



# Diplôme d'Université

## Gestion et Management des entreprises vitivinicoles

### Programme et Tarifs

| Modules de formation  | Eléments pédagogiques   | Tarif               |
|---|---|---------------------|
| <p><b>Module 1 (33 heures)</b></p> <p><b>Gestion économique et financière d'une entreprise vitivinicole</b></p> | <p><b>Introduction</b></p> <p>Maitriser les différentes fonctions de l'entreprise vitivinicole, de la production à la commercialisation.</p> <p>Maitriser l'environnement et le contexte viticole : douane, inter pro, institut</p>   | <p><b>700 €</b></p> |
|   | <p><b>Assurer la gestion économique et financière</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Évaluation des stocks</li> <li>• Assurer la gestion comptable (compte de résultat prévisionnel, compte d'exploitation)</li> <li>• Compte de résultat prévisionnel</li> <li>• Compte d'exploitation</li> <li>• Adapter et optimiser les seuils de rentabilité</li> <li>• Calculer et analyser les coûts de production</li> <li>• Indicateurs de performance : mise en place et suivi</li> </ul> |                     |
|   | <p><b>Gérer la logistique</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Définition de la logistique et approche des flux existants : flux physiques, flux d'informations, flux financiers</li> <li>• Logistique amont et aval : implantation d'un bâtiment, organisation d'un entrepôt, achat/approvisionnement, stockage, production, transport, distribution, e-commerce, développement durable</li> </ul>   |                     |

| Modules de formation  | Éléments pédagogiques   | Tarif               |
|---|---|---------------------|
| <p><b>Module 2 (33 heures)</b></p> <p><b>Gestion commerciale et marketing appliqués à une entreprise vitivinicole</b></p> | <p><b>Le concept et les outils du marketing</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Démarche marketing et concepts clés</li> <li>• Analyse du marché</li> <li>• Décisions stratégiques en marketing : segmentation, ciblage, positionnement, export</li> <li>• Marketing mix</li> <li>• Marketing stratégique et opérationnel</li> </ul> | <p><b>700 €</b></p> |
|   | <p><b>Organiser et adapter son activité commerciale</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aménagement d'un point de vente, d'un stand</li> <li>• Opérations de promotion</li> <li>• Veille commerciale</li> <li>• Communication commerciale</li> </ul>   |                     |
|   | <p><b>Négocier des achats et des ventes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Outils de prospection</li> <li>• Techniques de négociation</li> <li>• Gestion de la relation client</li> <li>• Gestion de la relation fournisseur</li> </ul>   |                     |

| Modules de formation   | Éléments pédagogiques   | Tarif               |
|--|---|---------------------|
| <p><b>Module 3 (33 heures)</b></p> <p><b>Management appliqué à une entreprise vitivinicole</b></p> | <p><b>Maitriser les règles de base du droit social/du travail</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relations collectives de travail : institutions représentatives du personnel, conventions collectives</li> <li>• Relations individuelles de travail : durée du travail, repos, congés, rémunération, contrats de travail, conflit individuel du travail</li> <li>• Veille juridique</li> </ul> <hr/> <p><b>Management d'équipe</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rôles, missions et compétences du manager</li> <li>• Recrutement et intégration des salariés</li> <li>• Détermination des objectifs, suivi et évaluation</li> <li>• Motivation et valorisation</li> <li>• Système de rémunération</li> <li>• Promotion et formation</li> <li>• Stimulation</li> <li>• Gestion des risques</li> </ul> <hr/> <p><b>Management par la qualité et la traçabilité</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Définition et historique de la qualité</li> <li>• Référentiels qualité : normes, labels, certifications, HACCP, ...</li> <li>• Outils de la qualité</li> <li>• Système d'information de la qualité</li> <li>• Développement durable et responsabilité sociétale de l'entreprise (RSE)</li> <li>• Veille réglementaire</li> </ul> | <p><b>700 €</b></p> |
| <p><b>Module 4 (33 heures)</b></p> <p><b>Stratégie et prospective</b></p>                          | <p><b>Maitriser les différents cycles de vie de l'entreprise viticole : de l'installation à la transmission</b></p> <p><b>Identifier les différentes stratégies d'entreprises existantes</b></p> <p><b>Choisir les scénarios en phase avec le cadre de référence de l'exploitation</b></p> <p><b>Envisager des scénarios d'évolutions possibles</b></p> <p><b>Formaliser le plan d'action du scénario retenu</b></p> <p><b>Approche globale des risques</b></p>   | <p><b>700 €</b></p> |

La formation peut se suivre dans son intégralité. Dans ce cas le tarif est de **2 500 €**.  
Elle est aussi accessible par module au tarif de **700 €** le module.