
 Haute Ecole Spécialisée de Suisse occidentale Fachhochschule Westschweiz University of Applied Sciences and Arts Western Switzerland	<b>Descriptif de module</b> <b>Filière Bachelor en Viticulture et</b> <b>Œnologie</b>	 <b>CHANGINS</b> haute école de viticulture et œnologie
<b>Crédits ECTS : 6</b>	<b>EcoGest II</b>	<b>2020-2021 (S2)</b>
Cours lié(s) :	Business model Marketing	Cours frontal ou à distance Ateliers
Périodes hebdomadaires :	8 périodes	Total : 128 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 :	- 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 :	Présentation par groupe et évaluation(s) de semestre	
Modalité de validation du module :	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.	
Modalité de validation du cours :	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.	
Objectifs du module :	Développer l'esprit d'entrepreneuriat chez l'étudiant  Acquérir des connaissances permettant de concevoir un modèle d'entreprise et un business plan au moyen d'outils reconnus  Approfondir des thèmes liés au business model et au marketing dans le cadre de cours et d'ateliers	

## Le business model (6 périodes hebdomadaires)

- Compétences visées :
- Elaborer un modèle d'affaires expliquant comment l'entreprise compte gagner de l'argent
  - Elaborer et présenter un Business Plan mettant en évidence :
    - Le portrait de l'entreprise
    - Sa proposition de valeur
    - Le plan marketing
    - Les besoins en financement pour le projet
  - Apprécier l'opportunité de la vente en ligne, de la vente directe, du développement d'activité d'œnotourisme

- Contenu du cours :
- **Business model :**
    - Principes fondamentaux
    - Les composants du business model canevas
    - Décryptage de différents modèles d'affaires
    - Lien entre business model et business plan
  - **Business Plan :**
    - **Management** : mise à niveau du portrait de l'entreprise actuelle ; description du projet et de son organisation ; intégration des problématiques juridiques (contrats, marques)
    - **Marketing** : produits et prestations, marchés et concurrents, plan marketing
    - **Montage financier** : budget du projet, capacité de financement et besoins d'apports externes
    - **Gestion des risques** : élaboration de scénarios de risques

*Château Changins sert de cadre de réflexion stratégique et de terrain d'application pour l'élaboration du business model et du business plan*
  - **Ateliers thématiques :**

Journées ou demi-journées consacrées au développement de thèmes comme par exemple : vente directe, vente en ligne, finance et vin, étiquetage, etc.
  - **Projet "Microentreprise" :**

Projet transversal qui est initié au 2<sup>ème</sup> semestre et poursuivi jusqu'au terme des études.

- Bibliographie :
- Business Model Nouvelle Generation, Osterwalder, Pigneur, Edition Pearson, 2011, EAN13:9782744064876
  - Le guide pratique du Business Plan, Genilem

## Marketing (2 périodes hebdomadaires)

- Compétences visées :
- Comprendre les concepts de base de marketing mix
  - Pouvoir les restituer dans la réalité
  - Elaborer un plan marketing synthétique dans le cadre d'un Business plan

Contenu du cours :	<p>Exposer des concepts du « marketing mix » énumérés ci-dessous, travail d'équipe sur les sujets traités en classe ainsi que ceux exposés dans les lectures programmées. Présentation finale.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stratégies produit, marque, prix et distribution</li> <li>• Communication</li> <li>• Promotion de vente et publicité</li> <li>• Merchandising</li> </ul>
Bibliographie :	Kotler [et al.], Marketing Management, 13e édition ISBN 978-2-7440-7345-8
Descriptif de module validé le :	26 août 2020
Par :	Alexandre Mondoux