

 <p>Hes·SO Haute Ecole Spécialisée de Suisse occidentale Fachhochschule Westschweiz University of Applied Sciences and Arts Western Switzerland</p>	Descriptif de module Filière Bachelor en Viticulture et Œnologie	 <p>CHANGINS haute école de viticulture et œnologie</p>
Crédits ECTS : 5	EcoGest III	2024-2025 (S3)
Cours lié(s) :	Développer son entreprise Marketing II Droit	Cours frontal ou à distance Cours frontal ou à distance Cours frontal ou à distance
Périodes hebdomadaires :	6 périodes	Total : 66 périodes
Travail individuel :	130 périodes sur le semestre	
Responsable du module :	Alexandre Mondoux	alexandre.mondoux@changins.ch
Enseignants responsables de cours :	Alexandre Mondoux (Dév. son entreprise) Johanna Dayer (Marketing II) Géraldine Bettens (Droit)	alexandre.mondoux@changins.ch jo@hedonistica.ch geraldine.bettens@gmail.com
Langue d'enseignement :	Français	
Présence :	Non obligatoire	
Prérequis :	Avoir validé les modules EcoGest I et II	
Modalité d'évaluation :	Évaluations individuelles et par groupe	
Modalité de validation du module : Modalité de validation du cours :	<p>Se référer au " Règlement d'études de la filière Bachelor of Science HES-SO en Viticulture et Œnologie " en vigueur. La moyenne du module n'est calculée que lorsque tous les cours sont validés.</p> <p>Le cours est validé à condition que la moyenne des évaluations soit au minimum de 3.8. La ou le candidat-e ayant obtenu une note de cours inférieure à 3.8 est inscrit-e d'office à la remédiation de ce cours. Si la remédiation est réussie, la note finale obtenue au cours après remédiation est de 4.0. Le droit à la remédiation ne peut s'exercer qu'une seule fois par cours. En cas d'échec à la remédiation, l'étudiant-e peut répéter le cours. Le droit à la répétition ne peut s'exercer qu'une seule fois.</p>	
Objectifs du module :	<p>Identifier et évaluer les facteurs internes et externes, ainsi que les interactions, qui influencent l'orientation à long terme de l'entreprise viticole dans une optique durable</p> <p>S'appropriier les concepts, techniques et outils du marketing moderne appliqué au vin</p> <p>Maîtriser le cadre juridique de la gestion et du développement d'entreprise</p> <p>Développer les connaissances et compétences pour mener à bien le projet transversal "Microentreprise"</p>	

Cours Développer son entreprise (3 périodes hebdomadaires)

Compétences visées :

- Identifier les activités ou ressources qui sont favorables ou défavorables à la réalisation de la stratégie
- Identifier les éléments de l'environnement qui sont favorables ou défavorables à la mise en œuvre de la stratégie

Contenu du cours :

Analyse interne :

- **Finance** : analyse d'un dossier de gestion viticole, coûts opérationnels, comptabilité de cave et succession d'entreprise
- **Activités** : achats, management de la qualité, etc.

Analyse externe : quotas de production, commerce international du vin et modèles de croissance

Bibliographie :

- Strategidea (<https://agripedia.ch/strategidea/>)
- Les mondes économiques, Introduction à l'économie politique et nationale, Pierre-Alain Rime, LEP Loisirs et Pédagogie, Lausanne, 2024, ISBN 978-2-606-02318-8
- La stratégie d'entreprise, R.A. Thiétart, 2^e édition, EDISCIENCE international 1993
- La stratégie à pas contés, piloter l'entreprise agricole, dans l'incertitude et dans la complexité, M. Guichard & R. Michaud, Editions CNERTA-SED, ENESAD, Dijon, 1994
- Terminologie – Nouveautés dans le boucllement comptable et la terminologie agricole, Agridea, 2015
- Management de l'entreprise vitivinicole, E. Rouzet et G. Seguin, Dunod, Paris, 2004, ISBN 2 10 007245 5

Cours Marketing II (2 périodes hebdomadaires)

Compétences visées :

- Être capable de définir les composantes du *marketing mix* d'un produit
- Acquérir les connaissances nécessaires pour mettre en place une campagne de promotion/vente.

Contenu du cours :

- Stratégie produits, concept
- Stratégie de marque
- Stratégie de prix
- Stratégie de communication intégrée
- Promotion, vente, *emarketing*
- RP/online/offline
- Stratégie de distribution
- Études de cas

Bibliographie :

- Marketing Management, Kotler & al., Pearson France, Paris, 14^e édition, 2012
- Le Marketing du vin, Emmanuelle Rouzet, Gerard Seguin, Dunod/La Vigne, 3^e édition, 2012

Cours Droit (1 période hebdomadaire)	
Compétences visées :	<ul style="list-style-type: none"> - Connaître les principes les plus importants du droit suisse - Acquérir des connaissances théoriques et pratiques dans le domaine du droit en rapport avec les activités professionnelles de la vitiviniculture
Contenu du cours :	<ul style="list-style-type: none"> - Contrat de vente, de mandat et d'entreprise (vinification pour tiers) - Responsabilité civile et responsabilité produits - Droit matrimonial - Droit successoral - Droit foncier - Aménagement du territoire et construction
Bibliographie :	- Textes de loi, jurisprudence en lien avec les sujets traités
Descriptif de module relu le :	2 septembre 2024
Par	Alexandre Mondoux
Validée COPIL HES le	Septembre 2024