



Conditions d'accès

Niveau Bac +2 :

- L2 biologie, Langues, Droit, AES...
- DUT Génie biologique ou DUT TC
- BTS viticulture œnologie, technico-commercial boissons vins et spiritueux, IAA...
- Ouverture à d'autres titres homologués de niveau III ou attestant de l'obtention 120 ECTS dans le champ professionnel visé.

Durée de la formation

1 an

Stages

3 mois dont 6 semaines à l'étranger (12 ECTS).

Perspectives après cette formation

- Responsables produits
- Assistants marketing ou commerciaux en entreprises de commercialisation du vin
- Responsables de marché, des ventes
- Viticulteurs pratiquant de la vente directe au caveau

Objectifs de cette formation

Face au contexte de mondialisation du marché du vin :

- Vous permettre de maîtriser la connaissance des vins de terroirs français
- Vous apprendre à valoriser ces produits dans une démarche marketing
- Vous outiller pour relever les nouveaux défis des marchés internationaux

Objectifs de cette formation

Les cours et travaux dirigés sont basés sur de véritables partenariats avec les professionnels qui interviennent en cours et confient des projets concrets aux étudiants.

La pédagogie est proche du terrain :

Etude de cas en groupe, simulations d'entreprises, dossiers professionnels, stages...

Modules Généraux		Modules Professionnels	
Le produit, le terroir : Caractéristiques physico chimiques du vin Analyses sensorielles Terroirs et régions viticoles	133H (10 ECTS*)	Communication : Anglais Informatique Expression	56H (6 ECTS*)
L'entreprise et son environnement : Economie générale Environnement réglementaire Qualité des produits	84H (6 ECTS*)	Outils méthodologiques : Analyse et traitement de données Gestion de projets Gestion de ressources humaines	70H (6 ECTS*)
Marché, marketing et commerce international	126H (10 ECTS*)	Projet tutoré	139H (10 ECTS*)

