

**Commission de la Formation et de la Vie  
Universitaire**  
**Séance du 04 décembre 2025**  
**Délibération n° 61-2025**

**Ouverture d'un semestre en anglais à la rentrée universitaire 2026-27**

**La Commission de la formation et de la vie universitaire**

- *Vu l'article L121-3 du code de l'éducation*
- *Vu l'arrêté du 6 décembre 2019 portant réforme de la licence professionnelle*
- *Vu l'arrêté du 15 avril 2022 portant définition des programmes de BUT*

L'IUT de Vannes envisage de proposer un semestre complet enseigné en anglais dans les domaines de l'économie, du management et du marketing. Ce projet s'appuie sur les compétences des départements Techniques de Commercialisation (TC) et Gestion des Entreprises et des Administrations (GEA), tout en offrant aux étudiants la possibilité de suivre des cours complémentaires en français sur le campus universitaire.

Cette formation se déroulera pendant le 1<sup>er</sup> semestre, de septembre à mi-décembre 2026. L'évaluation des étudiants reposera sur un contrôle continu, complété par une semaine d'examens prévue lors de la troisième semaine de décembre.

Les cours proposés couvrent un large éventail de disciplines habituellement proposées en GEA ou TC. Ces enseignements permettront aux étudiants de développer des compétences essentielles en analyse de marché, adaptation culturelle, négociation et gestion de la chaîne logistique.

Le module de marketing stratégique inclut un projet fil rouge où les étudiants appliqueront progressivement les concepts théoriques à une entreprise fictive qu'ils auront imaginée. Par ailleurs, le cours de « conduite d'une mission import ou export pour une entreprise offrira une expérience pratique en planifiant et exécutant une mission d'import/export pour une entreprise réelle ou simulée.

Les étudiants internationaux bénéficieront d'un accompagnement personnalisé par le Service des Relations Internationales, ainsi que par les chargés de mission dans les départements de l'IUT.

Ce projet vise à renforcer l'attractivité internationale de l'IUT de Vannes et à préparer les étudiants aux défis globaux des entreprises, en combinant enseignement théorique, études de cas et projets pratiques pour une immersion professionnelle complète.

La validation de ce projet permettra une ouverture effective en septembre 2026, sous réserve d'approbation par le conseil d'institut et la CFVU.



**Après en avoir délibéré, la Commission de la Formation et de la Vie Universitaire**

Approuve à l'unanimité l'ouverture d'un semestre en anglais à la rentrée universitaire 2026-27.

Membres en exercice : 32
Membres présents : 18
Membres représentés : 8
Pour : 26
Contre : 0
Abstentions : 0

Visa de la Vice-Présidente CFVU, en charge des formations et des réussites

Catherine KERBRAT RUELLAN

Signé électroniquement par : Catherine Kerbrat Ruellan  
Date de signature : 09/12/2025  
Qualité : VP CFVU Formations et réussites

**Documents en annexe :**

3.6 annexe\_IUT V\_ Maquette Semestre en anglais

Transmission au Recteur, Chancelier des universités et publication sur le site de l'UBS : 11 décembre 2025



# Maquette Semestre en anglais

## Business Management et Marketing

### Période :

Début septembre – mi-décembre

Contrôles continus

### Public :

- **Étudiants Erasmus :** 6\* - Enseignements obligatoires
- **Étudiants TC parcours BI** - BUT2 et BUT3 : 24\* - Enseignements du S3 et S5 - obligatoires pour tous les étudiants inscrits dans le parcours
- **Étudiants GEA parcours GEMA** - BUT2 : 24\* - Enseignements du S3 - obligatoires pour les étudiants ayant choisi de suivre ces enseignements en anglais

*\*Capacités d'accueil : définies de manière à constituer un groupe de 30 étudiants maximum*

### Crédits ECTS et coefficient :

Ces informations s'appliquent exclusivement aux étudiants inscrits dans le cadre du programme Erasmus. Les étudiants des spécialités GEA et TC sont invités à se référer aux modalités de contrôle des connaissances et des compétences spécifiques à leur parcours.

### Conditions de validation pour les étudiants inscrits dans le cadre du programme Erasmus :

**Pour valider le semestre**, l'étudiant ERASMUS doit obtenir une moyenne générale minimale de 10/20 entre les UE1 et 2 avec une moyenne de 8/20 minimum dans chacune des UE1 et 2.

L'UE3 est obligatoire. Sa validation est gérée par le centre de langues de l'UBS.

L'ouverture de l'UE3 est conditionnée par la présence d'un nombre suffisant d'étudiants inscrits au centre de langues de l'UBS (6 étudiants minimum).

Ces conditions permettent l'attribution des crédits ECTS correspondants aux trois UE.

Un bulletin de notes sera délivré à l'issue du semestre.

Les épreuves de substitution seront proposées selon les dispositions communes des MCCC votées lors de la CFVU du 25 septembre 2025.

Aucune session de rattrapage ne sera proposée aux étudiants à la fin du semestre.

UE	Département d'études	Level	Code PN	LIBELLES DES COURS ENSEIGNÉS EN ANGLAIS	Lesson description	Type de cours	Volume horaire	Coefficient*	Modalités de contrôle	Public concerné		
										Etudiants Erasmus	Etudiants TC	Etudiants GEA
Gestion des entreprises et des administrations (GEA)	Bachelor Year 2	R3.05		Traitemetn numérique des données	Utilisation d'un tableau / Probabilités	TD	24	1	Contrôles continus + examen final	X	X	
Gestion des entreprises et des administrations (GEA)	Bachelor Year 2	R3.09		Anglais appliqué aux affaires	Les échanges, communication : expression écrite et orale	TD	24	1	Contrôles continus + examen final	X	X	
Gestion des entreprises et des administrations (GEA)	Bachelor Year 2	R3.GEMA11		Environnement juridique : droit et entrepreneurship	Statut du dirigeant, de son conjoint, protection du patrimoine	CM	12	1	Contrôles continus + examen final	X	X	
Gestion des entreprises et des administrations (GEA)	Bachelor Year 2	R3.GEMA13		Management d'activités : management opérationnelle, management des équipes	Démarche qualité, certification, gestion des activités productives	TD	19,5	1	Contrôles continus + examen final	X	X	
UE1 : Business Management (14 ECTS)	Gestion des entreprises et des administrations (GEA)	Bachelor Year 2	AL	Marketing Stratégique	Initiation des étudiants aux principaux concepts et outils permettant de concevoir une stratégie marketing cohérente et adaptée aux objectifs d'une organisation. �travers un projet fil rouge, consistant à appliquer progressivement ces notions à une entreprise fictive qu'ils auront �magine�. Ils apprennent à distinguer marketing stratégique et opérationnel, analyser un m�r�ch et les besoins des clients, construire une démarche SCP (Segmentation, Ciblage, Positionnement), réaliser un diagnostic stratégique (PESTEL, Porter, SWOT), puis traduire ces choix en actions opérationnelles (4P/7P).	TD	12	1	Contrôles continus + examen final	X	X	
	Gestion des entreprises et des administrations (GEA)	Bachelor Year 2	AL	Anglais appliqué à la spécialité	Ce module propose un approfondissement, en anglais, de thématiques �es spécifiques au parcours GEMA, notamment : l'argumentaire de vente (elevator pitch), la gestion de la chaîne logistique, la négociation et la gestion du projet.	TD	12	1	Contrôles continus + examen final	X	X	
	Techniques de commercialisation (TC)	Bachelor Year 2	R3.BI.16	Marketing et vente à l'international/International Sales and Marketing	The course equips students with essential strategies for promoting and selling products or services across global markets. Through market analysis, cultural adaptation of campaigns, negotiation techniques, and practical case studies, students develop key skills to thrive in an international business environment.	TD	15	1	Contrôles continus	X	X	
	Techniques de commercialisation (TC)	Bachelor Year 2	R3.BI.15	Strat�gie et veille à l'international/ International Business Strategy	The course develops effective strategies for global business expansion and competitive positioning. It emphasizes market intelligence, trend analysis, and strategic decision-making to navigate the complexities of international environments.	TD	15	1	Contrôles continus	X	X	
	Techniques de commercialisation (TC)	Bachelor Year 2	SAE3.BI.03	S�lection de march�s à l'�tranger / International Market Research	Students conduct comprehensive analyses of global markets to identify opportunities and challenges for business expansion. It integrates data collection methods, competitive intelligence, and cultural insights to develop actionable strategies for international operations.	TD-projet	27	1	Contrôles continus	X	X	
	Techniques de commercialisation (TC)	Bachelor Year 3	R5.BI.11	Approvisionnements/Procurement and Supply Chain Management	Fundamentals of designing, optimizing, and managing global supply chains to ensure efficient flow of goods, services, and information across international borders	TD	18	1	Contrôles continus	X	X	
	Techniques de commercialisation (TC)	Bachelor Year 3	R5.BI.15	Marketing achat/ Marketing and Purchasing	It covers consumer behavior analysis, supplier relationship management, and cost-effective purchasing techniques, equipping students with skills to align marketing goals with supply chain efficiency through practical case studies.	TD	18	1	Contrôles continus	X	X	
	UE3 : FLE (Language Center)	Bachelor Year 3	SAE 5.BI.01	Conduite d'une mission import ou export pour une entreprise/Leading an import or export mission for a company	The course engages students in a practical project where they plan and execute an import or export mission for a real or simulated company.	TD-projet	40	1	Contrôles continus	X	X	
											257,5	