

## DELIBERATION CFVU-069-2020

Vu le code de l'éducation, notamment ses articles L.123-1 à L.123-9, L.712-6-1 et L.719-7 ;

Vu le décret 71-871 du 25 octobre 1971 portant création de l'Université d'Angers ;

Vu les statuts et règlements de l'Université d'Angers ;

Vu les convocations envoyées aux membres de la Commission de la Formation et de la Vie Universitaire le 1er juillet 2020,

**Objet de la délibération : Création de deux nouveaux parcours - LP Métiers du commerce international - « Marketing digital » et « International wine business » – ESA - Faculté des sciences –**

**La commission de la formation et de la vie universitaire réunie le 6 juillet 2020 en formation plénière, le quorum étant atteint, arrête :**

La création des parcours est approuvée.

Cette décision est adoptée à l'unanimité avec 33 voix pour.

Christian ROBLÉDO  
*Président de l'Université  
d'Angers*

Signé par : Christian Robledo  
Date : 15/07/2020  
Qualité : Président - Signature électronique certifiée Certinomis  
AA et Agents - 1.2.250.1.86.2.3.8.10.1

La présente décision est exécutoire immédiatement ou après transmission au Rectorat si elle revêt un caractère réglementaire. Elle pourra faire l'objet d'un recours administratif préalable auprès du Président de l'Université dans un délai de deux mois à compter de sa publication ou de sa transmission au Rectorat suivant qu'il s'agisse ou non d'une décision à caractère réglementaire. Conformément aux articles R421-1 et R421-2 du code de justice administrative, en cas de refus ou du rejet implicite consécutif au silence de ce dernier durant deux mois, ladite décision pourra faire l'objet d'un recours auprès du tribunal administratif de Nantes dans le délai de deux mois. Passé ce délai, elle sera reconnue définitive. La juridiction administrative peut être saisie par voie postale (Tribunal administratif de Nantes, 6 allée de l'Île-Gloriette, 44041 Nantes Cedex) mais également par l'application « Télérecours Citoyen » accessible à partir du site Internet [www.telerecours.fr](http://www.telerecours.fr)

**Affiché et mis en ligne le : 16 juillet 2020**

**Proposition d'ouverture de 2 parcours optionnels « export » et « marketing »,  
Dans le cadre de la formation de Licence pro =**

---

**Dénomination nationale : METIERS DU COMMERCE INTERNATIONAL**

Spécialité : viticulture, œnologie, commerce international et marketing des vins de terroir

**Composante(s) assurant :**

- La responsabilité pédagogique de la formation : Université d'Angers UFR de Sciences
- La responsabilité administrative (inscription des étudiants) : Université d'Angers UFR de Sciences

**Autre(s) établissement(s) concerné(s) :**

ESA (Angers), Lycée Edgar Pisani (Montreuil-Bellay), Lycée Charles-Péguy (Clisson), Lycée de Briacé.

**Localisation de la formation :**

- Etablissement(s) : Ecole Supérieure d'Agricultures - UFR Sciences, pour certains enseignements
  - Commune : Angers
  - Code département : 49

**Responsable de la formation :**

- Pour l'Université d'Angers : Mme Maiténa Oçafrain
  - Pour l'ESA : Pierre DAVADANT (Responsable du programme Licence et de la Licence Pro Métiers du commerce international)
- 

**L'architecture actuelle de la formation**

<b>UE concernée</b>	<b>Nombre d'heures par UE</b>
UE 1 – Communication.	63 h
UE 2 – Outils méthodologiques	70 h
UE 3 – L'entreprise et son environnement	70 h
UE 4 – Le produit, le terroir	119 h
UE 5 – Marché, Marketing et Commerce International	112 h
UE 6 – Projet tuteuré	146 h
UE 7 – Stage en entreprise en 2 périodes	420 h

## Le contexte de la demande d'ouverture de parcours :

**Nous proposons d'ouvrir 2 nouveaux parcours dans l'UE5 de la licence pro Métiers du commerce international : « Marketing digital » et « International wine business »**

L'objectif est de spécialiser les apprenants aux métiers du commerce international, soit vers le processus de commercialisation à l'international, soit vers les techniques de marketing et de communication.

Les métiers visés :

**Parcours « international wine business »** : responsable commercial export pour une entreprise de commercialisation de vins (domaine viticole, coopérative, groupement d'intérêt économique, négociant), ambassadeur de marque à l'international, commercial pour les cafés, hôtels, restaurants.

**Parcours « marketing digital »** : responsable marketing-communication pour une entreprise de commercialisation de vins (domaine viticole, coopérative, groupement d'intérêt économique, négociant) ou pour une institution du secteur vitivinicole (syndicat viticole, interprofession), assistante marketing digital, auto-entrepreneur (marketing, communication, événementiel)

La construction de ce nouveau parcours s'appuie sur les compétences des enseignants-chercheurs et enseignants relevant des composantes suivantes :

- **L'Unité sous contrat INRAE-GRAPPE** : Groupe de Recherche en Agroalimentaire sur les Produits et les Procédés.
- **L'UFR Sciences de l'Université d'Angers** : département de chimie, physique et biologie végétale
- Les départements viticulture-œnologie et sociologie-économie-marketing de l'ESA

L'évolution des modes de consommation à travers le monde renforce la position de la France comme leader de l'exportation en valeur pour ses vins, spiritueux et champagnes. Les boissons alcoolisées représentent ainsi le 2<sup>e</sup> excédent commercial de la balance commerciale, derrière l'aéronautique. Par conséquent, le besoin des entreprises en métiers plus spécialisés dans le commerce aux professionnels et à l'international augmente. Parallèlement, le marché domestique est en saturation : les entreprises souhaitent augmenter la part de leur chiffre d'affaires à l'export. Le commerce à l'international requiert une excellente maîtrise de l'anglais ainsi qu'une méthodologie efficace pour aborder les spécificités de chaque pays : ce sera le rôle du parcours optionnel « international wine business », dispensé entièrement en anglais, et favorisant ainsi l'accueil d'étudiants internationaux.

Le parcours optionnel « marketing digital » formera au marketing et à la communication, en soutien de l'activité commerciale export des entreprises, via la communication digitale (site internet, réseaux sociaux, réalité virtuelle, etc.) et la vente en ligne. Ce secteur est en essor et on note l'apparition de nouveaux acteurs tels que les agences de communication spécialisées, très demandeuses de profils spécialisés en marketing digital, ayant en même temps une bonne connaissance de la fabrication du vin.

L'effectif actuel de cette LP de l'ESA (environ 40 étudiants) permet d'envisager assez facilement l'ouverture de ces 2 parcours.

**Les effectifs des 3 dernières promotions sont les suivants =**

Année universitaire	Effectif total
2017-2018	38
2018-2019	36
2019-2020	41

L'ouverture est souhaitée pour la rentrée 2021.

UE concernée	Nombre d'heures par UE
UE 1 – Communication.	63 h
UE 2 – Outils méthodologiques	70 h
UE 3 – L'entreprise et son environnement	70 h
UE 4 – Vin et terroir	119 h
UE 5 – Tronc commun : bases de marketing et commerce du vin	25 h
UE 5 – Parcours optionnel : International wine business	90 h
UE 5 – Parcours optionnel : Marketing digital	90 h
UE 6 – Projet tuteuré	146 h
UE 7 – Stage en entreprise	420 h

**Le nouveau tronc commun : bases de marketing et commerce : 25h**

	Contenu abordé		CM	TD
Culture du vin	- Identifier les personnalités du vin, de la gastronomie, les grands domaines, les événements du vin, les sources d'informations spécialisées (magazines traditionnels/indépendants, émissions de radio/podcasts), les livres clés (vocabulaire, régions, cépages, métiers, agriculture biologique, biodynamique), les films de référence.	5	5	
Mettre en place une stratégie marketing dans le secteur du vin	- Identifier, sélectionner et analyser les différentes sources d'information - Etablir un diagnostic de l'entreprise et/ou marché ciblé, définir les objectifs, la cible - Se positionner par rapport à la concurrence - Proposer un mix marketing cohérent - Evaluer et proposer des axes d'amélioration	10	5	5
Vendre un vin à l'international	- Technique de vente, négociation - Circuits de distribution en France - Base sur les incoterms	10	4	6

**Le nouveau parcours optionnel : International wine business (en anglais): 90h**

	Contenu abordé		CM	TD
Construire une offre commerciale	- Construire une grille tarifaire, intégrer coût de production, intermédiaires et PVC - Construire des outils d'aide à la vente	10	2	8
Prospecter des importateurs	- Organiser la prospection en contexte multiculturel - Prospecter sur un salon pro France et à l'international - Evaluer le retour sur investissement d'une action commerciale	30	10	20
Négocier un prix et conclure une vente	- Travailler un argumentaire - Maîtriser les techniques de vente en contexte multiculturel	20	5	15
Organiser le transport et la logistique	- Utiliser les aides au déplacement et financement de l'export - Organiser les formalités administratives (documents d'accompagnement, douanes)	20	5	15
Suivre un portefeuille de clients	- Utiliser un logiciel de gestion de la relation client (CRM) - Animer des partenariats commerciaux sur le long terme	10	3	7

**Le nouveau parcours optionnel : Marketing digital : 90h**

	Contenu abordé		CM	TD
Concevoir un support de communication	- Rédiger un brief communication, - Actualiser son site internet et utiliser un logiciel de traitement d'image. - Sensibilisation au droit des médias (droit à l'image, droits d'auteurs, dépôt de marque, RGPD)	20	5	15
Adapter le packaging	- Respecter la législation pays, - Intégrer la charte graphique de l'entreprise	10	5	5
Organiser un événement autour du vin pour les clients	Organiser un salon, journée portes-ouvertes au domaine, dégustation, lancement d'un produit	20	7	13
Développer et entretenir un réseau de partenaires (non-client)	- Identifier les prestataires en communication digitale - Identifier et collaborer avec l'ensemble des prescripteurs en France et à l'international (relations presse, mécénat et parrainage, revues et médailles, concours)	15	3	12
Recruter et fidéliser le client	Concevoir une stratégie de mise en ligne (animer des réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram) et de pilotage du site internet. D'autres outils de fidélisation tels que l'oenotourisme ou les club clients VIP seront abordés.	20	5	15
Rédiger et mettre en œuvre le plan d'actions (activation) pour la mise en marché	Piloter un budget annuel/pluriannuel	5	3	2

Chacun des parcours optionnels vaudra 8 ECTS selon l'évaluation suivante :

- des cas concrets (dossier et soutenance) pour 6 ECTS
- du contrôle continu pour 2 ECTS

Le tronc commun de 3 ECTS comprendra du contrôle continu, 1 dossier et 1 examen écrit.

Voici une proposition des modalités de contrôle des connaissances :

UE	Modules	Evaluation 1ère session		Evaluation 2ème session	ECTS	Coeff
		Assidu	DA	Assidu		
<b>1</b>	<b>Communiquer</b>					
	Communication écrit en anglais	E	E	E ou O	1	1
	Communication orale en anglais	O+E	O		1	1
	Langue vivante 2	E+O	E+O		1	1
	Rédiger une note de synthèse	D + E	D + E	E ou O	1	1
	Animer une réunion	O	O		1	1
	Responsabilité sociétale des entreprises	E	E		1	1
<b>2</b>	<b>Travailler avec méthode</b>					
	Méthodologie résolution de problèmes, Gestion de projet	E	E	E ou O	2	2
	Veille informationnelle et culture du vin	D	D	E ou O	1	1
	Recueil et traitement de données	D + O	D	E ou O	3	3
<b>3</b>	<b>L'entreprise dans son environnement</b>					
	Stratégie de l'entreprise	CC + E	E	E ou O	1	1
	Jeu d'entreprise (hors alternants)	CC + E	E		1	1
	Métier et compétences	D	D		1	1
	Filière viticole	D + O	D + O	E ou O	2	2
	Certifications environnementales et normes	E	E	E	1	1
<b>4</b>	<b>Vin et terroir</b>					
	Expliquer la fabrication d'un vin	CC + E + D + O	E + D + O	E ou O	4	4
	Expliquer les facteurs du terroir et l'impact sur le goût du vin	CC + E + D + O		D + O	7	7
<b>5</b>	<b>Marketing et commerce international</b>					
	Tronc commun : bases du marketing et du commerce	(D + O) ou E	(D + O) ou E	E ou O	3	3
	Parcours optionnel : marketing digital	(D + O) ou E	(D + O) ou E	E ou O	8	8
	Parcours optionnel: International wine business	(D + O) ou E	(D + O) ou E	E ou O	8	8
<b>6</b>	Projet tutoré	D + O	D + O	D et/ou O	8	8
<b>7</b>	Stage (12-16 semaines) et rapport de stage	D + O	D + O	D et/ou O	12	12
<b>Total</b>					<b>60</b>	<b>60</b>