

Hes·SO

Haute Ecole Spécialisée
de Suisse occidentale
Fachhochschule Westschweiz
University of Applied Sciences and Arts
Western Switzerland

Modulbeschreibung Bachelorstudiengang in Weinbau und Önologie

**CHANGINS**

haute école de
viticulture et œnologie

ECTS-Kreditpunkte: 4		Ecogest I	2023-2024 (S1)
Verbundene Kurse:	Einführung in die Verwaltung	Vorlesung / Fernunterricht	
Wöchentliche Perioden:	5 Perioden	Total: 80 Perioden	
Modulverantwortlicher:	Alexandre Mondoux	alexandre.mondoux@changin s.ch	
Kursleiter/in:	Alexandre Mondoux	alexandre.mondoux@changin s.ch	
Unterrichtssprache:	Französisch		
Anwesenheit:	Nicht erforderlich		
Voraussetzungen:	Keine		
Bewertungsmodalität:	Einzel- und Gruppenbewertungen		
Modalität der Validierung des Moduls:	<p>"Studienreglement des Studiengangs Bachelor of Science HES-SO in Weinbau und Önologie " in Kraft.</p> <p>Der Durchschnitt des Moduls wird nur dann berechnet, wenn alle Kurse bestanden wurden.</p>		
Modalität der Validierung des Kurses:	<p>Der Kurs gilt als bestanden, wenn der Durchschnitt der Bewertungen mindestens 3.8 beträgt. Die Kandidatin oder der Kandidat, die oder der eine Kursnote unter 3.8 erhalten hat, ist automatisch für die Remediation dieses Kurses eingeschrieben. Wenn die Remediation bestanden ist, wird der Kurs nach der Remediation mit einer Endnote von 4,0 bewertet. Das Recht auf Remediation kann nur einmal pro Kurs ausgeübt werden. Wird die Remediation nicht bestanden, kann der/die Studierende den Kurs wiederholen. Das Recht auf Wiederholung kann nur einmal ausgeübt werden.</p>		
Ziel des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> - Formulierung der Gesamtstrategie des Weinbaubetriebs unter Berücksichtigung des externen und internen Umfelds sowie der persönlichen Dimensionen des Unternehmensleiters in einer nachhaltigen Optik. - Entwicklung einer Marketingstrategie in Verbindung mit der des Unternehmens. - Entwicklung einer kritischen Denkweise gegenüber Informationen im Zusammenhang mit der Weinwirtschaft. 		
Einführung in die Verwaltung (5 Wochenperioden)			
Zielkompetenzen:	<ul style="list-style-type: none"> - Verständnis der grundlegenden Konzepte der Unternehmensstrategie und Fähigkeit, diese in der Realität umzusetzen. - Verständnis der grundlegenden Marketingkonzepte im Zusammenhang mit 		

der Unternehmensstrategie und Fähigkeit, diese in die Realität umzusetzen.

- Fähigkeit, im Team zu arbeiten, um die erwarteten Ziele zu erreichen.

Kursinhalt:

Strategische Verwaltung

- **Strategiekomponenten:** Das dynamische System "Unternehmen + Familie": Managementsystem, Mission, Vision, Werte und Rechtsform.
- **Externe strategische Analyse:** Beziehung zwischen dem Unternehmen und der Wirtschaft, Marktkenntnisse, Weingesetzgebung in der Schweiz.
- **Finanzverwaltung:** Die Buchhaltungsbilanz und ihre Interpretation, Kontrolle der betrieblichen Erträge und Aufwendungen, Liquidität, vorausschauende Verwaltung.

Marketing

- Konzepte des strategischen Marketings erlernen und Weitervermittlung der Konzepte durch die Studierenden.

Synthesearbeit (Château Changins)

- Teamarbeit in Bezug auf die behandelten Konzepte
- Redebeiträge der Arbeitsgruppen
- SWOT-Matrix (Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken)
- Erfolgspotenziale
- Strategische Schwerpunkte

Der Kurs wird um einen "roten Faden", einer Simulation aufgebaut: Die Person mit einem frisch erworbenen Bachelor in Weinbau und Önologie von Changins fängt im Unternehmen "Château Changins" an, dessen Leiter für sie ein strukturiertes Induktionsprogramm vorbereitet hat, das ihr ermöglicht, die Funktionsweise des Unternehmens zu entdecken und ihr Potenzial zu erkennen.

Bereits im ersten Semester werden die Grundlagen für ein Kleinstunternehmensprojekt gelegt. Dieses transversale Projekt ermöglicht es den Schülern, während ihrer dreijährigen Studienzeit Weine zu entwerfen, herzustellen und zu vermarkten.

Bibliografie:

- Strategideea (<https://agripedia.ch/strategideea/>)
- Les mondes économiques, Introduction à l'économie politique et nationale, Pierre-Alain Rime, LEP Loisirs et Pédagogie, Lausanne, 7ème édition, 2014 ISBN 978-2-606-01577-0
- Rapports annuels de l'Observatoire suisse du marché des vins (OSMV)
- Introduction à la gestion d'entreprise, Jean-Paul Thommen, Versus Verlag AG, Zürich, 5ème édition, 2011, ISBN 978-3-03909-128-7
- Einführung in die Betriebswirtschafts- und Managementlehre Begriffe, Konzepte und aktuelle Beispiele, Vettiger Hans, Rüegger Verlag Zürich/Chur, 1ère édition, 2006, ISBN 978-3-72530830-9
- Etudes de marchés : Méthodes et outils, Martine Gauthy-Sinéchal & Marc Vandercammen, De Boeck, Bruxelles, 3ème édition, 2010, ISBN 978-2-8041-5986-3

- Human Resource Management, Strategien und Instrumente für Führungskräfte und das Personalmanagement in 13 Bausteinen Gmür Markus, Thommen Jean-Paul, Versus Verlag AG, Zürich, 3ème édition, 2011, ISBN 978-3-03909-039-6
- Kotler [et al.], Marketing Management, 14ème édition, ISBN 978-2-7440-7623-7
- Kotler [et al.], Principes de Marketing, 11ème édition, ISBN 978-2-7440-7669-5

Modulbeschreibung validiert am:	17. August 2023
Durch:	Alexandre Mondoux
Validiert durch COPIL FH am:	17. August 2023