



HAL
open science

Licence professionnelle Responsable commercial vins et réseaux de distribution

Rapport Hcéres

► **To cite this version:**

Rapport d'évaluation d'une licence professionnelle. Licence professionnelle Responsable commercial vins et réseaux de distribution. 2014, Université Montpellier 1 - UM1. hceres-02038657

HAL Id: hceres-02038657

<https://hal-hceres.archives-ouvertes.fr/hceres-02038657>

Submitted on 20 Feb 2019

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



agence d'évaluation de la recherche
et de l'enseignement supérieur

Section des Formations et des diplômes

Rapport d'évaluation de la licence professionnelle



Responsable commercial vins et
réseaux de distribution

de l'Université Montpellier 1 –
UM1

Vague E – 2015-2019

Campagne d'évaluation 2013-2014



agence d'évaluation de la recherche
et de l'enseignement supérieur

Section des Formations et des diplômes

En vertu du décret du 3 novembre 2006¹,

- Didier Houssin, président de l'AERES
- Jean-Marc Geib, directeur de la section des formations et diplômes de l'AERES

¹ Le président de l'AERES « signe [...], les rapports d'évaluation, [...] contresignés pour chaque section par le directeur concerné » (Article 9, alinea 3 du décret n°2006-1334 du 3 novembre 2006, modifié).

Evaluation des diplômes Licences Professionnelles – Vague E

Evaluation réalisée en 2013-2014

Académie : Montpellier

Établissement déposant : Université Montpellier 1 – UM1

Académie(s) : /

Etablissement(s) co-habilité(s) : /

Spécialité : Responsable commercial vins et réseaux de distribution

Secteur professionnel : SP5-Echange et gestion

Dénomination nationale : SP5-3 Commerce

Demande n S3LP150009123

Périmètre de la formation

- Site(s) (lieux où la formation est dispensée, y compris pour les diplômes délocalisés) : SupAgro à Montpellier.
- Délocalisation(s) : /
- Diplôme(s) conjoint(s) avec un (des) établissement(s) à l'étranger : /
- Convention(s) avec le monde professionnel : /

Présentation de la spécialité

Ouverte en 2001, la licence professionnelle (LP) *Responsable commercial vins et réseaux de distribution* vise à former des étudiants en formation continue ou en alternance à la commercialisation des vins dans différents circuits de distribution ayant à la fois une bonne connaissance du produit, de sa qualité et de la filière vitivinicole ainsi qu'une maîtrise du conseil, de la vente et de l'animation commerciale. Les métiers visés sont : technico-commercial, commercial grands comptes en négoce central, coordinateur de circuits de distribution, responsable marketing-vente-achat... dans l'ensemble de la filière vitivinicole (de l'amont à l'aval et dans les filières annexes).

Cette formation, portée en partenariat par l'Institut des Sciences de l'Entreprise et du Management (ISEM) de l'Université Montpellier 1 et Montpellier SupAgro est proposée en contrats de professionnalisation et accueille quelques étudiants en formation continue.

Elle s'inscrit dans la continuité de l'offre de formation de deuxième année des licences tertiaires de l'ISEM, des BTS de SupAgro et des autres BTS et DUT des domaines tertiaires et techniques vitivinicoles d'autres établissements.

Elle complète l'offre de formation nationale de licences professionnelles sur la commercialisation des vins et présente la spécificité de développer de manière particulièrement approfondie les aspects techniques de la qualité et de la dégustation.

Elle est seule dans sa région, avec une autre licence professionnelle spécialisée sur le droit de cette même filière. Elle s'inscrit dans un contexte national et régional où le secteur économique du vin, particulièrement important et performant, doit veiller à dynamiser ses pratiques commerciales aussi bien en France qu'à l'export.

Synthèse de l'évaluation

- Appréciation globale :

La formation permet, en 450 heures d'enseignement découpées très logiquement en trois unités d'enseignement (UE) académiques, de faire acquérir les connaissances nécessaires pour participer à la commercialisation des vins : la connaissance des vins (de l'élaboration à la dégustation), de la commercialisation et des réseaux de distribution du vin et enfin, des techniques transversales de communication et d'une langue vivante appliquée à la spécialité (le passage du TOEIC constitue un plus). Cependant, l'absence d'un programme pédagogique détaillé ne permet pas d'apprécier la cohérence du contenu pédagogique des différentes UE. Les modalités d'enseignement combinent à chaque fois le théorique et la pratique adaptée à la matière (séances pratiques d'analyse sensorielle, jeux de rôles...). Son organisation s'inscrit globalement dans la réglementation des LP.

Le projet tuteuré de 135 heures, proposé par l'équipe pédagogique, mené en groupe de quatre ou cinq étudiants, soutenu par un cours de 10 heures de méthodologie et de rédaction de rapport et encadré par un enseignant (10 heures de tutorat) est bien intégré dans le processus de formation : il consiste à mener des études ou des actions pour participer au développement de la formation (organisation de portes ouvertes, élaboration d'outils de communication, analyse des débouchés..) ou pour avoir une meilleure connaissance du secteur (voyages d'études, études de marché...).

Le stage en entreprise de 34 semaines présente les mêmes qualités en termes d'organisation et de suivi. Les tuteurs en entreprises bénéficient d'une formation de trois jours mais le taux effectif de présence des entreprises n'est pas précisé. Les étudiants sont accompagnés, deux mois avant la rentrée, dans leur recherche d'entreprise d'accueil.

Chaque UE est évaluée par un contrôle continu et/ou final (écrit ou oral, individuel ou collectif). Il aurait été intéressant de le faire figurer clairement par matière. Le rythme est de un mois de cours/un mois en entreprise, permettant d'augmenter la zone géographique des entreprises d'accueil. Les cours se déroulent en groupes entiers sauf certaines séances de dégustation. Une mise à niveau en technique ou commerce a lieu en début de formation mais il manque des précisions sur la prise en compte effective de la diversité des publics. La formation porte une attention toute particulière à l'accueil des salariés en activité (formation possible en trois ans) et des personnes handicapées (enseignante référente). La professionnalisation de la formation est importante (jurys de dégustation avec un syndicat professionnel, implication des professionnels...).

Des enquêtes d'insertion à six et 18 mois sont menées tous les ans de manière très professionnelle (logiciel sphinx, relance téléphonique) et ce, sur la base d'un questionnaire très complet (questions sur le niveau de responsabilité, de satisfaction des anciens...). Le taux de réponse est excellent et atteint même les 100 % en 2012. Sur les 60 réponses obtenues sur les trois ans, 37 sont en emploi, cinq sont en recherche d'emploi, 10 sont volontairement sans emploi (année sabbatique à l'étranger...) et huit poursuivent leurs études. Plus de 20 % ont trouvé leur emploi avant la fin de la formation et 80 % en moins de deux mois après le début de leur recherche effective. Les postes sont en lien avec les métiers préparés et 30 % travaillent dans la région. La poursuite d'études est à surveiller, en moyenne à 13 %, elle est montée en 2012 à 20 %. Elle se fait néanmoins quasiment uniquement en master. Ces bons résultats d'insertion confortent le rôle de la licence professionnelle.

Près de 60 % des heures sont dispensées par des professionnels qui donnent une vraie valeur ajoutée à la formation en intervenant notamment sur le cœur de métier et en jouant un rôle majeur dans leur participation aux stages, au comité d'animation pédagogique, aux simulations d'entretiens... Il aurait néanmoins été souhaitable de préciser la formalisation des partenariats professionnels (convention, prestation de services, mise à disposition..) et de préciser leur rôle spécifique dans l'évolution de la spécialité. Les organismes paritaires collecteurs agréés (OPCA) participent au montage des contrats de professionnalisation. Un partenariat est à l'étude pour le développement de l'apprentissage avec le centre de formation des apprentis de l'EPL de Montpellier et une convention existe avec le conseil régional pour favoriser l'accès des demandeurs d'emplois à la formation. Il aurait été intéressant de préciser le nombre de demandeurs d'emploi accueillis sur ce dispositif. Ces nombreux contacts ancrent véritablement la formation dans son environnement socio-économique.

L'équipe pédagogique se compose d'enseignants de l'ISEM, de SupAgro, d'un lycée agricole (une coordination étroite existe entre ces trois entités) auxquels s'ajoutent les différents professionnels. Le comité d'animation pédagogique se réunit au moins une fois par an pour réaliser le bilan de l'année et identifier les actions d'amélioration. Le comité de pilotage réunissant les directeurs des trois composantes académiques entérine les propositions. Des relevés de conclusions sont joints en annexe. On ne comprend pas bien comment sont prises en compte les remontées des étudiants : sont-ils présents aux réunions ? De plus, il aurait été intéressant de faire une synthèse intermédiaire des relevés de décision ; les recommandations retenues apparaissent seulement sous la forme intéressante mais réductrice des modifications mineures apportées à la formation (conférences en langue anglaise et sur la responsabilité sociétale et environnementale).

SupAgro est certifié ISO 9001 pour la gestion administrative et pédagogique de la LP. Aucune information n'est délivrée concernant les liens avec d'autres formations pour renforcer l'attractivité de la formation. Celle-ci est néanmoins très bonne, le taux « candidats/effectif » se montant à plus de quatre, deux années sur trois et les effectifs sont en hausse (au-dessus de 25 les deux dernières années). Les inscrits viennent en grande majorité de BTSA (notamment du lycée agricole de Montpellier) et BTS tertiaires, beaucoup plus ponctuellement de L2 et de DUT. La formation tout au long de la vie serait à développer. Le taux de réussite est en moyenne de 94 %. Il avait été demandé de revoir à la hausse le volume horaire de la formation, ce qui a été fait (450 heures hors projet tuteuré au lieu de 395 heures précédemment). L'argumentaire du dossier présenté est détaillé (notamment tableaux complets, listes bien établies, annexes venant crédibiliser les propos) et reflète un travail et une formation de qualité. Malgré tout, certaines informations sont disséminées dans différentes rubriques et ont pu gêner l'analyse du dossier.

- Points forts :
 - Les objectifs en pleine adéquation avec les besoins de la profession et le programme correspondant.
 - Le suivi et la qualité de l'insertion professionnelle.
 - L'implication de professionnels et la qualité de l'équipe pédagogique.
 - L'attractivité de la formation.
 - L'adaptation à un public diversifié.

- Points faibles :
 - L'absence de programme pédagogique détaillé, ne permettant pas d'apprécier la cohérence du contenu des UE.
 - La faible clarté du dossier.
 - Le taux de poursuite d'études à surveiller.
 - La formalisation insuffisante des partenariats professionnels.

- Recommandations pour l'établissement :

L'augmentation récente des poursuites d'études est à surveiller avec attention. Il conviendrait bien sûr d'en analyser les causes et apporter les réponses nécessaires.

Le développement de la formation par apprentissage et de la validation des acquis de l'expérience, serait également souhaitable.

Enfin, la prise en compte de l'évaluation des étudiants dans le processus d'amélioration continue mérite d'être éclaircie.



Observations de l'établissement



Université Montpellier 1

AES
droit, Sc. politique
Economie
IPAG
ISEM
Médecine
Odontologie
Pharmacie
STAPS

Evaluation des diplômes

Licences Professionnelles – Vague E

Evaluation réalisée en 2013-2014.

Académie : Montpellier

Etablissement déposant : Université Montpellier 1 – UM1

Spécialité : Responsable commercial vins et réseaux de distribution

Secteur Professionnel : SP5-échange et gestion

Dénomination nationale : SP5-3 Commerce

Demande n° : S3LP150009123

Observations sur la mention :

Le contenu détaillé de la formation est joint ci-dessous.

Le taux effectif de présence des tuteurs en entreprise ayant suivi une formation de 3 jours (les trois dernières années où ce dispositif fonctionnait) est précisé : 6 en 2009 (35%), 6 en 2010 (35%), 10 en 2011 (34%). Entre 2012 et 2013, SupAgro / ISEM n'a pas organisé de formation de tuteur, faute d'un nombre suffisant de participants. En 2014, 5 tuteurs ont assisté à la réunion d'information (demi-journée) soit 16%.

La formalisation des partenariats professionnels est précisée : sur les trois dernières années, 82 contrats de professionnalisation ont été validés. Chaque contrat a fait l'objet d'une convention de partenariat avec l'employeur. Autre exemple de partenariat, celui établi avec le syndicat des producteurs de vin de pays d'Oc. Une convention a été établie pour fixer le cadre de la participation des étudiants de la licence aux commissions de dégustation permettant l'obtention de l'IGP Pays d'Oc.

Le nombre de demandeurs d'emploi accueillis dans la licence via la convention signée avec la Région est de 9 sur les trois dernières années.

Les remontées des étudiants sont prises en compte de la façon suivante : un questionnaire de satisfaction sur la formation est rempli par les étudiants en fin de formation. Un tour de table est organisé avec l'ensemble de la classe et vient compléter la remontée d'information sur les points positifs et ceux à améliorer. Ce tour de table fait l'objet d'un compte-rendu. Une synthèse des questionnaires Sphinx est réalisée. Ces deux documents sont présentés et discutés lors du comité d'animation pédagogique (auquel les étudiants ou leur représentant-délégué ne participent pas).

Fait à Montpellier

Le Président de l'Université Montpellier 1

Philippe AUGÉ

REFERENTIEL PEDAGOGIQUE

Licence Professionnelle en alternance « Responsable commercial vins et Réseaux de distribution »

Unité d'Enseignement :	UE 1 – Connaissance des vins : de l'élaboration à la dégustation
Enseignement :	« Signes de qualité et certification »
Volume horaire :	15 h

Responsable pédagogique du module:	Fabien PREVOT
Autres intervenants :	Paul BOUNAUD. Yann CHABIN

Objectifs du module :	<ul style="list-style-type: none">-Connaître les principaux signes de qualité des vins (volontaires ou réglementaires) en France et en Europe-Savoir utiliser les signes de qualité comme des arguments de vente adaptés aux différents circuits de distribution
Contenu du module:	<ul style="list-style-type: none">-Introduction. Qualité d'un produit alimentaire. Signes d'identification de la qualité et de l'origine. Reconnaissances de qualité européennes. Cours.-Appellations d'origine contrôlée / protégée : présentation et perspectives. Suivi aval de la qualité. L'exemple de l'IGP Pays d'Oc.-Travail personnel : réalisation d'un diagnostic qualité de la structure d'accueil. Analyse des données et mise en forme en TD.-Travail en groupes : conception d'une animation en point de vente sur la valorisation de produits labellisés. TD. Soutenance finale.-Qualité environnementale. Responsabilité sociétale et développement durable. Synthèse. Cours / Conférences.
Méthodes pédagogiques :	<p>Comment utilisez-vous les missions des stagiaires (alternance en entreprise) à des fins pédagogiques ?</p> <p>Chaque étudiant réalise un diagnostic sur la gestion de la qualité dans son entreprise (à chaque période en entreprise, une facette de la qualité est abordée), avec remise d'un document écrit.</p>
Support de cours :	<input checked="" type="checkbox"/> Polycopié <input checked="" type="checkbox"/> Photocopie du Power Point <input type="checkbox"/> Autres :

Méthodes d'évaluation (type d'examen) : Contrôle continu = le diagnostic qualité (individuel).
Contrôle final = la soutenance du travail de groupe.

Bibliographie :

Ouvrages, Revues, CD Roms etc. :

Le bon vivant, une alimentation sans peur et sans reproche (P.Feillet, INRA Editions, 2002)

La qualité des produits agricoles, premières notions (P.Muller, Educagri Editions 2004)

Guides de bonnes pratiques hygiéniques (*filière vins*), Les Editions des journaux officiels
(www.journal-officiel.gouv.fr)

L'HACCP en 12 phases (F.Genestier, Collection A savoir, Ed. Afnor, 2002)

Démarches Qualité-Environnement aux vignobles et aux chais, Vigne et vin publications
internationales

Sites Internet recommandés :

<http://agriculture.gouv.fr/sections/thematiques/alimentation>

www.inao.gouv.fr

Unité d'Enseignement 1 :	UE 1 – Connaissance des vins : de l'élaboration à la dégustation
Enseignement :	« Bases techniques d'une production durable »
Volume horaire :	20h

Responsable pédagogique du module:	Didier OLLE
Autres intervenants :	Marjorie SPURR & Jacques FANET

Objectifs du module :	<ul style="list-style-type: none"> - rappeler ou donner les toutes premières bases de la viticulture, compréhensibles pour un apprenant n'ayant pas de pré requis en sciences du végétal et en viticulture - donner les bases de connaissance accessibles et utilisables par des commerciaux, sur le concept de terroir viticole - donner des éléments de connaissance de base sur la gestion technique d'un vignoble et le raisonnement de la vendange, utiles et utilisables pour et par des commerciaux. - approcher le concept de terroir comme construction humaine, art de vivre.
------------------------------	---

Contenu du module:	<ul style="list-style-type: none"> - le cycle de développement de la vigne - la croissance végétative et racinaire - la floraison - la croissance du fruit et sa composition - bases en physiologie de la vigne - les indicateurs d'équilibre de la vigne : utilité et limite - le concept de terroir viticole : les bases et son raisonnement - le raisonnement des potentialités de la vendange : éléments de réflexion.
---------------------------	--

Méthodes pédagogiques :	<p>Support de cours : <input type="checkbox"/> Polycopié <input type="checkbox"/> Photocopie du Power Point</p> <p style="padding-left: 40px;"><input type="checkbox"/> Autres : visites d'exploitation et dégustation</p>
--------------------------------	--

Méthodes d'évaluation (type d'examen) :	Contrôle final: problématique par groupe 3 à 4. Présentation orale
--	---

Bibliographie :	<i>Ouvrages, Revues, CD Roms etc. :</i>
Sites Internet recommandés :	cg34, IHEV.

UE 1 – Connaissance des vins : de l'élaboration à la dégustation

Enseignement :	« Technique vinicole » Technologie viticole / procédés de vinification
Volume horaire :	30 h

Responsable pédagogique du module:	Marjorie SPURR
Autres intervenants :	Didier OLLE

Objectifs du module :	⇨ Donner aux étudiants les bases des techniques de vinification. ⇨ Connaissances en techniques comme outils dans l'argumentaire de vente ⇨ Les principales étapes des vinifications. ⇨ Les différents types de vin.
Contenu du module:	Définitions législatives et techniques – Sous-produits de la filière viti-vinicole. Typologie des opérations de vinification. Typologie des vins. - Fondements techniques de la notion de gamme Les principales étapes des vinifications en vins blancs, rouges et rosés secs. Les principales étapes des vinifications en vins doux. Construction d'un argumentaire de vente à partir de données techniques (2 études de cas avec formateur en technique de commercialisation). Le contrôle continu sous forme d'études de cas, participe de la formation
Méthodes pédagogiques :	
Support de cours :	<input type="checkbox"/> Polycopié <input type="checkbox"/> Photocopie du Power Point <input type="checkbox"/> Autres :
Méthodes d'évaluation (type d'examen) :	
Bibliographie :	
<i>Ouvrages, Revues, CD Roms etc. :</i>	
Sites Internet recommandés :	

Unité d'Enseignement :	UE 1 – Connaissance des vins : de l'élaboration à la dégustation
Enseignement :	« Evaluation sensorielle »
Volume horaire :	30 h

Responsable pédagogique du module:	Marjorie SPURR
Autres intervenants :	Antoine BETH

Objectifs module :	<p>du L'analyse sensorielle comme moyen d'appréciation des qualités organoleptiques des vins en vue :</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ de positionner un vin au sein d'une gamme commerciale, ⇒ de reconnaître les principaux défauts organoleptiques des vins, ⇒ de répondre aux attentes des acheteurs. ⇒ de l'apprentissage du profil sensoriel des régions viticoles abordées en géographie-viticole.
---------------------------	---

Contenu module :	<p>du <i>Séances 1</i> Concepts et définitions liés à l'analyse sensorielle Approche méthodologique de l'analyse sensorielle des vins. <i>Séance 2, 3 et 4</i> Dégustation des vins rouges, des vins blancs et des vins rosés <i>Séance 5</i> Dégustation et terroir..... <i>Séance 6</i> Commenter pour vendre (1/2) <i>Séance 7</i> Commenter pour vendre (2/2) <i>Séance 8</i> Les défauts des vins <i>Séance 9</i> L'assemblage.</p>
-------------------------	--

Méthodes pédagogiques :	Comment utilisez-vous les missions des stagiaires (alternance en entreprise) à des fins pédagogiques ?
Support de cours :	<input type="checkbox"/> Polycopié <input type="checkbox"/> Photocopie du Power Point <input type="checkbox"/> Autres :

Méthodes d'évaluation (type d'examen) :	
Bibliographie :	Ouvrages, Revues, CD Roms etc. :

Sites Internet recommandés :

Unité d'Enseignement :	UE 1 – Connaissance des vins : de l'élaboration à la dégustation
Enseignement :	« Géographie viti-vinicole »
Volume horaire :	30 h

Responsable pédagogique du module:	Marjorie SPURR
Autres intervenants :	Didier OLLE. Mickaël GARRICK. Claude SERRA ; Christian BRASSEUR

Objectifs module :	du L'étude des régions viticoles françaises se fera à l'aide d'une dégustation de 6 vins par région étudiée.
---------------------------	--

Contenu module:	<p>du 1. Etude des régions viticoles françaises</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Alsace 2. Bordeaux 3. Bourgogne et beaujolais 4. Champagne 5. Jura et Savoie 6. Languedoc-Roussillon 7. Provence et Corse 8. Sud-Ouest 9. Vallée de la Loire 10. Vallée du Rhône <p>A travers :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Situation géographique précise. - Historique : les dates importantes à retenir. - L'actualité des chiffres. - Les éléments du terroir : sol, climat, encépagement, techniques locales. - Les appellations dans les régions de production. - Quelques données économiques et commerciales. - Bilan qualitatif global et perspectives d'avenir. <p>2. Etudes des autres vignobles mondiaux A travers :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les données chiffrées. - Les principales régions de production. - La réglementation existante. - Bilan qualitatif global et perspectives d'avenir.
------------------------	---

Méthodes pédagogiques :	Comment utilisez-vous les missions des stagiaires (alternance en entreprise) à des fins pédagogiques ?
Support de cours :	<input type="checkbox"/> Polycopié <input type="checkbox"/> Photocopie du Power Point <input type="checkbox"/> Autres :

Méthodes d'évaluation (type d'examen) :

Bibliographie :

Ouvrages, Revues, CD Roms etc. :

Sites Internet recommandés :

Unité d'Enseignement :	UE 2 – Projet tuteuré
Enseignement :	Projet tuteuré
Volume horaire :	145 h

Responsable pédagogique du module:	Marc BOUSIGE, Didier OLLE
Autres intervenants :	Fabien PREVOT, Bruno AYON, Antoine BETH

Ce document est destiné à l'étudiant et au tuteur-enseignant.

« La licence professionnelle réalise une mise en contact réelle de l'étudiant avec le monde du travail de manière à lui permettre d'approfondir sa formation et son projet professionnel et à faciliter son insertion dans l'emploi [...]. La pédagogie doit faire une large place à l'initiative de l'étudiant et à son travail personnel, pour mettre en œuvre les connaissances et les compétences acquises » (extrait de l'arrêté du 17 novembre 1999 relatif à la licence professionnelle).

Le projet tuteuré constitue donc une unité d'enseignement à part entière (au moins un quart du volume de la formation, hors stage). Pour accéder au diplôme, en plus d'obtenir une moyenne générale égale ou supérieure à 10 sur 20, l'étudiant doit avoir une moyenne égale ou supérieure à 10 sur 20 à l'ensemble constitué du projet tuteuré et du stage.

1) Objectifs du projet tuteuré :

- Prendre conscience de la réalité professionnelle par une étude de cas concret.
- Développer une méthodologie de travail : analyser une situation, élaborer une réponse à une problématique, définir des actions en lien avec le thème de la licence en réponse aux attentes des professionnels.
- Etre capable d'apporter une réponse structurée, de faire des propositions argumentées dans un délai donné.
- Apprendre à travailler en équipe.
- Prendre des responsabilités et s'insérer dans la vie professionnelle.

2) Organisation du projet tuteuré :

- Un thème de projet tuteuré par groupe de 3 à 4 étudiants.
- Une méthodologie de « conduite de projet » est recommandée par l'équipe pédagogique : cf cours de D.Verscheure en début d'année.
- Tout au long de l'année, des créneaux horaires sont réservés dans l'emploi du temps pour le projet tuteuré avec une fréquence plus importante au 2^{ème} semestre.

3) Les étapes d'un projet :

- Cadrer le projet : définition du projet, plan d'action, échéancier, budget et validation.
- Conduire le projet : réalisation et contrôle.
- Conclure le projet : rédaction du rapport et présentation.

4) Thèmes et tuteurs :

Les thèmes sont proposés et validés par l'équipe pédagogique (projet, étude de marché, étude documentaire...). A chaque étudiant de se positionner sur l'un des thèmes proposés (le groupe ne doit pas excéder 4).

Chaque groupe est encadré par un tuteur-enseignant faisant partie de l'équipe pédagogique (SupAgro, Université, LEGTA, professionnel), en fonction du thème.

5) Résultats attendus :

- Un dossier synthétique (10-15 pages) : résultats. Annexes : méthodologie (obligatoire : fiche cadrage + fiche planning + comptes-rendus de réunions)

+ 1 communiqué de presse

+ Création d'un blog

Seront évalués la méthodologie employée et les résultats obtenus.

Contrairement au rapport de stage (style académique), il est attendu une certaine créativité pour le dossier « projet tuteuré » (style professionnel).

- Un oral : présentation et valorisation des résultats de l'action

6) Evaluation :

Le jury est composé au minimum de deux enseignants, dont le tuteur, et d'un professionnel. Les enseignants en méthodologie, communication et technologie de l'information sont invités à participer au jury.

- Note de l'écrit
- Note de l'oral :

- 15 minutes d'exposé devant le jury

- un débat de 20 minutes suivra chaque exposé oral. Notation collective.

- Le communiqué de presse et l'oral sont évalués par l'enseignante de communication
- Le blog est évalué par l'enseignant en technologies de l'information

7) Calendrier :

- Choix des projets : période de cours n°1 (Oct-Nov)
- Attribution d'un tuteur-enseignant
- Compléter le livret de suivi
- Journées consacrées au projet tuteuré : cf emploi du temps
- Point à mi-parcours avec les tuteurs pour présenter l'état d'avancement
- Rédaction du dossier + création du blog
- Remise de l'écrit et soutenance orale : à la fin de la dernière période de cours (Juin)

Chaque groupe organisera son propre rythme d'avancement avec son tuteur.

Rappel des 3 étapes du projet tuteuré :

- CADRAGE : à négocier avec le tuteur-enseignant le plus tôt possible.
- REALISATION : à planifier dès le cadrage (choix des dates très important).
- BILAN : à prévoir dans le calendrier pour fournir un écrit complet au moins une semaine avant la soutenance.

Unité d'Enseignement :	UE 3 – Commercialisation et connaissance des réseaux de distribution vins
Enseignement :	« Economie viti-vinicole et Réglementation »
Volume horaire :	15 h + 10 h

Responsable pédagogique du module:	Bruno AYON
Autres intervenants :	Didier Verscheure Marc BOUSIGE

Objectifs du module :	du Etre capable d'analyser la situation économique et réglementaire de la filière viti-vinicole dans le cadre de ses raisons et dans différentes situations commerciales
------------------------------	--

Contenu du module :	du Economie viti-vinicole mondiale, nationale et régionale. Etude des principaux acteurs du marché Réglementation adaptée aux actes de commerces sur les plans nationaux et internationaux. Droit applicables aux fonctions commerciales : salariés et agents.
----------------------------	--

Méthodes pédagogiques :	
Support de cours :	<input checked="" type="checkbox"/> Polycopié <input checked="" type="checkbox"/> Photocopie du Power Point <input type="checkbox"/> Autres :

Méthodes d'évaluation (type d'examen) :	
Bibliographie :	<i>Ouvrages, Revues, CD Roms etc. :</i> Publications de l'Oiv, Viniflor (ex Onivin), Dgddi, Bachuss 2005 à 2008 Manuel de Droit Commercial édition Dalloz
Sites Internet recommandés :	Viniflor.fr, dgddi.gouv.fr

Unité d'Enseignement :	UE 3 - Commercialisation et connaissance des réseaux de distribution
-------------------------------	--

vins	
Enseignement :	« Merchandising »
Volume horaire :	15 h

Responsable pédagogique du module:	Philippe ABRARD
Autres intervenants :	

Objectifs du module : Permettre aux étudiants de découvrir le merchandising dans son application aboutie en grande surface, dans son application à une surface de vente de petite dimension. Les étudiants doivent pouvoir, à l'issue, prendre en compte les données comme influentes sur la rentabilité du linéaire, les contrats liés aux actions de merchandising et l'implication sur les seuils de revente à perte, les prix de vente consommateur ainsi que sur les outils à mettre en œuvre.

Contenu du module:	RENTABILITE DU LINEAIRE ⇒ Les constitutions de prix ⇒ Les marges et les moyens d'action ⇒ Les seuils de revente à perte	Le merchandising ⇒ Définitions ⇒ Les applications ⇒ Les trois grandes tendances
-----------------------	---	---

1. Le merchandising au travers de l'implantation générale d'une surface de vente sur un site

2. Le merchandising et l'implantation interne des rayons

- La circulation, les différentes sortes de trafic.
- Les obstacles physiques et psychologiques.
- La position du rayon, ses avantages, inconvénients, conséquences.

3. La position des produits sur le rayonnage

- Les implantations, les valeurs.
- Les huit grandes logiques d'implantation

4. La rentabilité du linéaire

- Les indices de passage, d'attractivité, de séduction, les indices de sensibilité.
- Les coefficients de rotation.
- Le CA/mld, la marge/mld, etc.

5. Les logiciels de merchandising

9. Les produits et le merchandising

- Les différentes catégories de produits
- Les codes IFLS et la classification au linéaire.
- Les MDD.
- Les premiers prix.

Méthodes pédagogiques :

Support de cours : Polycopié Photocopie du Power Point
 Autres :

Méthodes d'évaluation (type d'examen) : Contrôle continu

Bibliographie : Ouvrages, Revues, CD Roms etc. :

Sites Internet recommandés :

Unité d'Enseignement :	UE 3 - Commercialisation et connaissance des réseaux de distribution vins
Enseignement :	« Marketing Viticole »
Volume horaire :	30 h

Responsable pédagogique du module:	Marc Bousige
Autres intervenants :	Claude HUGONNET. Foued CHERIET

Objectifs du module : Identifier le marché et définir une politique marketing opérationnelle

Contenu du module:

. Le marché du vin et le consommateur

- *Approche des marchés : acteurs, stratégies analyse*
- le consommateur : évolution comportement
- Les études à mettre en place : documentaire, qualitative, quantitative

2 – La mise en place d'une politique commerciale :

Quel (s) produit (s) vendre ? concept, cycle de vie, gestion du produit (marque, gamme, packaging, qualité...)

A quel prix ? fixation du prix, réglementation, le SRP, pratiques, stratégies

Comment communiquer ?

- la publicité : objectifs, mesure, publicité et vin
- Le hors médias : marketing direct, internet, salons et RP, sponsoring, ...

Quelle promotion pour le vin ? définition, techniques promotionnelles, réglementation, vin et promotion

Comment vendre le vin : la prospection, les acteurs, la distribution, la force de vente

Méthodes pédagogiques :

Comment utilisez-vous les missions des stagiaires (alternance en entreprise) à des fins pédagogiques ?

Cours magistral et exemples.

Dossier de présentation par chaque étudiant des marchés de leur entreprise puis de la politique marketing

Support de cours : Polycopié Photocopie du Power Point
 Autres :

Méthodes d'évaluation (type d'examen) : Contrôle continu (dossier) et contrôle terminal 2 h

Bibliographie :

Ouvrages, Revues, CD Roms etc. :

Le marketing PL Dubois, le marketing Koettler, le marketing du vin Rouzet Seguin

Sites Internet recommandés :

Unité d'Enseignement :	UE 3 - Commercialisation et connaissance des réseaux de distribution vins
Enseignement :	« Organisation et animation des réseaux de distribution »
Volume horaire :	25 h

Responsable pédagogique du module:	Marc Bousige
Autres intervenants :	X.DOUTREBENTE. F.JEANJEAN. P.LELAY. M.MASSARDIER. J.MATHIEU. C.MILLIEZ

Objectifs du module :	<ul style="list-style-type: none"> - présenter la distribution du vin - identifier les réseaux de distribution - analyser leurs caractéristiques et spécificités <ul style="list-style-type: none"> • évaluer leurs avantages et inconvénients • choisir une stratégie de réseaux de distribution • animer et gérer les réseaux de distribution
Contenu du module:	<p>Les différents circuits de distribution</p> <ul style="list-style-type: none"> - organisation de la distribution en France - le circuit traditionnel - la GD - Le CHR - La vente directe
Méthodes pédagogiques :	
Support de cours : <input type="checkbox"/> Polycopié <input type="checkbox"/> Photocopie du Power Point <input type="checkbox"/> Autres :	
Méthodes d'évaluation (type d'examen) :	
Bibliographie : <i>Ouvrages, Revues, CD Roms etc. :</i>	
Sites Internet recommandés :	

Unité d'Enseignement :	UE 3 - Commercialisation et connaissance des réseaux de distribution vins
Enseignement :	« Techniques de vente et Négociation »
Volume horaire :	30 h + 10 h

Responsable pédagogique du module:	Richard BARTHES
Autres intervenants :	

Objectifs du module :
<ul style="list-style-type: none"> a. savoir mener une vente en face à face de A à Z (vente itinérante et sédentaire) b. savoir créer et utiliser des outils d'aide à la vente c. être capable de prendre en charge le développement d'une clientèle en toute autonomie d. prendre confiance en soi sur ses aptitudes à la vente et être capable de s'auto évaluer dans un souci de progression personnelle e. travailler son aisance verbale et comportementale
Contenu du module:
<p>Apports théoriques sur les techniques de vente et communication suivis d'applications sous forme de jeu de rôle, filmés et débriefés (en fonction de l'effectif)</p> <p>Visionnage de cassettes d'entretien de vente</p> <p>Création des outils d'aide à la vente</p>
Méthodes pédagogiques :
<p>Support de cours : <input checked="" type="checkbox"/> Polycopié <input checked="" type="checkbox"/> Photocopie du Power Point</p> <p><input type="checkbox"/> Autres :</p>
Méthodes d'évaluation (type d'examen) :
<p><u>Oral</u> : Choix d'une gamme de vin. Elaboration des outils d'aide à la vente. Réalisation d'une vente face à un jury professionnel ;</p> <p><u>Ecrit</u> : préparation de l'argumentaire de vente</p>
Bibliographie :
<p><i>Ouvrages, Revues, CD Roms etc. :</i></p> <p>« <i>Méthodes et astuces pour conquérir de nouveaux clients</i> », Pascal Py Editions d'organisation</p>
Sites Internet recommandés :

Unité d'Enseignement :	UE 3 – Commercialisation et connaissances des réseaux de distribution vins
Enseignement :	« Préparation des vins à la mise en marché »
Volume horaire :	30 h

Responsable pédagogique du module:	Marjorie SPURR
Autres intervenants :	Aurélia CHALAGUIER

Objectifs du module :	<p>⇒ Prendre conscience que la mise en marché des vins se raisonne dès la parcelle.</p> <p>⇒ Connaître les aspects techniques du conditionnement des vins afin d'en conserver la qualité.</p>
------------------------------	---

Contenu du module:	<p>La stabilisation des vins.</p> <p>Les systèmes d'obturation : bouchage liège et technique, capsules vis.</p> <p>Le conditionnement BIB.</p> <p>L'étiquette : lire, concevoir.</p> <p>Les vins sur le marché CHR.</p>
---------------------------	---

Méthodes pédagogiques :	Comment utilisez-vous les missions des stagiaires (alternance en entreprise) à des fins pédagogiques ?
Support de cours :	<input type="checkbox"/> Photocopie <input type="checkbox"/> Polycopié <input type="checkbox"/> Photocopie du Power Point <input type="checkbox"/> Autres :

Méthodes d'évaluation (type d'examen) :	
Bibliographie :	Ouvrages, Revues, CD Roms etc. :
Sites Internet recommandés :	

Unité d'Enseignement :	UE 3 - Commercialisation et connaissance des réseaux de distribution vins
Enseignement :	« Commerce international »
Volume horaire :	20 h

Responsable pédagogique du module:	Didier VERSCHEURE
Autres intervenants :	

Objectifs module :	du Etre capable d'intégrer la démarche export dans la politique globale d' une entreprise du secteur vins
---------------------------	--

Contenu module:	du <ul style="list-style-type: none"> - les étapes, de la prise de décision d'exporter au suivi de la première commande - diagnostic export et étude des marchés - identifier et utiliser les organismes d'aide au commerce extérieur - bâtir une offre commerciale spécifique : adaptation des variables du mix-marketing - maîtriser l'environnement réglementaire, les techniques de paiement, la logistique
------------------------	---

Méthodes pédagogiques :	<p>Comment utilisez-vous les missions des stagiaires (alternance en entreprise) à des fins pédagogiques ?</p> <p>Dossier « diagnostic de l'entreprise » à constituer, présenté oralement à la classe, servant d'évaluation pour l'examen</p> <p>Support de cours : <input checked="" type="checkbox"/> Polycopié <input type="checkbox"/> Photocopie du Power Point <input checked="" type="checkbox"/> Autres : transfert sur clé USB d'éléments projetés</p>
--------------------------------	--

Méthodes d'évaluation (type d'examen) : dossier présenté à la classe

Bibliographie :	<p><i>Ouvrages, Revues, CD Roms etc. :</i></p> <p>Numéros spéciaux du MOCI (UBIFRANCE) ; Revue Viticole Internationale ; Bacchus 2005, 2006, 2008 (éditions La Vigne – DUNOD)</p> <p>Sites Internet recommandés : UBIFRANCE, COFACE, SEPTIMANIE EXPORT, VINIFLHOR, La Journée Viticole, Vitisphère ...</p>
------------------------	--

Unité d'Enseignement :	UE 4 - Communication et Langues
Enseignement :	Langue vivante appliquée « Anglais »
Volume horaire :	60 H

Responsable pédagogique :	<i>Cece HEGELSEN / Dennis CHICK</i>
Autres intervenants :	

Objectifs :	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Etre capable de dialoguer avec un partenaire étranger ➤ Comprendre un document (livre, revue, site internet ...) en langue étrangère
Contenu :	<p>Cours d'anglais qui privilégient l'oral et la conversation, ainsi que la langage commercial lié à la vente du vin.</p> <p><i>(Une autre langue que l'anglais peut être acceptée)</i></p>
Méthodes pédagogiques :	
Support de cours :	<ul style="list-style-type: none"> ○ Polycopié ○ Transparents ○ Power Point ○ Autre : ...dvd, vidéos, livre From Grapes to Glass.....
Méthodes d'évaluation (type d'examen) :	
travaux écrits, conversation en cours/jeu de rôle, présentation à l'oral, examen écrit, foire aux vins dans laquelle les étudiants doivent promouvoir leurs vins en anglais avec un public anglophone.	

Bibliographie :
<ol style="list-style-type: none"> 1) Polycop développé par les intervenants, collection d'articles, exercices adaptés pour les étudiants de commerce et d'œnologie et viticulture. 2) DVD sur la commercialisation du vin par Kaleo Productions 3) Livre « From Grapes to Glass » par C. Douglas Billet, Media Training Corporation 4) Livre: Market Leader pre-Intermediate Business English par David Cotton, Longman/Financial Times 5) Livre: Lexiwine, par Paul Cadiou, Publications C et P Cadiou 6) Livre: Languedoc Roussillon the Wines and Winemakers par Paul Strang, Octopus Publishing 7) Livre: Great Wine, par Andrea Immer, Broadway Books 8) DVDs "Sideways" et "Mondovino"
Sites Internet recommandés :
www.winebusiness-international.com
www.winehq.com
www.winecommune.com
www.wineserver.ucdavis.edu
www.kermitlynch.com/vigneron

Unité d'Enseignement :	UE 4 - Communication et Langues
Enseignement :	« Communication »
Volume horaire :	20 h

Responsable pédagogique du module:	Laurent TEZENAS
Autres intervenants :	

Objectifs du module :	Mieux communiquer à l'écrit et à l'oral
------------------------------	---

Contenu du module:	Principes de communication Les particularités de la communication écrite Ecrits professionnels Communication orale Prise de parole en public Convaincre d'un projet retenu
---------------------------	---

Méthodes pédagogiques :	Comment utilisez-vous les missions des stagiaires (alternance en entreprise) à des fins pédagogiques ?
Support de cours :	<input type="checkbox"/> Polycopié <input type="checkbox"/> Photocopie du Power Point <input type="checkbox"/> Autres :

Méthodes d'évaluation (type d'examen) : soutenance du projet tutoré

Bibliographie :	<i>Ouvrages, Revues, CD Roms etc. :</i>
Sites Internet recommandés :	

Unité d'Enseignement :	UE – 4
Enseignement :	Module : Projet professionnel et Personnel
Volume horaire :	12 h + Forum emploi

Responsable pédagogique du module:	Catherine REDORTIER
Autres intervenants :	APECITA, RH dans le secteur d'activités

Objectifs module :	<p>du Le projet professionnel : identifier les éléments du parcours et les valoriser sur le marché de l'emploi</p> <ul style="list-style-type: none"> - Présentation du Portfolio et animation autour de cet outil de travail, Présentation des critères de recrutement, Insertion des anciens, Architecture des outils de communication - Travaux pratiques sur le CV, lettre de motivation - Savoir valoriser ses valeurs et ses expériences - Savoir argumenter face à un recruteur (simulation d'entretien) - Meilleure connaissance des métiers avec la restitution des interviews d'anciens (fiche métier)
---------------------------	--

Contenu module:	<p>du Bilan : compétences acquises : études + expériences + activités</p> <ul style="list-style-type: none"> - Savoir : connaissances - Savoir-faire : compétences - Savoir être : personnalité - Savoir évoluer : adaptabilité <p>Projet :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Types d'entreprises souhaitées - Auto analyse de ses compétences par rapport au profil du poste <p>Action</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fiche métier : compétences demandées - Portfolio, Blason, Photolangage, etc. - Outils de communication pour recherche entreprise : CV ciblé, Lettre de motivation ciblée, Préparation entretien
------------------------	---

Méthodes pédagogiques :	
Support de cours :	<p><input checked="" type="checkbox"/> Polycopié <input checked="" type="checkbox"/> Diaporama</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Autres : Portfolio (sur le site de SupAgro)</p>

Méthodes d'évaluation (type d'examen) : contrôle continu

Bibliographie :	<p><i>Ouvrages, Revues, CD Roms etc. :</i></p> <p>Sites Internet recommandés : Pour la recherche d'emploi se connecter sur emploi@supagro-alumni.fr ; pour les stages www.supagro.fr/stages ; pour travailler sur ses outils de</p>
------------------------	--

communication, voir les sites adaptés aux différentes thématiques sur le portfolio

Fiches métiers : pour consulter fiche métier et vidéo témoignage

www.apecita.com

<http://www.onisep.fr/Decouvrir-les-metiers>

<http://www2.pole-emploi.fr/espacecandidat/romeligne/RliIndex.do>

http://www.crij-montpellier.com/component/option,com_weblinks/catid,106/Itemid,4/

<http://www.letudiant.fr/metiers/secteur.html>

<http://jd.apec.fr/Emploi->

stage/content/search/%28offset%29/20?SearchText=fiche+m%C3%A9tier&SubtreeNodeId=40989

<http://www.lesmetiers.net/france5/index-fr.php>

Unité d'Enseignement :	UE 4 - Communication et Langues
Enseignement :	« Technologie de l'information »
Volume horaire :	20 h

Responsable pédagogique du module:	Hervé CHAPPERT Maître de conférences ISEM
Autres intervenants :	Elise DELANDE Responsable centre documentation SupAgro Sabine RAGUSI Infographiste service communication SupAgro

Objectifs du module :
Donner aux étudiants des connaissances pratiques en termes d'utilisation des technologies informatique nécessaires aux métiers relevant de la commercialisation des vins.

Contenu du module:

1- Création de site web (Hervé Chappert). 12H.
Objectifs :
- créer un site web statique
- définir une stratégie d'hébergement et de référencement
Cours en lien avec l'intervention d'un professionnel ayant développé une politique commerciale de vente à distance / e-commerce (dans l'UE3 module réseaux de distribution / M.Bousige).

2- Présentation des outils de veille bibliographique (Elise Delande). 2H.
(préalable : avoir visité les bibliothèques centrale et Bartoli)
Objectifs :
-acquérir la démarche de recherche de références nécessaires à la constitution de la bibliographie du mémoire de stage
-présentation des outils de veille
Un outil d'auto-formation en ligne est à l'étude pour compléter la séance.

3- Conception d'un support de communication (Sabine Ragusi). 4H.
Objectifs :
-règles générales de lisibilité, règles graphiques
-création d'un support de communication (TD avec exemple d'outils, à confirmer)

4- Evaluation. 2H.

Méthodes pédagogiques :

Comment utilisez-vous les missions des stagiaires (alternance en entreprise) à des fins pédagogiques ?

Les entreprises des étudiants serviront de support à la création du site Web à réaliser.

Support de cours : Polycopié Photocopie du Power Point

Autres :

Méthodes d'évaluation (type d'examen) : Site Web à réaliser et à présenter

Bibliographie :

Ouvrages, Revues, CD Roms etc. :

Sites Internet recommandés :

Unité d'Enseignement :	UE 5 - Stage en milieu professionnel
Enseignement :	Stage en milieu professionnel
Volume horaire :	490 h

1. Tuteurs

La mission en entreprise est encadrée par le Tuteur-Entreprise. Le suivi pédagogique des étudiants en stage est assuré par les Tuteurs-Ecole : M.Bousige. F.Prévot. M.Spurr. B.Ayon... La mission du tuteur-Ecole est de favoriser l'insertion de l'étudiant dans l'entreprise, tout en maintenant une cohésion avec les études universitaires (cf feuille de route du tuteur, annexe 1).

2. Missions

La mission de stage est menée individuellement par l'étudiant, lors des périodes en entreprise. Il s'agit d'une mission commerciale, en lien avec l'amélioration de la mise en marché des produits, validée par l'employeur au moyen du contrat de professionnalisation. La mission est définie de préférence lors de la formation des tuteurs, en collaboration avec les formateurs. La méthodologie de l'action menée par l'étudiant est également définie de préférence lors de cette formation.

3. Suivi

Trois outils sont utilisés pour assurer le suivi de la mission en entreprise :

- le livret de suivi : l'étudiant le tient à jour et le conserve en permanence avec lui (périodes à SupAgro et périodes en entreprise)
- les comptes-rendus d'activité : l'étudiant adresse un compte-rendu à son tuteur-Ecole tous les 15 jours (cf livret de suivi)
- les rendez-vous ou points téléphoniques : l'étudiant sollicite son tuteur-Ecole ou prend rendez-vous si besoin

Le sérieux et le professionnalisme de l'étudiant sont évalués par le tuteur-Ecole au moyen d'une note (cf point 4, ci-dessous).

La feuille de route pour le tuteur-Ecole est donnée en annexe 1.

4. Evaluation universitaire de la mission en entreprise

Modalités :

- Rapport écrit : doit reprendre les éléments essentiels de l'entreprise, du secteur et la mission confiée. L'étudiant définit le plan de son rapport. Une page de garde « type » et une police unique sont imposées (voir consignes pour la rédaction du rapport en annexe 2).
- Soutenance orale : 15 minutes de présentation (support powerpoint) + 15 minutes de questions + 5 minutes de délibération. La soutenance ne doit pas être un résumé du rapport.

Notation UE 5 :

- 75 % note académique : écrit 50 % + oral 50 %
- 25 % note professionnelle : note donnée par le tuteur-Entreprise 60% + note donnée par le tuteur-Ecole 40% (activités réalisées, respect des délais, qualité des relations étudiant-tuteur Ecole...)

Calendrier :

- Attribution d'un tuteur-Ecole pour le suivi de la mission en entreprise
- Choix du thème du rapport : avant la reprise des cours en Janvier
- Mise à jour permanente du livret de suivi par l'étudiant
- Respect des échéances pour la rédaction du rapport et point avec le tuteur (cf livret de suivi)
- Soutenance orale et remise d'un rapport en 3 exemplaires
- Restitution du livret de suivi dûment complété, pour la délibération de septembre

Annexe 1 :

Feuille de route pour le tuteur-Ecole :

- Contacts téléphoniques réguliers avec le tuteur-Entreprise (minimum trois fois par an)
- Entretiens d'évaluation / debriefing avec l'étudiant, lors des périodes à SupAgro (deux minimum)
- Accusé-réception de tous les documents transmis par l'étudiant
- Programmer une visite en entreprise (minimum une fois par an si possible, période au choix), pour rencontrer le tuteur-entreprise et l'étudiant. Si éloignement trop important, point téléphonique.

Annexe 2 :

Consignes pour la rédaction du rapport :

1- Annexes :

L'annexe est un document qui vient renforcer ou compléter une description ou une démonstration. Il s'agit de photocopie de documents tels que : cartes, dépliants publicitaires, articles de revue, questionnaires utilisés lors d'une enquête, tarifs...ou de documents réalisés par vous. Les annexes doivent être référencées dans le texte par des renvois aux annexes. Le nombre d'annexes doit être limité.

2- Références bibliographiques :

Vous devez indiquer la source, l'origine de toutes les informations que vous présentez :

- pour un ouvrage ou un article, la référence comprend : le nom et le prénom de l'auteur, le titre du document, l'éditeur, l'année et le lieu d'édition.

Ex : DUPONT G., La négociation, Collection NéoGuides, Edition Pic Vert, Paris (1998)

- pour les autres documents, les références les plus précises : plaquette publicitaire, document interne à l'entreprise, résultat d'un entretien avec un responsable,...site web.

3- Présentation matérielle du rapport :

Présentation :

La page de garde du rapport doit mentionner impérativement :

- Institut des Sciences de l'Entreprise et du Management, Université Montpellier I,
- Montpellier SupAgro,
- Licence professionnelle « responsable commercial vins et réseaux de distribution »
- Rapport de stage professionnel (UE 5),
- Présenté par : Prénom, Nom de l'étudiant,
- Titre,
- Sous-titre,
- Mission effectuée dans l'entreprise : Nom de l'entreprise,
- Tuteur-entreprise : Prénom Nom,
- Tuteur universitaire : Prénom Nom,
- Année universitaire.

Page 1 : Titre

Identique à la page de couverture.

Page 2 : L'entreprise et son dirigeant

Le nom du PDG ou Gérant de l'entreprise,

Les noms, adresse, téléphone, fax, mail de l'entreprise d'accueil,

Le nom de votre responsable (tuteur-entreprise) et ses fonctions.

Page 3 : Remerciements

Des remerciements spécifiques et circonstanciés aux personnes qui vous ont aidé et encadré

Page 4 : Sommaire

Le sommaire correspond au plan détaillé du contenu du rapport, y compris les annexes, avec le numéro de page correspondant. Les pages intermédiaires vides destinées à séparer les parties du rapport ne sont pas prises en compte dans la numérotation.

Quatrième de couverture (au dos du rapport) : un résumé en 10-15 lignes + les mots-clés.

Normes techniques :

Le document sera dactylographié et mis en page à l'aide d'un traitement de texte format 21 x 29,7 cm.

La couverture sera la reproduction de la page 1.

Il sera remis en 3 exemplaires : 1 pour votre tuteur universitaire, 1 pour votre tuteur-entreprise, 1 pour la bibliothèque. Les trois exemplaires sont à retourner au secrétariat licences pro. SupAgro, à l'attention de Catherine Redortier, au moins une semaine avant la date prévue pour la soutenance.

Il est recommandé d'adresser le rapport avant édition au PDG par l'intermédiaire du tuteur-entreprise. Le jury peut éventuellement demander à l'étudiant de corriger son rapport avant remise à la bibliothèque.

La police de caractère : Times – la taille du caractère : 12 – l'interligne : normal – les marges : haut 2,5 cm, bas 2,5 cm, gauche 2,5 cm, droite 2,5 cm.

La pagination débute au titre, elle sera centrée.

Le rapport comporte entre 30 et 40 pages (maximum), sans les pages annexes qui seront elles-mêmes numérotées intégralement.