
 Haute Ecole Spécialisée de Suisse occidentale Fachhochschule Westschweiz University of Applied Sciences and Arts Western Switzerland	Descriptif de module Filière Bachelor en Viticulture et Œnologie	 CHANGINS haute école de viticulture et œnologie
Crédits ECTS : 6	EcoGest II	2021-2022 (S2)
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** :
 - 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

Le projet Microentreprise sert de cadre de réflexion stratégique et de terrain d'application pour l'élaboration 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^{ème} 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 la recherche marketing
 - Pouvoir les restituer dans leur pratique quotidienne
 - Elaborer un travail de recherche marketing synthétique dans le cadre d'un Business plan

Contenu du cours :	<p>Exposer les concepts de la recherche marketing et se familiariser avec quelques axes de recherche académique à l'aide d'articles scientifiques.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introduction aux concepts fondamentaux (quanti, quali, population, échantillonnage, biais, construction de questionnaires, mystery shopping, etc) • Lecture et présentation d'articles scientifiques en travail de groupe. • Préparation d'une recherche marketing adapté à leur projet de micro-entreprise dans l'objectif de tester l'un ou l'autre des éléments du marketing mix ou de l'identité de marque qu'ils développent. • Présentation finale.
Bibliographie :	Kotler [et al.], Marketing Management, 13e édition ISBN 978-2-7440-7345-8
Descriptif de module validé le :	30 juin 2021
Par :	Alexandre Mondoux