

Détail des matières

<p>I/ Enseignements fondamentaux</p> <p>Regroupés en trois unités d'enseignements autonomes :</p>
<p>1) Marchés, national et international, des vins (80 heures)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Economie des échanges internationaux, appliquée aux vins. ▪ Economie des marchés viticoles ▪ Connaissance des marchés internationaux des vins ▪ Techniques d'exportation appliquées aux vins.
<p>2) Marketing des vins (80 Heures)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Eléments fondamentaux du marketing ▪ Marketing management ▪ Plan marketing et plan d'action commercial ▪ Force de vente ▪ Communication ▪ Politique de distribution
<p>3) Techniques d'accompagnement (80 heures)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Anglais commercial, appliqué au commerce des vins ▪ Législation viti-vinicole, nationale et européenne ▪ Droit international et litiges commerciaux ▪ Démarche qualité : A.O.C. – Labels – Certification, etc... ▪ Financement des opérations et couverture des risques.
<p>II/ Enseignements complémentaires</p> <p>Une unité d'enseignements (140 heures)</p>
<p>1) Les bases techniques</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Viticulture (terroir- plante- interventions) ▪ Œnologie (élaboration, composition, connaissance du produit).
<p>2) L'ensemble viti-vinicole régional</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Structures de transformation et de mise en marché ▪ Institutions viti-vinicoles.
<p>3) Les éléments de base de gestion des entreprises</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestion commerciale ▪ Gestion financière et prévisionnelle ▪ Gestion administrative et ressources humaines ▪ Interdépendance des fonctions de l'entreprise.
<p>4) La méthodologie de travail et les techniques quantitatives</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Méthodologie et conduite du travail ▪ Techniques quantitatives au service du marketing