
 <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 : 4	EcoGest I	2021-2022 (S1)
Cours lié(s) :	Mon entreprise et son environnement	Cours frontal ou à distance
Périodes hebdomadaires :	5 périodes	Total 80 périodes
Responsable du module :	Alexandre Mondoux	alexandre.mondoux@changins.ch
Enseignants responsables de cours :	Florian Burdet Alexandre Mondoux Géraldine Bettens Josée Bélanger	florian.burdet@changins.ch alexandre.mondoux@changins.ch g.bettens@prometerre.ch toutmorrow@me.com
Langue d'enseignement :	Français	
Présence :	<ul style="list-style-type: none"> - Cours frontal : obligatoire. En cas de plus de 20% d'absence non justifiée, l'étudiant n'est pas admis à ou aux évaluation(s), il est inscrit à la répétition du cours. - Cours à distance : les informations concernant la présence seront transmises au début de chaque cours. 	
Prérequis :	Aucun	
Modalité d'évaluation :	Travaux d'évaluation (individuels 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 " du 22 mars 2018. 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>	
Objectif du module :	<p>Comprendre les finalités d'une entreprise du point de vue de l'entrepreneur</p> <p>Décrire et évaluer le fonctionnement d'une entreprise dans sa complexité et ses interactions avec son environnement direct</p> <p>Maîtriser les notions essentielles de la gestion d'entreprise</p> <p>Développer un esprit critique face à l'information économique en lien avec l'économie du vin</p>	

Mon entreprise et son environnement (5 périodes hebdomadaires)

Compétences visées :

- Définir la mission, la vision et les valeurs d'une entreprise
- Identifier les forces et faiblesses principales d'une entreprise vitivinicole ainsi que les opportunités et menaces inhérentes à son environnement (analyse « SWOT »)
- Elaborer les axes stratégiques basés sur les potentialités de succès de l'entreprise
- Comprendre les concepts de base du marketing et pouvoir les restituer dans la réalité
- Savoir travailler en équipe pour atteindre les objectifs attendus

Contenu du cours :

- **Analyse de l'environnement de l'entreprise** : Relation entre l'entreprise et l'économie, connaissances des marchés, la législation viti-vinicole en Suisse
- **Management et organisation** : Le système dynamique « entreprise + famille » : organisation, système de gestion, mission, vision, valeurs et forme juridique
- **Marketing** : Deux phases : analyse et décision avec un programme en 3 temps :
 - 1/Apprentissage des concepts du marketing stratégique, retransmission des concepts par les étudiants
 - 2/Travail d'équipe sur les concepts traités
 - 3/Prise de parole des groupes de travail
- **Gestion financière** : le bilan comptable et son interprétation, maîtrise des produits et des charges d'exploitation, trésorerie, gestion prévisionnelle
- **Synthèse** :
 - Matrice SWOT (forces, faiblesses, opportunités et menaces)
 - Potentialités de succès
 - Axes stratégiques
 - Business model canevas

Le cours est articulé autour d'un « fil rouge », d'une simulation : la personne nouvellement détentrice d'un Bachelor en viticulture et œnologie de Changins rejoint l'entreprise « Château Changins », dont le responsable a préparé à son attention un programme d'induction structuré lui permettant de découvrir le fonctionnement de l'entreprise et de se rendre compte de son potentiel.

Dès le 1er semestre, les bases d'un projet de microentreprise sont posées. Ce projet transversal permet aux étudiants de concevoir, de produire et d'écouler des vins au cours de leurs trois années d'études.

Bibliographie :

- Les mondes économiques, Introduction à l'économie politique et nationale, Pierre-Alain Rime, LEP Loisirs et Pédagogie, Lausanne, 7^{ème} édition, 2014 ISBN 978-2-606-01577-0
- Rapports trimestriels de l'Observatoire suisse du marché des vins
- Introduction à la gestion d'entreprise, Jean-Paul Thommen, Versus Verlag AG, Zürich, 5^{ème} 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, 1^{ère} édition, 2006, ISBN 978-3-72530830-9
- Etudes de marchés : Méthodes et outils, Martine Gauthy-Sinéchal & Marc Vandercammen, De Boeck, Bruxelles, 3^{ème} 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, 3^{ème} édition, 2011, ISBN 978-3-03909-039-6
- Kotler [et al.], Marketing Management, 14^{ème} édition, ISBN 978-2-7440-7623-7
- Kotler [et al.], Principes de Marketing, 11^{ème} édition, ISBN 978-2-7440-7669-5

Descriptif de module validé le :

30 juin 2021

Par :

Alexandre Mondoux