et des mises en situation (lancement de projets et de produits, création d'une activité). Une place importante sera donnée aux stratégies de marque, en particulier au branding culturel. Les étudiants seront invités à analyser les stratégies adoptées par des entreprises présentes dans le monde hispanique et à proposer leur propre stratégie de développement, d'expansion et de promotion dans le cadre du lancement d'un produit ou la création d'une entreprise.

Évaluation

Session 1

Régime standard : une épreuve écrite sur table (durée : 1h30) et un oral (durée : 15 à 20 minutes).

Régime dérogatoire : une épreuve écrite sur table (durée : 1h30)

Session 2 : une épreuve écrite sur table (durée : 1h30)

Pré-requis nécessaires

Compétences visées

- Comprendre et interpréter des ressources en espagnol. Travailler en équipe et en réseau, ainsi qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet.

- S'approprier et mobiliser le vocabulaire d'un champ professionnel en langue étrangère. Interagir à l'oral et à l'écrit en espagnol dans un cadre professionnel.

Bibliographie

Bô, Daniel, *Brand culture. Développer le potentiel culturel des marques*, Paris, Dunod, 2013.

Carrasco Jiménez, Pedro, "Análisis de las empresas de turismo activo en España", *ROTUR*, Vol. 14, n° 2, 2020.

Carvajal Salazar, Stefany, "Impactos socioeconómicos y ambientales del turismo en España", *Observatorio Ambiental*, 23, p. 243-288.

CEPAL, Informe "Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe 2025", CEPAL Naciones Unidas, novembre de 2025.

Chine-Lehmann, D. ; Pujol-Berché, M. ; Taillot, A. ; *Espagnol des Affaires*, Vuibert, Paris, 2018.

Fernández Alfonso J.; "Modelos de negocio emergentes en el turismo agroecológico: el papel de las políticas públicas en la promoción de la sostenibilidad", *Cooperativismo & Desarrollo*, 33 (131), 2025, p. 1-20.

Fernández Gómez, J. D.; Rubio-Hernández, M.; Pineda, A.; *Branding cultural. Una teoría aplicada a las marcas y la publicidad*, Editorial UOC, Barcelona, 2019.

Contact(s)

> **Natalia Molinaro**

Responsable pédagogique
natalia.m@parisnanterre.fr