



Syllabus

MASTER MANAGEMENT SECTORIEL – COMMERCE INTERNATIONAL DU VIN ET OENOTOURISME

Sommaire

PRESENTATION	3
SCHEMA GENERAL DU DOMAINE	4
SCHEMA DU CURSUS	5
SCHEMA DE LA MENTION	6
PARCOURS ET NIVEAUX	7
M2 COMMERCE INTERNATIONAL DU VIN ET OENOTOURISME	7
Parcours Master M2OENOTOU – M2 COMMERCE INTERNATIONAL DU VIN ET OENOTOURISME (CIVOE) – Semestre 1	7
Parcours Master M2OENOTOU – M2 COMMERCE INTERNATIONAL DU VIN ET OENOTOURISME (CIVOE) – Semestre 2	7
M1 COMMERCE INTERNATIONAL DU VIN ET OENOTOURISME	7
Parcours Master M1OENOTOU – M1 COMMERCE INTERNATIONAL DU VIN ET OENOTOURISME (CIVOE) – Semestre 1	7
Parcours Master M1OENOTOU – M1 COMMERCE INTERNATIONAL DU VIN ET OENOTOURISME (CIVOE) – Semestre 2	8
DETAILS DES ENSEIGNEMENTS	9
D-U04-4571 – UE 1 GEOPOLITIQUE ET ECONOMIE MONDIALE	10
D-E04-4571 – UCE 1 GEOPOLITIQUE	11
D-E04-4572 – UCE 2 COMMERCE INTERNATIONAL 2	12
D-U04-4572 – UE 2 MARKETING & RH	14
D-E04-4573 – UCE 1 MARKETING INTERCULTUREL	15
D-E04-4574 – UCE 2 VEILLE SECTORIELLE	16
D-E04-4575 – UCE 3 RESSOURCES HUMAINES	17
D-U04-4573 – UE 3 ANGLAIS CIVILISATION DE LA SPECIALITE	18
D-U04-4574 – UE 4 LANGUE CIVILISATION	19
D-E04-4576 – UCE 1 LANGUE CIVILISATION ALLEMAND	20
D-E04-4577 – UCE 2 LANGUE CIVILISATION ITALIEN	21
D-E04-4578 – UCE 3 LANGUE CIVILISATION ESPAGNOL	23
D-E04-4579 – UCE 4 FLE	26
D-U04-4624 – UE 9 GESTION DE LA FILIERE ET REGLEMENTATION	27
D-U04-4622 – UE 10 COMMERCIALISATION	28
D-E04-4611 – UCE 1 EXPORTATION & GEST PROJET NUM	29
D-E04-4595 – UCE 2 OENOTOURISME (ACTEURS, TERROIRS, TERRITOIRES)	30
D-U04-4581 – UE 16 STAGE	32
D-U04-4551 – UE 1 ECONOMIE	33
D-E04-4551 – UCE 1 COMMERCE INTERNATIONAL 1	34

D-E04-4552 - UCE 2 ECONOMIE MANAGERIALE	36
D-U04-4552 - UE 2 MANAGEMENT	37
D-E04-4553 - UCE 1 MARKETING ET E-MARKETING	38
D-E04-4554 - UCE 2 FINANCE - COMPTABILITE - CONTROLE DE GESTION	39
D-E04-4555 - UCE 3 ANALYSE SECTORIELLE ET STRATEGIES D'ENTREPRISE	40
D-U04-4553 - UE 3 PROFESSIONNALISATION	41
D-E04-4556 - UCE 1 BUSINESS PLAN	42
D-E04-4557 - UCE 2 INSERTION PROFESSIONNELLE ET PREPARATION DU STAGE	43
D-U04-4554 - UE 4 LANGUES, COMMUNICATION ET INTERCULTURALITE	44
D-E04-4566 - UCE 1 ANGLAIS DE LA COMMUNICATION ET DE SPECIALITE	45
D-E04-4559 - UCE 2 LANGUE APPROCHE INTERCULTURELLE ALLEMAND	46
D-E04-4560 - UCE 3 LANGUE APPROCHE INTERCULTURELLE ITALIEN	48
D-E04-4561 - UCE 4 LANGUE APPROCHE INTERCULTURELLE ESPAGNOL	50
D-E04-4562 - UCE 5 FLE	53
D-U04-4611 - UE 5 MANAGEMENT DE LA CHAINE LOGISTIQUE	54
D-E04-4563 - UCE 1 MANAGEMENT DE LA CHAINE LOGISTIQUE 1	55
D-U04-4591 - UE 7 ENVIRONNEMENT TOURISTIQUE	58
D-U04-4612 - UE 10 FILIERE VITI-VINICOLE	59
D-E04-4601 - UCE 1 TECHNIQUES VV, STRUCT & POSITION DE LA FILIERE	60
D-E04-4602 - UCE 2 MANAGEMENT INTERCULTUREL ET COMMERCIALISATION	61
D-U04-4561 - UE 15 STAGE M1	62

PRESENTATION

 Diplôme
BAC+5

 Durée
2 ans

 Lieux
Campus Hannah Arendt - Bâtiment Nord

 Régime d'étude
initial, continu

 Secteur
**Administration d'entreprise - Commerce,
distribution, vente - International - Tourisme**

 Niveau d'entrée
BAC +3

 Certifiant
Oui

 Stage
non

 Coût de la formation
Oui

Composante

Domaine : Droit, Economie, Gestion

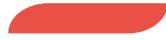
Description : Le domaine Droit, Economie, Gestion regroupe toutes les formations d'Avignon université relatives aux enjeux juridiques, politiques, économies, sociétaux et managériaux des sociétés contemporaines. Il rassemble les enseignants-chercheurs et les laboratoires de sciences sociales.

Doyen-ne : Guillaume Marrel

Equipe enseignante et du laboratoire

Conditions d'admission

SCHEMA GENERAL DU DOMAINE



SCHEMA DU CURSUS



SCHEMA DE LA MENTION



PARCOURS ET NIVEAUX

M2 COMMERCE INTERNATIONAL DU VIN ET OENOTOURISME

Responsable : Gersende Paulet

Parcours Master M2OENOTOU - M2 COMMERCE INTERNATIONAL DU VIN ET OENOTOURISME (CIVOE) - Semestre 1

Responsable : Anne-luce Coulomb

Code	Enseignements et Unités d'enseignements	Volume H.	Coefficient	ECTS
D-U04-4571	UE 1 GEOPOLITIQUE ET ECONOMIE MONDIALE	36h00	1.00	4.00
D-E04-4571	UCE 1 GEOPOLITIQUE	18h00	1.00	2.00
D-E04-4572	UCE 2 COMMERCE INTERNATIONAL 2	18h00	1.00	2.00
D-U04-4572	UE 2 MARKETING & RH	54h00	1.00	6.00
D-E04-4573	UCE 1 MARKETING INTERCULTUREL	18h00	1.00	2.00
D-E04-4574	UCE 2 VEILLE SECTORIELLE	18h00	1.00	2.00
D-E04-4575	UCE 3 RESSOURCES HUMAINES	18h00	1.00	2.00
D-U04-4573	UE 3 ANGLAIS CIVILISATION DE LA SPECIALITE	36h00	1.00	4.00
D-U04-4574	UE 4 LANGUE CIVILISATION	36h00	1.00	2.00
D-E04-4576	UCE 1 LANGUE CIVILISATION ALLEMAND	36h00	1.00	2.00
D-E04-4577	UCE 2 LANGUE CIVILISATION ITALIEN	36h00	1.00	2.00
D-E04-4578	UCE 3 LANGUE CIVILISATION ESPAGNOL	36h00	1.00	2.00
D-E04-4579	UCE 4 FLE	36h00	1.00	2.00
D-U04-4624	UE 9 GESTION DE LA FILIERE ET REGLEMENTATION	69h00	1.00	8.00
D-U04-4622	UE 10 COMMERCIALISATION	57h00	1.00	6.00
D-E04-4611	UCE 1 EXPORTATION & GEST PROJET NUM	45h00	1.00	5.00
D-E04-4595	UCE 2 OENOTOURISME (ACTEURS, TERROIRS, TERRITOIRES)	12h00	1.00	1.00

Parcours Master M2OENOTOU - M2 COMMERCE INTERNATIONAL DU VIN ET OENOTOURISME (CIVOE) - Semestre 2

Responsable : Anne-luce Coulomb

Code	Enseignements et Unités d'enseignements	Volume H.	Coefficient	ECTS
D-U04-4581	UE 16 STAGE		1.00	30.00

M1 COMMERCE INTERNATIONAL DU VIN ET OENOTOURISME

Responsable : Gersende Paulet

Parcours Master M1OENOTOU - M1 COMMERCE INTERNATIONAL DU VIN ET OENOTOURISME (CIVOE) - Semestre 1

Code	Enseignements et Unités d'enseignements	Volume H.	Coefficient	ECTS
D-U04-4551	UE 1 ECONOMIE	36h00	1.00	4.00
D-E04-4551	UCE 1 COMMERCE INTERNATIONAL 1	18h00	1.00	2.00
D-E04-4552	UCE 2 ECONOMIE MANAGERIALE	18h00	1.00	2.00
D-U04-4552	UE 2 MANAGEMENT	54h00	1.00	6.00
D-E04-4553	UCE 1 MARKETING ET E-MARKETING	18h00	1.00	2.00
D-E04-4554	UCE 2 FINANCE - COMPTABILITE - CONTROLE DE GESTION	18h00	1.00	2.00

Code	Enseignements et Unités d'enseignements	Volume H.	Coefficient	ECTS
D-E04-4555	UCE 3 ANALYSE SECTORIELLE ET STRATEGIES D'ENTREPRISE	18h00	1.00	2.00
D-U04-4553	UE 3 PROFESSIONNALISATION	36h00	1.00	4.00
D-E04-4556	UCE 1 BUSINESS PLAN	18h00	1.00	2.00
D-E04-4557	UCE 2 INSERTION PROFESSIONNELLE ET PREPARATION DU STAGE	18h00	1.00	2.00
D-U04-4554	UE 4 LANGUES, COMMUNICATION ET INTERCULTURALITE	72h00	1.00	6.00
D-E04-4566	UCE 1 ANGLAIS DE LA COMMUNICATION ET DE SPECIALITE	36h00	1.00	3.00
D-E04-4559	UCE 2 LANGUE APPROCHE INTERCULTURELLE ALLEMAND	36h00	1.00	3.00
D-E04-4560	UCE 3 LANGUE APPROCHE INTERCULTURELLE ITALIEN	36h00	1.00	3.00
D-E04-4561	UCE 4 LANGUE APPROCHE INTERCULTURELLE ESPAGNOL	36h00	1.00	3.00
D-E04-4562	UCE 5 FLE	36h00	1.00	3.00
D-U04-4611	UE 5 MANAGEMENT DE LA CHAINE LOGISTIQUE	24h00	1.00	3.00
D-E04-4563	UCE 1 MANAGEMENT DE LA CHAINE LOGISTIQUE 1	24h00	1.00	3.00
D-U04-4591	UE 7 ENVIRONNEMENT TOURISTIQUE	33h00	1.00	3.00
D-U04-4612	UE 10 FILIERE VITI-VINICOLE	66h00	1.00	4.00
D-E04-4601	UCE 1 TECHNIQUES VV, STRUCT & POSITION DE LA FILIERE	33h00	1.00	2.00
D-E04-4602	UCE 2 MANAGEMENT INTERCULTUREL ET COMMERCIALISATION	33h00	1.00	2.00

Parcours Master M1OENOTOU - M1 COMMERCE INTERNATIONAL DU VIN ET OENOTOURISME (CIVOE) - Semestre 2

Code	Enseignements et Unités d'enseignements	Volume H.	Coefficient	ECTS
D-U04-4561	UE 15 STAGE M1		1.00	30.00

DETAILS DES ENSEIGNEMENTS



D-U04-4571 - UE 1 GEOPOLITIQUE ET ECONOMIE MONDIALE

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
4.00	1.00	-	36h00	Semestre 1

Objectifs
**Description**
**Travail attendu**
**Modalités de contrôle des connaissances**
**Prérequis**
**Compétences acquises**
**Références bibliographiques et ressources numériques**


D-E04-4571 - UCE 1 GEOPOLITIQUE

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
2.00	1.00	-	18h00 - CM : 18h00	Semestre 1

Objectifs**Description****Travail attendu****Modalités de contrôle des connaissances****Prérequis****Compétences acquises****Références bibliographiques et ressources numériques**

D-E04-4572 - UCE 2 COMMERCE INTERNATIONAL 2

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
2.00	1.00	OLIVIER BAUDRY	18h00 - CM : 18h00	Semestre 1

Objectifs

Ce cours vise à donner aux étudiants des connaissances suffisantes pour identifier et comprendre les spécificités d'une opération de commerce international, dialoguer avec des spécialistes dans des domaines très variés : droit du commerce international, transport et logistique, spécialistes de finances internationales.

Au niveau M2, il s'agit aussi de vérifier et d'approfondir les connaissances théoriques, méthodologiques et techniques acquises par les étudiants en M1.

Description

La tarification en transport
 La gestion des opérations douanières
 La gestion des risques financiers à l'international
 Les techniques de paiement et de financements internationaux

Travail attendu

Assiduité très fortement recommandée pour la compréhension des notions et l'acquisition du vocabulaire.
 Travail à la maison indispensable pour une bonne compréhension des notions, l'acquisition du vocabulaire et des techniques.

Modalités de contrôle des connaissances

Contrôle terminal sous la forme de travail individuel écrit.

Prérequis

Le contenu de l'enseignement de commerce international de M1 doit être acquis.
 Aucun pré-requis n'est exigé pour comprendre et progresser dans ce cours, mais une grande souplesse d'esprit est exigée en raison de son caractère pluri-disciplinaire.

Compétences acquises

- ? Avantages et contraintes des différents modes de transport
- ? Organisation des expéditions selon les modes de transport
- ? Rôle et responsabilités des auxiliaires de transport
- ? Principes de tarification du fret international et des opérations annexes
- ? Critères et méthodes de choix d'une solution de transport
- ? Incidences fiscales des opérations intracommunautaires
- ? Mécanisme de la TVA et de la TVA intracommunautaire, obligations déclaratives et documentaires
- ? Organisation du dédouanement (service douane ou prestataire)
- ? Procédures de dédouanement (incidences du choix de procédures, déroulement des procédures de droit commun et principe de fonctionnement des procédures simplifiées)
- ? Régimes douaniers (identification du régime douanier adapté à l'opération)
- ? Évaluation de la dette douanière et paiement
- ? Typologie des risques des opérations internationales (non paiement, de change, de transport, de non conformité, interruption de marchés).

- ? Pour chacun des risques identifiés :
 - évaluation des risques,
 - méthodes de prévention,
 - techniques de couverture,
 - conséquences et incidences pour l'entreprise.
- ? Typologie des différents instruments de paiement
- ? Critères de choix d'un instrument de paiement
- ? Techniques de paiement à l'international
- ? Conditions de mise en ?uvre et incidences sur la rentabilité et la sécurité de l'opération
- ? Besoins de financement liés aux opérations internationales
- ? Calculs financiers (intérêts simples)
- ? Instruments de financement à court terme (en particulier escompte et mobilisation de créances)

Références bibliographiques et ressources numériques

- ? BORONAD V. et Al : Commerce international : techniques et management des opérations, BREAL.
- ? DECHAUME J. et VENTURELLI W. : Gestion des procédures Douanières, LE GENIE DES GLACIERS.
- ? CHEVALIER D et DUPHIL F. : Le transport, FOUCHER.
- ? VENTURELLI N. et MIANI P. : Transport logistique, LE GENIE DES GLACIERS.
- ? BARELIER A. et Al, Exporter : pratique du commerce international, FOUCHER.
- ? BORONAD V. et Al, Commerce international : Techniques et management des opérations, BREAL.
- ? LEGRAND G. et MARTINI H. : Management des opérations de commerce international, DUNOD.
- ? MONOD D.P. : Moyens et techniques de paiement internationaux, ESKA.
- ? MEMO?GUIDE : Les moyens de paiement, Le MOCI.
- ? MEMO?GUIDE : Les sécurités de paiement, Le MOCI.
- ? CFCE : EXPORTER, Foucher
- ? Le MOCI <http://www.lemoci.com/>
- ? ClassEXPORT <http://www.classe-export.com/>
- ? <http://export.businessfrance.fr/default.html>
- ? <http://www.douane.gouv.fr>

D-U04-4572 - UE 2 MARKETING & RH

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
6.00	1.00	-	54h00	Semestre 1

Objectifs
**Description**
**Travail attendu**
**Modalités de contrôle des connaissances**
**Prérequis**
**Compétences acquises**
**Références bibliographiques et ressources numériques**


D-E04-4573 - UCE 1 MARKETING INTERCULTUREL

Crédits ECTS 2.00	Coefficients 1.00	Enseignant-e responsable LAURENT DUCAU	Volume horaire 18h00 - CM : 12h00 TDI : 06h00	Période Semestre 1
-----------------------------	-----------------------------	--	---	------------------------------

Objectifs
**Description**
**Travail attendu**
**Modalités de contrôle des connaissances**
**Prérequis**
**Compétences acquises**
**Références bibliographiques et ressources numériques**


D-E04-4574 - UCE 2 VEILLE SECTORIELLE

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
2.00	1.00	JIMMY MERLET	18h00 - CM : 09h00 TDI : 09h00	Semestre 1

Objectifs
 Maîtriser une série de concepts fondamentaux de la BI liés aux organisations et à leur environnement

Identifier les différentes structures, modèles et dynamiques des organisations

Analyser et diagnostiquer le contexte, les problèmes et les résultats d'une organisation

Prendre en compte l'impact de l'informatique et des changements structurels sur la gestion.

Acquérir une vue d'ensemble d'une organisation et des organisations

Permettre de relier les pratiques et outils organisationnels à un cadre conceptuel

Description
 Ce cours explique et illustre ce que l'on appelle la Business Intelligence (BI) et ses interactions avec les questions de gestion interne et externe (connaissance de la concurrence, compétences et technologie). La BI est un ensemble d'approches et de modèles divers.

Travail attendu
 Travail personnel et de groupe

Modalités de contrôle des connaissances

Prérequis

Compétences acquises
 Capacité à s'appuyer sur des concepts théoriques pour mieux cerner l'influence de l'environnement dans lequel l'entreprise va évoluer

Références bibliographiques et ressources numériques
 Alice, G., & Moinet, N. (2016). Intelligence économique, S'informer, se protéger, influencer. éd. Pearson France.

Jakobiak, François. L'intelligence économique : la comprendre, l'implanter, l'utiliser. Les Editions d'Organisation, Paris, 2006

Rouleau, L. (2011). Théories des organisations: approches classiques, contemporaines et de l'avant-garde. Puq.

D-E04-4575 - UCE 3 RESSOURCES HUMAINES

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
2.00	1.00	AGNES PARADAS	18h00 - CM : 18h00	Semestre 1

Objectifs
 L'objectif principal de cet enseignement est d'approfondir les savoirs en GRH, de développer l'analyse critique et de proposer des cas et situations de GRH proches des spécialités des étudiants.

Description
 Les enseignements mobilisent divers supports, films, textes, éléments de cours, et traitent de thèmes variés, qui peuvent être évolutifs en fonction des attentes ou demandes des étudiants : gestion des expatriés, recrutement, RSE, harcèlement, formation, rémunération, etc.

Travail attendu
 Lors des cours, et de travaux de groupe en présentiel, une participation active est attendue.

Modalités de contrôle des connaissances
 Un dossier de groupe est rendu, sur un thème choisi dans une liste qui est proposée. Il demande de mobiliser des ressources théoriques et pratiques. La note intègre également la participation lors des cours.

Prérequis
 Connaissances fondamentales en RH. Toutefois, si nécessaire, des rappels sont faits en cours.

Compétences acquises
 Savoirs : approfondissement des connaissances en GRH sur des domaines et spécialités particuliers.
 Savoir-faire : capacité analyse et synthèse, utilisation de ressources théoriques.
 Savoir-être : prise de recul, approche critique, travail en groupe.

Références bibliographiques et ressources numériques
 Site académique de référence de la discipline en France, l'AGRH (actes de congrès) plus autres ressources comme IAS, AIREPME, RIODD, ADERSE ... Ouvrages fondamentaux de GRH, par exemple : Peretti Jean Marie Gestion des Ressources Humaines (nombreuses versions)

D-U04-4573 - UE 3 ANGLAIS CIVILISATION DE LA SPECIALITE

Crédits ECTS 4.00	Coefficients 1.00	Enseignant-e responsable CATHERINE CORVISY	Volume horaire 36h00 - CM : 24h00 TDI : 12h00	Période Semestre 1
-----------------------------	-----------------------------	--	---	------------------------------

Objectifs
**Description**
**Travail attendu**
**Modalités de contrôle des connaissances**
**Prérequis**
**Compétences acquises**
**Références bibliographiques et ressources numériques**


D-U04-4574 - UE 4 LANGUE CIVILISATION

Crédits ECTS 2.00	Coefficients 1.00	Enseignant-e responsable -	Volume horaire 36h00	Période Semestre 1
-----------------------------	-----------------------------	--------------------------------------	--------------------------------	------------------------------

Objectifs
**Description**
**Travail attendu**
**Modalités de contrôle des
connaissances**
**Prérequis**
**Compétences acquises**
**Références bibliographiques et
ressources numériques**


D-E04-4576 - UCE 1 LANGUE CIVILISATION ALLEMAND

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
2.00	1.00	FABIENNE TOBLER	36h00 - CM : 36h00	Semestre 1

Objectifs
 — Enrichissement de la culture générale sur l'Allemagne contemporaine, connaissance des évolutions économiques et politiques actuelles, approfondissement lexical thématique, travail sur l'expression orale et écrite.

Description
 — travail diversifié à partir de supports écrits, vidéos, Internet sur les thématiques suivantes:

- > Vie politique allemande, structures et institutions, actualité (élections,?)
- > Vie économique, travail et emploi (types de management)
- > Tourisme en Allemagne et dans les pays germanophones
- > Emigration / Immigration, flux migratoires en Europe
- > Management interculturel
- > Marketing et publicité
- > Femmes dans la société et le monde du travail
- > Médias en RFA
- > Régions viticoles allemandes, habitudes de consommation, spécificités

Travail attendu
 — -> Présentations orales (revue de presse hebdomadaire, présentations sur les thèmes proposés)
 -> Lecture de textes et commentaire de données (statistiques, graphiques)
 -> Exercices et applications Internet

Modalités de contrôle des connaissances
 — -> Revues de presse orales : 30 %
 -> Présentations (support Powerpoint, documentation écrite) : 40 %
 -> DS 1h30, écrit. Commentaire d'un document portant sur un des thèmes traités durant le semestre : 30 %

Prérequis
 — Niveau B1 ? B2 (Référentiel européen des langues)

Compétences acquises
 —

Références bibliographiques et ressources numériques
 —

D-E04-4577 - UCE 2 LANGUE CIVILISATION ITALIEN

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
2.00	1.00	MARGHERITA MARRAS-DUPRE	36h00 - CM : 36h00	Semestre 1

Objectifs
 Permettre aux étudiants de sélectionner, d'utiliser et de mobiliser à bon escient leurs acquis et connaissances linguistiques, sociétales, anthropologiques et économiques concernant l'Italie contemporaine dans les domaines de la pratique commerciale et du tourisme.

Description
 Le cours est organisé sur 12 séances de 3h chacune dont la plupart se tiennent en présence. S'agissant d'un cours flex'hybrid, les étudiants doivent proposer et réaliser un projet (cfr. Travail attendu), conçu et intégré dans l'un ces trois macro-secteurs : commerce international, tourisme, commercialisation des vins et ?notourisme. Ils sont censés identifier et motiver leurs critères de choix et de budget, mener une prospection/étude de marché détaillée et développer une analyse et une communication marketing cohérentes par rapport aux besoins des clients cibles.

Les étudiants travaillent en groupe (de 4 au maximum). Ils sont accompagnés dans le choix du cadre. Ils ont la possibilité de situer leur projet et de simuler son application en Italie ou, s'ils le souhaitent, en France ou dans un autre pays étranger. Si cette dernière solution est envisagée, les demandeurs/acheteurs/vendeurs etc. doivent être impérativement des Italiens.

Les étudiants sont constamment accompagnés dans la problématisation du sujet choisi et dans la mobilisation des concepts à utiliser dans leur analyse, mais aussi dans l'élaboration du scénario de la vidéo, étapes validées à chaque fois par l'enseignant.

La dernière séance est consacrée au débriefing du cours et aux perspectives professionnelles.

Travail attendu
 Réalisation d'un dossier et d'une vidéo (de 15/20 mn) de promotion d'un produit, d'un bien ou d'un service, permettant d'évaluer la capacité des étudiants à transformer les connaissances civilisationnelles acquises en compétences dans les domaines du commerce, du tourisme et du marketing.

Modalités de contrôle des connaissances
 Trois épreuves: Dossier 25% ; Présentation du projet 25% ; Vidéo 50%

Prérequis
 Italien niveau B2/C1
 Posséder une bonne connaissance des faits de civilisation, notamment socio-économique, de l'Italie contemporaine

Compétences acquises
 Comprendre, et réagir en conséquence, à des comportements, des sensibilités et des modes de pensée d'une autre culture dans des situations de communication (commerce et tourisme).

Maîtriser la langue italienne du tourisme et des affaires et disposer d'une capacité d'initiative et d'autonomie opératoire dans un contexte international et dans le management interculturel

Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources dans les domaines du tourisme et du commerce pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation

**Références bibliographiques et
ressources numériques**



D-E04-4578 - UCE 3 LANGUE CIVILISATION ESPAGNOL

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
2.00	1.00	MAGALI DUMOUSSEAU- LESQUER	36h00 - CM : 36h00	Semestre 1

Objectifs

- Amérique Latine :

Connaître et comprendre la situation socioéconomique et politique actuelle de l'Amérique latine.
Appréhender les marchés commerciaux et touristiques d'Amérique latine.
Apprentissage du castillan appliqué au commerce et au tourisme.
Analyser et commenter des documents relatifs à la situation socioéconomique et politique actuelle de l'Amérique latine ainsi que de ses marchés commerciaux et touristiques.
Comprendre un cours magistral en espagnol, prendre des notes et rédiger en espagnol.
Réfléchir autour d'un thème lié à l'histoire sociale, économique et politique contemporaine d'Amérique latine.
Approfondir par des recherches personnelles les thématiques abordées en cours.

- Espagne:

Connaître et comprendre la situation socioéconomique et politique actuelle de l'Espagne.
Appréhender les marchés commerciaux, touristiques et du vin de l'Espagne actuelle.
Apprentissage du castillan appliqué au commerce, au tourisme et au commerce du vin.
Analyser et commenter des documents relatifs à la situation socioéconomique et politique actuelle de l'Espagne et des marchés commerciaux, touristiques et du vin de l'Espagne actuelle.
Comprendre un cours magistral en espagnol, prendre des notes et rédiger en espagnol.
Réfléchir autour d'un thème lié à l'histoire sociale, économique et politique contemporaine espagnole.
Approfondir par des recherches personnelles les thématiques abordées en cours.

Description

- Amérique Latine : Ces cours sont consacrés à l'évolution de la situation socioéconomique et politique de l'Amérique latine durant l'année en cours. Nous abordons, entre autre, l'importance du secteur touristique, des remesas, des phénomènes migratoires et des échanges économiques avec les États-Unis pour les pays latino-américains ainsi que les évolutions récentes du rapport des appareils de production nationaux à l'écologie (agroalimentaire, tourisme...)

- Espagne : Ces cours sont consacrés à l'évolution de la situation socioéconomique et politique de l'Espagne durant l'année en cours, au secteur de la construction, pilier de l'économie espagnole, appliqué à la grande distribution au secteur du tourisme et à celui du vin, aux échanges portuaires (marchandises, vin, tourisme) au sein des grands ports espagnols, à l'écologie appliquée à la grande distribution au

secteur du tourisme et à celui du vin, etc.

Travail attendu

-Amérique Latine:
Lecture ou écoute hebdomadaire des médias latino-américains
Apprentissage d'un vocabulaire spécifique.
Présentation d'une revue de presse hebdomadaire.

-Espagne:
Lecture hebdomadaire de la presse espagnole.
Apprentissage d'un vocabulaire spécifique.
Présentation d'une revue de presse hebdomadaire.

Modalités de contrôle des connaissances

Enseignements évalués en contrôle continu: 1 partiel écrit de 2h00 concernant l'Amérique Latine + 1 partiel écrit de 2h00 concernant l'Espagne.

-Amérique Latine: rédaction sur une question de cours ou commentaire de document, rédigés en espagnol.

-Espagne : rédaction sur une question de cours ou commentaire de document, rédigés en espagnol.

Prérequis

Langue d'enseignement : espagnol, niveau B2+ / C1 nécessaire

Compétences acquises

Comprendre les faits de civilisation qui ont marqué l'évolution des pays des langues maîtrisées.
Connaître, reconnaître et comprendre les idiosyncrasies culturelles qui marquent les sociétés.
Posséder une bonne connaissance des faits de civilisation, notamment socio-économique, des pays des langues étudiées.
Comprendre, et réagir en conséquence, à des comportements, des sensibilités et des modes de pensée d'une autre culture dans des situations de communication, d'organisation ou de décision.
Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation.
Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation.
Développer une argumentation avec esprit critique.

Références bibliographiques et ressources numériques

Amérique Latine :

Journaux consultables en ligne :

- Rep. Dominicaine : Hoy, <https://hoy.com.do/> , Listin diario, <https://listindiario.com/> , Acento : <https://acento.com.do/> , El dinero, <https://eldinero.com.do/>
- Cuba : Granma, <http://www.granma.cu/> , 14 y medio, <https://www.14ymedio.com/>
- Venezuela : El Nacional, <https://www.elnacional.com/> , El Universal, <https://www.eluniversal.com/>
- Colombie : El Tiempo, <https://www.eltiempo.com/> , El Espectador <https://www.elespectador.com/> , El Nuevo - Siglo, <https://www.elnuevosiglo.com.co/> , La República, <https://www.larepublica.co/>

- Mexique : El Sol de México, <https://www.elsoldemexico.com.mx/>, El Economista, <https://www.eleconomista.com.mx/> la jornada, <https://www.jornada.com.mx/>

- Argentine : Clarín, <https://www.clarin.com/>, La Nación, <https://www.lanacion.com.ar/>, La Prensa, <http://www.laprensa.com.ar/> ?

Médias latinoaméricains d'actualité : globovisión, Tves, CDN, telesur, RCN, CMTV, CMI, Azteca 1, ADN 40, Azteca 7, A24...

Olivier Dabène, L'Amérique latine à l'époque contemporaine. Paris : Armand Colin, 2020.

Alain Rouquié, Amérique latine : introduction à l'extrême occident. Paris : Seuil, 1998.

Espagne :

Bartolomé Bennassar, Bernard Bessière : Espagne, Histoire, Société, Culture, Ed. La Découverte, 2017.

Journaux espagnols consultables en ligne : El País, El Mundo, El Español, La Vanguardia...

D-E04-4579 - UCE 4 FLE

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
2.00	1.00	MARIANNE BEAUVICHE	36h00 - CM : 36h00	Semestre 1

Objectifs

Développer des compétences langagières dans le contexte socio-professionnel, adaptées au destinataire/interlocuteur; s'exprimer de façon fluide et articulée; exprimer ses idées et opinions avec précision; comprendre des articles spécialisés en relation avec son domaine professionnel; présenter une description ou une argumentation claire et fluide sur des sujets en lien avec son domaine professionnel; rédiger des lettres/courriels commerciaux; ou des rapports ou exposés avec une construction claire; résumer et critiquer un article

Description

A la fois axés sur les compétences linguistiques (vocabulaire, grammaire, orthographe, style, codes) et les thématiques liées au M2: la lettre/courriel commercial(e)/professionnel(le); la communication tél; la posture (communication non-verbale); le lexique lié aux différentes formes du tourisme; le tourisme en période de covid; les offres de voyage tournées vers l'avenir; la gestion du tourisme de masse; l'uberisation du tourisme (enjeux & problématiques)

Travail attendu

lecture & écoute des documents qui seront transmis pour une analyse et réflexion avec prise de parole en classe, prise de notes, exposés à réaliser en binômes (travail de rédaction et présentation orale)

Modalités de contrôle des connaissances

contrôle continu et final / en continu : exposé à réaliser en binôme à partir de thématiques proposées (avec grille de critères d'évaluation) / final : production écrite (QCM et texte argumentatif)

Prérequis

niveau B2

Compétences acquises

acquérir le niveau de compétences linguistiques en français oral/écrit C1/C2 du CECR _ ce qui correspond à un niveau d'autonomie et de maîtrise du français en Compréhension et Production Orale/écrite

Références bibliographiques et ressources numériques

Martin PARR, photographe social (avec un regard particulier sur le tourisme de masse)
 Jean urbain, anthropologue sur l'histoire du tourisme,
 France Inter, RFI_podcasts
 agence web Abime concept
 France tourisme lab
 ..et d'autres références qui viendront s'ajouter encore.

D-U04-4624 - UE 9 GESTION DE LA FILIERE ET REGLEMENTATION

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
8.00	1.00	ANNE-LUCE COULOMB	69h00 - CM : 27h00 TDI : 42h00	Semestre 1

Objectifs

Approfondissement des enseignements de première année en terme de management des entreprises et des produits viti-vinicoles.
 Appréhender la gestion des entreprises vitivinicoles dans leur grande diversité d'organisation et de fonctionnement.
 Appréhender les attentes des entreprises et les compétences à acquérir en fonction du poste sur lequel l'étudiant pourrait être recruté.
 Etre capable d'établir un prix de mise sur le marché
 Appréhender le droit des contrats internationaux et de la propriété intellectuelle. Connaître l'application de la réglementation des échanges et de l'étiquetage

Description

Les enseignements de cette UE reposent sur les interventions de professionnels du vin.
 Ils se décomposent en trois volets :
 Le premier amène les étudiants sur la base de la comptabilité de l'entreprise et sur l'étude de cas, à définir les coûts dans l'entreprise, à prendre en compte ces derniers dans la constitution du prix à la bouteille et à déterminer le financement des investissements.
 Le second repose sur des mises en situation en lien avec les métiers pour lesquels les étudiants pourraient être recrutés : chef de zone, responsable marketing, ...
 Le dernier concerne le droit avec notamment : Droit des contrats internationaux, propriété intellectuelle, droit de la distribution, droit de la concurrence, étiquetage.

Travail attendu

Ces enseignements reposent sur la participation active des étudiants à l'occasion des études de cas et des exercices

Modalités de contrôle des connaissances

Ecrits

Prérequis

Ensemble des connaissances acquises en Master 1

Compétences acquises

Comprendre la comptabilité, la formation des coûts et des prix
 Connaître les métiers du commerce du vin et les attentes des entreprises
 Connaître le droit spécifique au commerce et au vin (étiquetage)

Références bibliographiques et ressources numériques

Droit de la vigne et du vin: Aspects juridiques du marché vitivinicole J-M Bahans
 Site internet des la DGCCRF
 Daniel Kahneman : étude sur les biais cognitifs (système1/ système 2).
 Nassim Nicholas Taleb : Le hasard sauvage : Comment la chance nous trompe
 67 skills professionnels

D-U04-4622 - UE 10 COMMERCIALISATION

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
6.00	1.00	-	57h00	Semestre 1

Objectifs
**Description**
**Travail attendu**
**Modalités de contrôle des
connaissances**
**Prérequis**
**Compétences acquises**
**Références bibliographiques et
ressources numériques**


D-E04-4611 - UCE 1 EXPORTATION & GEST PROJET NUM

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
5.00	1.00	ANNE-LUCE COULOMB	45h00 - TDI : 45h00	Semestre 1

Objectifs
 Connaître le fonctionnement, les exigences et les contraintes des divers canaux de distribution.

Savoir négocier avec ces interlocuteurs.

Savoir mener une dégustation professionnelle

Acquérir les techniques de commercialisation à l'international

Connaître les exigences de communication e-commerce

Description
 Ces interventions professionnelles portent sur deux volets.

Le premier est une mise en situation dans le cadre de la négociation commerciale spécifique au vin : techniques de négociation sur différents marchés, présentation professionnelle du produits et de l'entreprise, négociation des prix.

La seconde se réalise en salle informatique et constitue une mise en situation dans le cadre de la e-communication.

Travail attendu
 Ces enseignements reposent sur la participation active des étudiants à l'occasion des différentes mises en situation

Modalités de contrôle des connaissances
 Ecrits et oraux

Prérequis
 Ensemble des connaissances acquises en Master 1

Compétences acquises
 Maîtriser la négociation commerciale dans le cas d'un produit spécifique : le vin
 Connaître les prérequis pour mener une campagne de e-commerce

Références bibliographiques et ressources numériques

D-E04-4595 - UCE 2 OENOTOURISME (ACTEURS, TERROIRS, TERRITOIRES)

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
1.00	1.00	ANNE-LUCE COULOMB	12h00 - CM : 06h00 TDI : 06h00	Semestre 1

Objectifs

Poursuite de l'initiation à l'œnotourisme amorcée en Master 1, ouverture sur les démarches stratégiques entrepreneuriales et celles des collectifs d'acteurs au sein des territoires viticoles.

Dans la mesure où cet enseignement est commun à deux parcours, objectifs réciproques d'ouverture sur la dimension touristique pour les étudiant(e)s du parcours « Commerce international du vin et œnotourisme », et d'ouverture sur ce segment spécifique du tourisme qu'est l'œnotourisme (et plus généralement sur le secteur viti-vinicole) pour les étudiant(e)s du parcours « E-tourisme et management de projet touristique »

Description

Les enseignements sont divisés en deux séquences complémentaires, comportant chacune une séance de cours et une séance de TP. La première présente la diversité des démarches des entreprises œnotouristiques (notamment celles des exploitations viti-vinicoles), et la manière dont elles articulent l'œnotourisme avec leurs autres activités (notamment les activités productives). Les clés d'analyse qui sont proposées aux étudiant(e)s leur permettent de réaliser en groupe (3-4 étudiant(e)s) une recherche sur le dispositif œnotouristique d'une entreprise de leur choix, qu'ils présentent ensuite à l'ensemble de la promotion, laquelle partage ainsi une large gamme d'expériences différentes.

La deuxième séquence procède exactement de la même manière, mais en s'intéressant à une autre échelle, celle des territoires : les clés d'analyses concernent ici des démarches de nature collective, qui mobilisent des acteurs multiples. L'accent est mis sur la compréhension du jeu des acteurs, sur l'articulation entre politiques publiques et stratégies économiques (collectives ou individuelles), au poids des démarches de communication? Là encore, les présentations croisées permettent de prendre conscience de la diversité des dispositifs mis en œuvre (événementiel, foires, routes des vins etc.), et des formes mêmes de l'insertion territoriale de l'œnotourisme selon les pays considérés (opposition entre « monoculture œnotouristique » et territoires à l'offre touristique diversifiée).

Travail attendu

Réalisation de recherches en groupe sur la mise en œuvre de démarches œnotouristiques, d'une part par une entreprise ou une exploitation agricole, d'autre part à l'échelle d'un territoire. Présentation orale en groupe des recherches effectuées.

Modalités de contrôle des connaissances

Deux oraux sur dossier en groupe de 20 minutes chacun

Prérequis

Ensemble des connaissances acquises en Master 1 (filières tourisme, œnotourisme ou commerce international du vin)

Compétences acquises

Compréhension des enjeux des démarches œnotouristiques pour les

— exploitations et pour les territoires et capacité à les analyser.

**Références bibliographiques et
ressources numériques**

-
- Carlsen J., Charters S., 2006. Global Wine Tourism. Research, Management and Marketing, Cabi Publishing, online: <http://library.nuft.edu.ua/ebook/file/Carlsenurism.pdf>
- Resnik E., 2014. Guide pratique de l'oenotourisme, Dunod
- Lignon-Darmagnac S., 2009. L'oenotourisme en France, nouvelle valorisation des vignobles - Analyse et bilan, Féret ed.
- Lignon-Darmaillac S., 2014. « L'œnotourisme, redécouverte des valeurs patrimoniales des vignobles historiques, développement des vignobles du nouveau-monde », Cultiv (Revista de Cultura e Turismo), Vin, Patrimoine, Tourisme et développement: convergence pour le débat et le développement des vignobles du monde, 8 (3).
- Sigala M., Robinson R., 2019. Wine Tourism Destination Management and Marketing. Theory and Cases, Springer. [online: <https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-030-00437-8>]

D-U04-4581 - UE 16 STAGE

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
30.00	1.00	-	-	Semestre 2

Objectifs
**Description**
**Travail attendu**
**Modalités de contrôle des connaissances**
**Prérequis**
**Compétences acquises**
**Références bibliographiques et ressources numériques**


D-U04-4551 - UE 1 ECONOMIE

Crédits ECTS 4.00	Coefficients 1.00	Enseignant-e responsable -	Volume horaire 36h00	Période Semestre 1
-----------------------------	-----------------------------	--------------------------------------	--------------------------------	------------------------------

Objectifs
**Description**
**Travail attendu**
**Modalités de contrôle des
connaissances**
**Prérequis**
**Compétences acquises**
**Références bibliographiques et
ressources numériques**


D-E04-4551 - UCE 1 COMMERCE INTERNATIONAL 1

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
2.00	1.00	OLIVIER BAUDRY	18h00 - CM : 18h00	Semestre 1

Objectifs

L'objectif de ce cours est de maîtriser les aspects techniques du commerce international et de permettre à l'étudiant de comprendre l'importance et la complexité des missions export et import dans l'entreprise en lui présentant la logique des opérations commerciales internationales dans leur continuité : de la prospection commerciale internationale au recouvrement des créances en passant par la gestion logistique (transport, emballage, assurance transport, douanes), la gestion des risques, des paiements et des financements internationaux. Montrer que la réussite de ces actions exige une certaine rigueur et passe par un choix pertinent des outils et techniques correspondant à chaque situation.

Description

Approche des marchés étrangers
 Les incoterms 2020 et l'offre à l'export
 Les transports internationaux :

Travail attendu

Assiduité très fortement recommandée pour la compréhension des notions et l'acquisition du vocabulaire.
 Travail à la maison indispensable pour une bonne compréhension des notions, l'acquisition du vocabulaire et des techniques.

Modalités de contrôle des connaissances

Contrôle terminal sous forme de travail individuel écrit.

Prérequis

Aucun pré-requis n'est exigé pour comprendre et progresser dans ce cours, mais une grande souplesse d'esprit est exigée en raison de son caractère pluri-disciplinaire.

Compétences acquises

- ? Composantes d'un marché en termes d'offre : notion de concurrence directe et de concurrence élargie, situations concurrentielles
- ? Composantes d'un marché en termes de demande (analyse de la demande, différents clients, processus d'achat et comportements d'achats)
- ? Identification des circuits et des réseaux de distribution (formes de distribution finale et inter médiaire)
- ? Différents environnements d'un marché
- ? Outils et méthodes de veille (dont étalonnage ou benchmarking)
- ? Sources d'informations spécifiques à l'international
- ? Veille concurrentielle, commerciale, économique, technologique, juridique et réglementaire
- ? Système d'information marketing (SIM) : définition, utilité, composantes
- ? Spécificités des études internationales
- ? Contenu d'un cahier des charges
- ? Contenu d'une étude pays et méthodologie d'une étude pays
- ? Risques pays (politiques et commerciaux)
- ? Finalités du diagnostic externe, bilan menaces/opportunités

- ? Tableau de synthèse des diagnostics interne et externe (grille Forces/Faiblesses/Opportunités Menaces ou SWOT)
- ? Processus et stratégies de développement à l'international
- ? Critères de sélection de marchés
- ? Matrice de sélection de marchés
- ? Dispositifs d'appui au développement international des entreprises
- ? Rôle et enjeux
- ? Typologie des incoterms
- ? Démarche d'analyse de la demande et de l'offre
- ? Présentation de l'offre (contenu de l'offre et présentation matérielle, proforma)
- ? Conditions générales de vente /d'achat, clauses usuelles d'un contrat de vente internationale
- ? Garanties d'exécution du contrat
- ? Convention de Vienne
- ? Avantages et contraintes des différents modes de transport
- ? Organisation des expéditions selon les modes de transport
- ? Rôle et responsabilités des auxiliaires de transport
- ? Principes de tarification du fret international et des opérations annexes
- ? Critères et méthodes de choix d'une solution de transport
- ? Conventions internationales de transport
- ? Contrat de transport
- ? Responsabilité du transporteur

Références bibliographiques et ressources numériques

- ? BORONAD V. et Al : Commerce international : techniques et management des opérations, BREAL.
- ? DECHAUME J. et VENTURELLI W. : Gestion des procédures Douanières, LE GENIE DES GLACIERS.
- ? CHEVALIER D et DUPHIL F. : Le transport, FOUCHER.
- ? VENTURELLI N. et MIANI P. : Transport logistique, LE GENIE DES GLACIERS.
- ? BARELIER A. et Al, Exporter : pratique du commerce international, FOUCHER.
- ? BORONAD V. et Al, Commerce international : Techniques et management des opérations, BREAL.
- ? LEGRAND G. et MARTINI H. : Management des opérations de commerce international, DUNOD.
- ? MONOD D.P. : Moyens et techniques de paiement internationaux, ESKA.
- ? MEMO?GUIDE : Les moyens de paiement, Le MOCI.
- ? MEMO?GUIDE : Les sécurités de paiement, Le MOCI.
- ? CFCE : EXPORTER, Foucher
- ? Le MOCI <http://www.lemoci.com/>
- ? ClassEXPORT <http://www.classe-export.com/>
- ? <http://export.businessfrance.fr/default.html>
- ? <http://www.douane.gouv.fr>

D-E04-4552 - UCE 2 ECONOMIE MANAGERIALE

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
2.00	1.00	JEROME JOUBERT	18h00 - CM : 18h00	Semestre 1

Objectifs Comprendre les principes fondamentaux de l'analyse économique du comportement des entreprises .

Description la demande et l'élasticité
les coûts de production
le comportement de l'entreprise en concurrence
le monopole et le duopole

Travail attendu

Modalités de contrôle des connaissances Un test final et un ensemble de travaux sur l'ENT

Prérequis Aucun

Compétences acquises Compréhension des choix stratégiques des entreprises selon leur environnement

Références bibliographiques et ressources numériques Tous les documents sont sur l'ENT du cours

D-U04-4552 - UE 2 MANAGEMENT

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
6.00	1.00	-	54h00	Semestre 1

Objectifs
**Description**
**Travail attendu**
**Modalités de contrôle des
connaissances**
**Prérequis**
**Compétences acquises**
**Références bibliographiques et
ressources numériques**


D-E04-4553 - UCE 1 MARKETING ET E-MARKETING

Crédits ECTS 2.00	Coefficients 1.00	Enseignant-e responsable LAURENT DUCAU	Volume horaire 18h00 - CM : 18h00	Période Semestre 1
-----------------------------	-----------------------------	--	---	------------------------------

Objectifs
**Description**
**Travail attendu**
**Modalités de contrôle des connaissances**
**Prérequis**
**Compétences acquises**
**Références bibliographiques et ressources numériques**


D-E04-4554 - UCE 2 FINANCE - COMPTABILITE - CONTROLE DE GESTION

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
2.00	1.00	-	18h00 - CM : 09h00 TDI : 09h00	Semestre 1

Objectifs
**Description**
**Travail attendu**
**Modalités de contrôle des connaissances**
**Prérequis**
**Compétences acquises**
**Références bibliographiques et ressources numériques**


D-E04-4555 - UCE 3 ANALYSE SECTORIELLE ET STRATEGIES D'ENTREPRISE

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
2.00	1.00	AGNES PARADAS	18h00 - CM : 09h00 TDI : 09h00	Semestre 1

Objectifs
 L'objectif principal de cet enseignement est de sensibiliser les étudiants à des situations particulières dans les entreprises pour élargir leurs champs de connaissance en gestion

Description
 Deux thèmes principaux seront abordés :
 - la spécificité des PME
 - la RSE dans l'entreprise

Travail attendu
 Hormis une participation active lors des cours (travaux progressifs sur des grilles de lecture), une enquête de terrain portant sur la RSE dans une ou plusieurs PME est demandée.

Modalités de contrôle des connaissances
 Un dossier de groupe est rendu suite à l'enquête de terrain.

Prérequis
 Connaissances fondamentales en sciences de gestion.

Compétences acquises
 Savoirs : approfondissement des connaissances en sciences de gestion. Découverte des spécificités des PME. Découverte de la RSE.

Savoir-faire : capacité analyse et synthèse, utilisation de grilles de lecture.

Savoir-être : prise de recul, approche critique, travail en groupe.

Références bibliographiques et ressources numériques
 PME : Travaux des PMistes fondateurs (Julien, Marchesnay, Mahé de Boislandelle ...) et autres plus récents (Torres, Messeghem ...)

RSE : Travaux des nombreux spécialistes RSE et RSE en PME (DD, RSE globale, conceptions diverses de la RSE, RSE et GRH ..) // documents institutionnels variés

Les ressources numériques sont très diverses : actes de congrès spécialisés, sites institutionnels, sites spécialisés (Novéthic ...)

D-U04-4553 - UE 3 PROFESSIONNALISATION

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
4.00	1.00	-	36h00	Semestre 1

Objectifs
**Description**
**Travail attendu**
**Modalités de contrôle des connaissances**
**Prérequis**
**Compétences acquises**
**Références bibliographiques et ressources numériques**


D-E04-4556 - UCE 1 BUSINESS PLAN

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
2.00	1.00	CATHERINE CHIABODO	18h00 - CM : 09h00 TDI : 09h00	Semestre 1

Objectifs
 Être capable de réaliser un business plan pour une création ou reprise d'entreprise.

Description
 Enseignante responsable : Catherine CHIABODO (Intervenante professionnelle)

- De l'entrepreneur au business plan
- Idée ? Vision ? Étude de marché
- Business model
- Éléments financiers
- Effectuation

Travail attendu
 Rédaction d'un business plan réalisé par un travail d'équipe de 5 étudiants maximum. Préparation d'une présentation orale du projet défendu, en 10 minutes avec support visuel dans les conditions de pitch des entrepreneurs.

Modalités de contrôle des connaissances
 Evaluation de la cohérence du business plan ? Evaluation de la prestation orale.

Prérequis
 Aucun, même si des connaissances en marketing, commerce, comptabilité-gestion-finance peuvent être un plus.

Compétences acquises

- Capacité à effectuer des recherches
- Capacités à trouver des personnes ressources
- Capacité à rédiger un document complexe (marketing, développement commercial, éléments comptables et financiers, ?)
- Capacité à travailler en groupe
- Capacité à prendre la parole en public
- Capacité à convaincre des financeurs.

Références bibliographiques et ressources numériques

? CHANTEUX Anne, NIESSEN Wilfried, Les tableaux de bord et business plan, Editpro, 2015.
 ? HSEIH Tony (PDG de Zappos), L'entreprise du bonheur, LEDUC.S Editions, 2010, 317 pages.
 ? PIGNET Solène, Le guide de l'entrepreneur durable, Dunod, 2021.
 ? SILBERZAHN, Philippe, Effectuation, Les principes de l'entrepreneuriat pour tous, 2ème édition, 2020.
 ? STEILER Dominique, Osons la paix économique, De Boeck Université, 2017.

? <https://www.jesuisentrepreneur.fr>
 ? <https://bpifrance-creation.fr>
 ? <https://www.franceactive.org>
 ? <https://www.cresspaca.org>

D-E04-4557 - UCE 2 INSERTION PROFESSIONNELLE ET PREPARATION DU STAGE

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
2.00	1.00	GERSENDE PAULET	18h00 - TDI : 18h00	Semestre 1

Objectifs

Comprendre le processus de recrutement, en France et dans les pays anglo-saxons.
 Découvrir les techniques de candidature en ligne
 Savoir rédiger un CV en anglais et en français
 Convaincre un recruteur lors d'un entretien d'embauche
 Compréhension écrite, compréhension orale, expression écrite et expression orale

Description

Après deux séances de présentation générale de la recherche d'emploi et des techniques de recrutement (en France et en pays anglophone), le travail sera organisé en ateliers individuels afin de permettre d'acquérir le lexique requis pour évoluer dans le monde du travail, de s'entraîner à l'entretien d'embauche, de rédiger un CV et d'adapter ses choix pour l'écriture de la lettre de motivation.

Travail attendu

Préparation de toutes les étapes de recrutement: recherche de stage / emploi, rédaction de CV en français et en anglais, participation à un jeu de rôle de type entretien d'embauche, travail optionnel de rédaction d'une lettre / mail de candidature

Modalités de contrôle des connaissances

1 écrit et 1 oral

Prérequis

Compétences acquises

comprendre les enjeux de la rédaction d'un CV accrocheur
 savoir adapter sa candidature à l'annonce proposée
 être capable de s'exprimer à l'oral et à l'écrit
 convaincre son interlocuteur
 acquérir le lexique requis

Références bibliographiques et ressources numériques

D-U04-4554 - UE 4 LANGUES, COMMUNICATION ET INTERCULTURALITE

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
6.00	1.00	-	72h00	Semestre 1

Objectifs
**Description**
**Travail attendu**
**Modalités de contrôle des connaissances**
**Prérequis**
**Compétences acquises**
**Références bibliographiques et ressources numériques**


D-E04-4566 - UCE 1 ANGLAIS DE LA COMMUNICATION ET DE SPECIALITE

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
3.00	1.00	CATHERINE CORVISY	36h00 - CM : 24h00 TDI : 12h00	Semestre 1

Objectifs
**Description**
**Travail attendu**
**Modalités de contrôle des connaissances**
**Prérequis**
**Compétences acquises**
**Références bibliographiques et ressources numériques**


D-E04-4559 - UCE 2 LANGUE APPROCHE INTERCULTURELLE ALLEMAND

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
3.00	1.00	MARIANNE BEAUVICHE	36h00 - CM : 36h00	Semestre 1

Objectifs

Privilégiant une perspective interculturelle, le cours a lieu en allemand et vise à donner aux étudiants une bonne connaissance de l'Allemagne contemporaine tout en développant les compétences proprement linguistiques de chacun.
L'accent est mis sur l'expression orale dans des contextes professionnels.

Description

Connaître et comprendre la situation socioéconomique et politique actuelle de l'Allemagne et les enjeux liés au commerce, au commerce du vin et au tourisme de l'Allemagne actuelle.
Apprentissage de l'allemand appliqué au commerce, au commerce du vin et au au tourisme.
Analyser et commenter des documents relatifs à la situation socioéconomique et politique actuelle de l'Allemagne.
Le système politique depuis l'Unification (modalités de l'Unification ; Bundestagswahlen)
Géographie, Länder et routes touristiques
La population : vieillissement ; immigration, migrants
Les entreprises en Allemagne et en France : formes juridiques ; organisation du travail ; communication interne ; recrutements (CV, lettre de motivation, entretien d'embauche)
Communication interculturelle
Les impôts ; le système bancaire
Les Allemands et le tourisme : histoire ; destinations touristiques ; tourisme durable.

Travail attendu

Participation active au cours; préparation HEBDOMADAIRE des exercices proposés; regarder la Tagesschau au moins deux fois par semaine; apprendre du vocabulaire et lire les documents distribués.

Exercices de grammaire ; compréhension de documents écrits et oraux ; traductions ; synthèses et présentations ; travaux individuels et en binômes ; simulation d'une table ronde. Supports textuels et audiovisuels.

Modalités de contrôle des connaissances

Un écrit; une présentation orale avec trace écrite (Handout)

Prérequis

Langue d'enseignement : allemand, niveau B2+/ C1 nécessaire

Compétences acquises

Comprendre les faits de civilisation qui ont marqué l'évolution de l'Allemagne.
Connaître, reconnaître et comprendre les idiosyncrasies culturelles qui marquent les sociétés.
Posséder une bonne connaissance des faits de civilisation, notamment socio-économique de l'Allemagne.

Comprendre, et réagir en conséquence, à des comportements, des sensibilités et des modes de pensée d'une autre culture dans des situations de communication, d'organisation ou de décision.
Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation.
Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation.
Développer une argumentation avec esprit critique.

**Références bibliographiques et
ressources numériques**

Distribuées et rendues disponibles sur l'ENT lors de la première séance de cours.

Ouvrage très utile :
Gabriele Padberg-Jeanjean, Deutschland : Grundwissen und mehr...
Comprendre l'Allemagne et sa civilisation, Armand Colin, U : Langues, 2018

D-E04-4560 - UCE 3 LANGUE APPROCHE INTERCULTURELLE ITALIEN

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
3.00	1.00	MARGHERITA MARRAS-DUPRE	36h00 - CM : 36h00	Semestre 1

Objectifs
 Permettre aux étudiants de consolider leurs connaissances linguistiques, politiques, sociétales et économiques concernant l'Italie actuelle et leur donner les moyens de mobiliser ces acquis à bon escient dans les domaines de la pratique commerciale et du tourisme.

Description
 Le travail sera organisé en présence sur 12 séances de 3h chacune. L'enseignement proposé concerne aussi bien un approfondissement de la langue italienne sectorielle que des leçons finalisées à transmettre et faire acquérir aux étudiants une large connaissance de l'environnement social, culturel et économique italien, notamment dans les domaines du tourisme et du commerce international.

Travail attendu
 Travail hebdomadaire concernant l'apprentissage du vocabulaire sectoriel et des concepts fondamentaux traités en cours (exercices sur ENT).
 Lors des évaluations (deux partiels), les étudiants devront démontrer qu'ils maîtrisent la langue italienne du tourisme et des affaires, qu'ils possèdent une large connaissance de l'environnement social, culturel et économique italien et sont capables de mobiliser ces acquis dans les domaines de la pratique commerciale et du tourisme.

Modalités de contrôle des connaissances
 CC : deux oraux

Prérequis
 Italien niveau B2/C1

Compétences acquises
 Maîtriser la langue italienne sectorielle
 Savoir-faire dans les domaines du commerce, du tourisme et de l'oenotourisme
 Mobiliser une culture civilisationnelle au bénéfice de l'international
 Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation

Références bibliographiques et ressources numériques
 Bollettino ENIT 2020: https://www.enit.it/wwwenit/images/multimedia/bollettino_7/BOLLETTINO-ENIT-N7.pdf
 Dati ISTAT 2019 sulle Diseguaglianze di genere : <https://www.istat.it/it/archivio/244848>
 Dati ISTAT 2020 sul Commercio con l'estero e prezzi all'import: <https://www.istat.it/storage/rapporto-annuale/2020/capitolo1.pdf#page=1>
 Dati ISTAT 2020 sul commercio in Italia: https://www.istat.it/it/files//2020/08/Commercio-con-lestero-e-prezzi-allimport-senza-appr_62020.pdf.
 Rapporto Confindustria, « Dove va l'industria italiana », 2019: https://www.confindustria.it/wcm/connect/90dd9b59-be26-4ffe-a0d4-e3119d8625fa/Rapporto+industria+_140519_Confindustria_.pdf?MOD

=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-90dd9b59-be26-4ffe-a0d4-e3119d8625fa-mGSjNO

Rapporto Confindustria, « GRANDI IMPRESE ESTERE IN ITALIA ESTERE IN ITALIA. Un valore strategico », Volume 1, gennaio 2020:
https://www.confindustria.it/wcm/connect/34eafe22-9b68-413a-9d3d-a859b29ef6b0/Position+Paper_Grandi+imprese_gen+2020_Confindustria.pdf?MOD=AJPERES&CONVERT_TO=url&CACHEID=ROOTWORKSPACE-34eafe22-9b68-413a-9d3d-a859b29ef6b0-m.J5gyV

« Il Distretto industriale di riviera del Brenta: la punta di diamante del settore calzaturiero », in Mondopmi, 14 maggio 2019:
<https://www.mondopmi.com/mercati-e-settori/distretto-di-riviera-del-brenta-la-punta-di-diamante-del-settore-calzaturiero-italiano>

« Unesco - Mission et mandat »
<http://en.unesco.org/about-us/introducing-unesco>

« Convenzione sulla Protezione del Patrimonio Mondiale culturale e naturale »
<http://unesco.blob.core.windows.net/documenti/4299643f-2225-4dda-ba41-cbc3a60bb604/Convenzione%20Patrimonio%20Mondiale%20-%20italiano%201.pdf>

Bettazzi Marco, « Motor Valley, un distretto da 21 miliardi », La Repubblica, 29 giugno 2020:
https://www.repubblica.it/dossier/cronaca/italia-riparte/2020/06/29/news/motor_valley_un_distretto_da_21_miliardi-260267046/

Lucarelli Sonia, Lavori in corso : la fine di un mondo Atto II, in Alessandro Colombo e Paolo Magri, « Rapporto annuale », 15 febbraio 2020:
<https://www.ispionline.it/it/pubblicazione/lavori-corso-la-fine-di-un-mondo-atto-ii-25031>

Monti Massimiliano, « C'era una volta il Made in Italy ? Tutte le aziende italiane controllate da stranieri », New Mondo, 24 ottobre 2018:
<https://newsmondo.it/aziende-italiane-controllate-da-stranieri/economia/>

Toro Stefano, « PMI, reti d'impresa e altre strategie per esportare meglio », Digital, 26 giugno 2018:
<https://www.agendadigitale.eu/mercati-digitali/combattere-la-crisi-dimpresa-con-linternazionalizzazione-e-la-rete-di-imprese-46837/>

D-E04-4561 - UCE 4 LANGUE APPROCHE INTERCULTURELLE ESPAGNOL

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
3.00	1.00	MAGALI DUMOUSSEAU- LESQUER	36h00 - CM : 36h00	Semestre 1

Objectifs

- Amérique Latine :

Connaître et comprendre la situation socioéconomique et politique actuelle de l'Amérique latine.

Appréhender les marchés commerciaux, touristiques, vins et spiritueux latinoaméricains.

Apprentissage de l'espagnol américain appliqué au commerce, au tourisme et au vin.

Analyser et commenter des documents relatifs à la situation socioéconomique et politique actuelle de l'Amérique latine.

Comprendre un cours magistral en espagnol, prendre des notes et rédiger en espagnol.

Réfléchir autour d'un thème lié à l'histoire sociale, économique et politique contemporaine de l'Amérique latine.

Approfondir par des recherches personnelles les thématiques abordées en cours.

-Espagne:

Connaître et comprendre la situation socioéconomique et politique actuelle de l'Espagne.

Appréhender les marchés commerciaux, touristiques et du vin de l'Espagne actuelle.

Apprentissage du castillan appliqué au commerce, au tourisme et au commerce du vin.

Analyser et commenter des documents relatifs à la situation socioéconomique et politique actuelle de l'Espagne et des marchés commerciaux, touristiques et du vin de l'Espagne actuelle.

Comprendre un cours magistral en espagnol, prendre des notes et rédiger en espagnol.

Réfléchir autour d'un thème lié à l'histoire sociale, économique et politique contemporaine espagnole.

Approfondir par des recherches personnelles les thématiques abordées en cours.

Description

- Amérique Latine : Ces cours sont consacrés à l'évolution de la situation socioéconomique et politique de l'Amérique latine durant l'année en cours, aux grands foyers de développement économiques et touristiques, aux principaux partenaires économiques de l'Amérique latine actuelle, à l'évolution du e-commerce (grande distribution, tourisme...) dans ces pays, etc.

-Espagne : Ces cours sont consacrés à l'évolution de la situation socioéconomique et politique de l'Espagne durant l'année en cours, aux grands foyers économiques, touristiques et zones viticoles d'Espagne, aux principaux partenaires économiques de l'Espagne actuelle, à l'évolution du e-commerce (grande distribution, tourisme, vin) dans le pays, etc.

Travail attendu

Amérique Latine:
Lecture hebdomadaire de la presse latino-américaine
Apprentissage d'un vocabulaire spécifique.
Présentation d'une revue de presse hebdomadaire.

Espagne:
Lecture hebdomadaire de la presse espagnole.
Apprentissage d'un vocabulaire spécifique.
Présentation d'une revue de presse hebdomadaire.

Modalités de contrôle des connaissances

Enseignements évalués en contrôle continu: 1 partiel écrit de 2h00 concernant l'Amérique Latine + 1 partiel écrit de 2h00 concernant l'Espagne.

-Amérique Latine: rédaction sur une question de cours ou commentaire de document, rédigés en espagnol.

- Espagne : rédaction sur une question de cours ou commentaire de document, rédigés en espagnol.

Prérequis

Langue d'enseignement : espagnol, niveau B2+ / C1 nécessaire

Compétences acquises

Comprendre les faits de civilisation qui ont marqué l'évolution des pays des langues maîtrisées.

Connaître, reconnaître et comprendre les idiosyncrasies culturelles qui marquent les sociétés.

Posséder une bonne connaissance des faits de civilisation, notamment socio-économique, des pays des langues étudiées.

Comprendre, et réagir en conséquence, à des comportements, des sensibilités et des modes de pensée d'une autre culture dans des situations de communication, d'organisation ou de décision.

Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation.

Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation.

Développer une argumentation avec esprit critique.

Références bibliographiques et ressources numériques

Amérique Latine :

Journaux consultables en ligne :

- Rep. Dominicaine : Hoy, <https://hoy.com.do/> , Listin diario, <https://listindiario.com/> , Acento : <https://acento.com.do/> , El dinero, <https://eldinero.com.do/>

- Cuba : Granma, <http://www.granma.cu/> , 14 y medio, <https://www.14ymedio.com/>

- Venezuela : El Nacional, <https://www.elnacional.com/> , El Universal, <https://www.eluniversal.com/>

- Colombie : El Tiempo, <https://www.eltiempo.com/> , El Espectador <https://www.elespectador.com/> , El Nuevo - Siglo, <https://www.elnuevosiglo.com.co/> , La República, <https://www.larepublica.co/>

- Mexique : El Sol de México, <https://www.elsoldemexico.com.mx/> , El Economista, <https://www.economista.com.mx/> la jornada, <https://www.jornada.com.mx/>

- Argentine : Clarín, <https://www.clarin.com/> , La Nación, <https://www.lanacion.com.ar/>, La Prensa, <http://www.laprensa.com.ar/> ?

Médias latinoaméricains d'actualité : globovisión, Tves, CDN, telesur, RCN, CMTV, CMI, Azteca 1, ADN 40, Azteca 7, A24...

Olivier Dabène, L'Amérique latine à l'époque contemporaine. Paris : Armand Colin, 2020.

Alain rouquié, Amérique latine : introduction à l'extrême occident. Paris : Seuil, 1998.

Espagne :

Bartolomé Bennassar, Bernard Bessière : Espagne, Histoire, Société, Culture, Ed. La Découverte, 2017.

Journaux espagnols consultables en ligne : El País, El Mundo, El Español, La Vanguardia...

D-E04-4562 - UCE 5 FLE

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
3.00	1.00	MARIANNE BEAUVICHE	36h00 - CM : 36h00	Semestre 1

Objectifs

Acquérir de l'expérience dans la rédaction de textes destinées à être diffusés sur Internet (sous la forme blog et vlog), dans le domaine du tourisme.

S'initier à la pratique d'un logiciel de diffusion de textes numériques sur Internet (Wordpress)

Description

Ateliers d'écriture

Apprentissage de Wordpress

Travail attendu

Production de textes

Modalités de contrôle des connaissances

Aisance rédactionnelle

Format d'un texte de blog

Usage de Wordpress

Prérequis

Cet enseignement de FLE est à destination d'étudiants avec un niveau de français de niveau B2 minimum à l'oral et l'écrit.

Compétences acquises

Capacité rédactionnelle en français.

Références bibliographiques et ressources numériques

Elles seront diffusées pendant le cours

D-U04-4611 - UE 5 MANAGEMENT DE LA CHAINE LOGISTIQUE

Crédits ECTS 3.00	Coefficients 1.00	Enseignant-e responsable FRANCOIS FULCONIS	Volume horaire 24h00	Période Semestre 1
-----------------------------	-----------------------------	--	--------------------------------	------------------------------

Objectifs
**Description**
**Travail attendu**
**Modalités de contrôle des
connaissances**
**Prérequis**
**Compétences acquises**
**Références bibliographiques et
ressources numériques**


D-E04-4563 - UCE 1 MANAGEMENT DE LA CHAÎNE LOGISTIQUE 1

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
3.00	1.00	FRANCOIS FULCONIS	24h00 - CM : 18h00 TDI : 06h00	Semestre 1

Objectifs

- Maîtriser la terminologie et le vocabulaire technique associés aux opérations logistiques
- Donner une capacité à appréhender l'organisation logistique de l'entreprise
- Comprendre les enjeux de la logistique dans le cycle de vie d'un produit et dans sa commercialisation
- Définir les logistiques en amont, en interne, en aval et le Supply Chain Management (SCM)
- Comprendre les étapes et les enjeux commerciaux d'un chemin logistique

Description

Le cours de Management de la Chaîne Logistique traite des origines et des principaux fondements de la logistique d'entreprise (méthodes, techniques et outils de gestion des flux physiques et d'information) et de ses évolutions actuelles (enjeux dans les stratégies de délocalisation, dans la spécialisation des unités de production, dans l'intégration de la dimension logistique dans les stratégies d'entreprises, etc.).

Il s'appuie sur des exemples récents et insiste sur le fait que, depuis les années 1980, la distribution physique des produits et les approvisionnements sont intégrés dans un même système logistique dépassant les frontières de l'entreprise : la chaîne de valeur.

Une approche transversale et processuelle des entreprises tout au long de la chaîne de valeur, c'est-à-dire de la production jusqu'à la distribution et l'après-vente, est alors privilégiée. L'accent est mis sur le pilotage d'ensemble des chaînes logistiques, autrement dit sur le Supply Chain Management (SCM).

Travail attendu

Travail personnel et en groupe pour atteindre les compétences visées par la maîtrise des apprentissages ci-dessus mentionnés et par la mobilisation des prérequis.

Modalités de contrôle des connaissances

TD : étude de cas, travail de groupe dossier à rendre, assiduité, progression, comportement, participation
Épreuve écrite individuelle terminale

Prérequis

Bonne connaissance des outils d'analyse stratégique, des fondamentaux du marketing et des grands courants de pensées en théorie des organisations.

Compétences acquises

- Identifier les acteurs de la chaîne logistique et le rôle des infrastructures logistiques (entrepôts, dépôts, plates-formes)
- Savoir représenter un chemin logistique pour un produit donné
- Identifier les flux physiques et d'information de la chaîne logistique pour un produit donné
- Connaître les principaux modes de transport et les métiers associés
- Définir les fonctions logistiques de distribution
- Maîtrise des principaux outils de gestion des stocks et des flux

**Références bibliographiques et
ressources numériques**

- Alonso F., Houel V. et Robichet M. (2014), Gestion de l'entrepôt : logistique et transport, Gep, Paris.
- Aurifeille J.-M., Colin J., Fabbe-Costes N., Jaffeux C. et Paché G. (1997), Management logistique : une approche transversale, Litec, Paris.
- Baglin G., Bruel O., Garreau A., Greif M., Kerbache L. et van Delft C. (2013), Management industriel et logistique : concevoir et piloter la supply chain, Economica, Paris, 6e éd.
- Belotti J. (2012), Transport international des marchandises, Vuibert, Paris, 4e éd.
- Brun D. et Guérin F., coord. (2014), La logistique ? Ses métiers, ses enjeux, son avenir, Coll. Regards sur la pratique, Editions EMS, Caen.
- Christopher, M. (2016). Logistics and supply chain management. Pearson Education, Harlow.
- Claye-Puaux S., Rouquet A. et Roussat Ch. (2020), Logistique, Les Spécialités du Sup, Vuibert, Paris.
- Dornier P.-P. et Fender M. (2007), La logistique globale et le supply chain management : enjeux, principes, exemples, Eyrolles, Paris, 2e éd.
- Fabbe-Costes N. et Paché G. (Coordonné par) (2013), La logistique : une approche innovante des organisations, PUP-Presses Universitaires de Provence, Aix-en-Provence.
- Fender M. et Baron F. (2012), Pratique du Supply Chain Management en 37 outils, Dunod, Paris.
- Fender M. et Pimor Y. (2016), Logistique et Supply Chain, Dunod, Paris, 7e éd.
- Fulconis F., Paché G. et Roveillo G. (2011), La prestation logistique ? Origines, enjeux et perspectives, Coll. Les Essentiels de la Gestion, Éditions EMS, Caen.
- Lavastre O., Carbone V. et Ageron B. (Dirigé par) (2016), Les grands auteurs en Logistique et Supply Chain Management, Collection « Grands auteurs », Éditions EMS, Caen.
- Le Goff J. et Bensebaa F. (2009), Mesurer la performance de la fonction logistique, Eyrolles, Paris.
- Le Moigne R. (2017), Supply Chain Management, Dunod, Paris, 2e éd.
- Marchal A. (2006), Logistique globale : supply chain management, Ellipses, Paris.
- Mathe H. et Tixier D. (2010), La logistique, Coll. Que sais-je ?, PUF, Paris, 7e éd.
- Médan P. et Gratacap A. (2008), Logistique et supply chain management : intégration, collaboration et risques dans la chaîne logistique globale, Dunod, Paris.
- Paché G. et Spalanzani A., eds. (2007), La gestion des chaînes logistiques multi-acteurs, PUG, Grenoble.
- Roux M. et Tong L. (2010), Optimisez votre plate-forme logistique, Éditions d'Organisation, Paris, 4e éd.
- Samii A.-K. (2004), Stratégie logistique : supply chain management, Dunod, Paris, 3e éd.
- Sohier J. et Sohier D. (2013), La logistique, Vuibert, Paris, 7e éd.
- Tixier D., Mathe H. et Colin J. (1996), La logistique d'entreprise, Dunod, Paris.
- Vallin p. (2010), La logistique : le pilotage de la supply chain, Economica, Paris, 5e éd.
- Venturelli N. et Miani P. (2014), Transport logistique : Tout le transport, logistique en 80 fiches, Collection : Les mémentos, Éditeur : Le Génie

des Glaciers.

D-U04-4591 - UE 7 ENVIRONNEMENT TOURISTIQUE

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
3.00	1.00	YANNICK HASCOET	33h00 - CM : 30h00 TDI : 03h00	Semestre 1

Objectifs
**Description**
**Travail attendu**
**Modalités de contrôle des
connaissances**
**Prérequis**
**Compétences acquises**
**Références bibliographiques et
ressources numériques**


D-U04-4612 - UE 10 FILIERE VITI-VINICOLE

Crédits ECTS 4.00	Coefficients 1.00	Enseignant-e responsable ANNE-LUCE COULOMB	Volume horaire 66h00	Période Semestre 1
-----------------------------	-----------------------------	--	--------------------------------	------------------------------

Objectifs
**Description**
**Travail attendu**
**Modalités de contrôle des
connaissances**
**Prérequis**
**Compétences acquises**
**Références bibliographiques et
ressources numériques**


D-E04-4601 - UCE 1 TECHNIQUES VV, STRUCT & POSITION DE LA FILIERE

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
2.00	1.00	ANNE-LUCE COULOMB	33h00 - TDI : 33h00	Semestre 1

Objectifs
 Acquérir les connaissances théoriques et pratiques essentielles pour comprendre le fonctionnement de l'entreprise viti-vinicole et appréhender les maillons de la chaîne de valeur de la production jusqu'à la commercialisation. . Faire le lien avec le tronc commun du Master. Etre capable de discuter de l'entreprise et des produits avec le Service Technique chargé de l'élaboration ainsi qu'avec ses clients.

Description
 Les enseignements de cette UE reposent sur les interventions de professionnels du vin.
 Ils constituent une mise à niveau en matière de viticulture et biologie, de déterminants de la qualité, de vinification, d'embouteillage, d'analyse sensorielle, de dégustation et de connaissance des grandes régions viticoles.

Travail attendu
 Les étudiants peuvent compléter l'enseignement par l'organisation de dégustations supplémentaires, de visites d'entreprise et par la lecture de bibliographie

Modalités de contrôle des connaissances
 QCM

Prérequis
 S'agissant d'une remise à niveau aucun prérequis n'est demandé

Compétences acquises
 Connaitre le vin, sa culture, ses techniques d'élaboration et la filière vitivinicole
 Savoir parler du produit

Références bibliographiques et ressources numériques
 Précis de viticulture et d'oenologie
 Atlas des régions viticoles France et monde
 Wines and Spirits, looking behind the label (Anglais)

D-E04-4602 - UCE 2 MANAGEMENT INTERCULTUREL ET COMMERCIALISATION

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
2.00	1.00	ANNE-LUCE COULOMB	33h00 - CM : 18h00 TDI : 15h00	Semestre 1

Objectifs

Connaître les intervenants de la filière vin, leur fonctionnement, leurs rôles et leurs relations.
 Introduction au marketing spécifique au vin.
 Etre capable d'utiliser les statistiques de vente à disposition.
 Acquérir les bases de la réglementation française et européenne en matière de produits et de communication.
 Appréhender les marchés à l'international et savoir établir le coefficient multiplicateur de prix à l'export

Description

Cet enseignement est délivré par des professionnels de la filière vitivinicole. Il est complété par des études de cas.
 Une première partie concerne la filière vin, les acteurs institutionnels, les aides à l'exportation, les coopératives vitivinicoles, les différentes entreprises commerciales.
 Une seconde partie se focalise sur les différents schémas de segmentation, le marketing spécifique au vin et sur les circuits de distributions en France et à l'international. Sont abordés également la veille économique spécifique au vin, la Loi Evin.

Travail attendu

Pour compléter les enseignements, les étudiants peuvent étudier des exemples de stratégies commerciales et marketing de différentes entreprises.

Modalités de contrôle des connaissances

Ecrit et QCM

Prérequis

Avoir intégré les éléments enseignés dans les cours plus généraux portant sur le marketing

Compétences acquises

Maîtriser les outils et concepts d'analyse des marchés,
 Concevoir et mettre en oeuvre des stratégies de marketing international
 Maîtrise les outils d'analyse qui permettent de replacer des actions commerciales dans un contexte géopolitique et économique
 Connaître les marchés à l'international

Références bibliographiques et ressources numériques

Drinks International Most Admired Wine Brands
 Guide pratique de l'export du vin Evelyne Resnick & James de Roany
 Stratégies et marketing du vin Yohan Castaing
 Droit de la vigne et du vin: Aspects juridiques du marché vitivinicole Jean Marc Bahans
 Etudes de marchés FranceAgrimer, Inter-professions, Business France, Coface, ...

D-U04-4561 - UE 15 STAGE M1

Crédits ECTS	Coefficients	Enseignant-e responsable	Volume horaire	Période
30.00	1.00	-	-	Semestre 2

Objectifs
**Description**
**Travail attendu**
**Modalités de contrôle des connaissances**
**Prérequis**
**Compétences acquises**
**Références bibliographiques et ressources numériques**
