

# Descriptif de module

## Filière Bachelor en Viticulture et Œnologie

La description de ce module définit les conditions cadres du déroulement de l'enseignement des cours le constituant. Ces conditions peuvent être modifiées ou renouvelées d'année en année mais restent inchangées durant l'année académique en cours.

### Ecogest III (5 ECTS)

**2025-2026**

Type de formation : ☒ **Bachelor** ☐ Master

Type de module : ☒ **Obligatoire**

Langue : **Français**

Semestre : **S3**

Responsable du module : **Alexandre Mondoux**

### Objectifs

A la fin du module, l'étudiant-e sera capable :

- D'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
- De s'approprier les concepts, techniques et outils du marketing moderne appliqué au vin
- De maîtriser le cadre juridique de la gestion et du développement d'entreprise
- De développer les connaissances et compétences pour mener à bien le projet transversal "Microentreprise".

### Unités de cours

| Unité de cours            | Caractère   | Présence        | Semestre |
|---------------------------|-------------|-----------------|----------|
| Développer son entreprise | Obligatoire | Non obligatoire | S3       |
| Droit                     | Obligatoire | Non obligatoire | S3       |
| Marketing II              | Obligatoire | Non obligatoire | S3       |

### Répartition horaire :

|                         |            |                 |
|-------------------------|------------|-----------------|
| Enseignement            | 60         | Périodes        |
| TP, sorties, excursions | 0          | Périodes        |
| Travail individuel      | 60         | Périodes        |
| <b>Total</b>            | <b>120</b> | <b>Périodes</b> |

## Prérequis

Avoir validé les modules Ecogest I et II du premier et deuxième semestres.

## Modalité de validation

|                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Module         | <ul style="list-style-type: none"><li>– Se référer au “ Règlement d’études de la filière Bachelor of Science HES-SO en Viticulture et Œnologie ” en vigueur.</li><li>– La moyenne du module n’est calculée que lorsque tous les cours sont validés</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Unité de cours | <ul style="list-style-type: none"><li>– Le cours est validé à condition que la note moyenne des évaluations soit supérieure ou égale à 3.8.</li><li>– Une note de cours inférieure à 3.8 entraîne une inscription d’office à la remédiation du cours.</li><li>– La remédiation est réussie avec une note égale ou supérieure à 3.8.</li><li>– La note de remédiation maximale est de 4.0.</li><li>– Le droit à la remédiation ne peut s’exercer qu’une seule fois par cours.</li><li>– En cas d’échec à la remédiation, l’étudiant-e peut répéter le cours.</li><li>– Le droit à la répétition ne peut s’exercer qu’une seule fois.</li></ul> |

## Unité de cours : Développer son entreprise

### 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 :

- 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

### Répartition horaire :

|                    |           |                 |
|--------------------|-----------|-----------------|
| Enseignement       | 30        | Périodes        |
| Travail individuel | 30        | Périodes        |
| <b>Total</b>       | <b>60</b> | <b>Périodes</b> |

### Modalités d'enseignement :

☒ Frontal participatif      ☐ Atelier / Laboratoire      ☐ Séminaire

### Modalités de présence :

La présence au cours n'est pas obligatoire.

### Modalités d'évaluation :

Evaluation(s) durant le semestre

### Références bibliographiques :

- 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, 2e 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

### Responsables-s de l'enseignement :

Monsieur Alexandre Mondoux

e-mail : [alexandre.mondoux@changins.ch](mailto:alexandre.mondoux@changins.ch)

## Unité de cours : Droit

### Compétences visées :

- 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 :

- 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

### Répartition horaire :

|                    |           |                 |
|--------------------|-----------|-----------------|
| Enseignement       | 10        | Périodes        |
| Travail individuel | 10        | Périodes        |
| <b>Total</b>       | <b>20</b> | <b>Périodes</b> |

### Modalités d'enseignement :

☒ Frontal participatif      ☐ Atelier / Laboratoire      ☐ Séminaire

### Modalités de présence :

La présence au cours n'est pas obligatoire.

### Modalités d'évaluation :

Evaluation(s) durant le semestre

### Références bibliographiques :

- Textes de loi, jurisprudence en lien avec les sujets traités

### Responsables-s de l'enseignement :

Madame Géraldine Bettens

e-mail : [geraldine.bettens@gmail.com](mailto:geraldine.bettens@gmail.com)

## Unité de cours : Marketing II

### 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 :

- 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

### Répartition horaire :

|                    |           |                 |
|--------------------|-----------|-----------------|
| Enseignement       | 20        | Périodes        |
| Travail individuel | 20        | Périodes        |
| <b>Total</b>       | <b>40</b> | <b>Périodes</b> |

### Modalités d'enseignement :

☒ Frontal participatif      ☐ Atelier / Laboratoire      ☐ Séminaire

### Modalités de présence :

La présence au cours n'est pas obligatoire.

### Modalités d'évaluation :

Evaluation(s) durant le semestre

### Références bibliographiques :

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

### Responsables-s de l'enseignement :

Madame Johanna Dayer

e-mail : [jo@hedonistica.ch](mailto:jo@hedonistica.ch)