

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 9686**

Intitulé

MASTER : MASTER Droit, Economie, Gestion, mention Management et commerce international, spécialité Commercialisation internationale des vins

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Ministère chargé de l'enseignement supérieur, Université d'Avignon et des Pays du Vaucluse	Président de l'université d'Avignon, Recteur de l'académie

Niveau et/ou domaine d'activité

I (Nomenclature de 1967)

7 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

120g Sciences économiques et sociales appliquées à l'aménagement et au développement, à l'administration territoriale, au commerce, aux relations sociales et aux ressources humaines, aux finances, 136d Langues étrangères appliquées aux sciences juridiques, aux sciences économiques, 210w Commercialisation

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Le titulaire du master Management et commerce international, spécialité CIV :

- manage, gère et développe des entreprises de production ou de négoce de vin
- commercialise les produits de la filière vitivinicole en France ou à l'étranger
- conduit le développement et l'expansion commerciale à l'international d'une entreprise vitivinicole
- prend en charge à l'export un secteur ou une région économique
- pilote des filiales installées à l'étranger
- dirige des équipes.

A ce titre, il est en mesure :

-d'établir des coûts et des prix dans un contexte très concurrentiel, de réaliser des études de faisabilité, de déterminer des seuils de rentabilité et de proposer à l'équipe dirigeante des stratégies de développement compatibles avec les forces et les faiblesses de l'entreprise ;

-de réaliser des études de marché en prenant en compte la complexité de l'environnement économique, politique, sociologique et réglementaire, ainsi que les attentes des consommateurs ;

-de mettre en place des actions de veilles économique et concurrentielle ;

-de prescrire des stratégies de développement ou de commercialisation pour l'entreprise, pour une région du monde ou un pays donné ;

-de mettre au point des campagnes d'actions commerciales intégrant la définition d'une cible, l'établissement d'un prix, la détermination d'un circuit de distribution, la maîtrise d'une chaîne logistique,...

-de créer de nouveaux produits ou de nouvelles gammes épousant au plus près des désirs des consommateurs.

Le titulaire du master :

-connaît le vin, sa culture, ses techniques d'élaboration et la filière vitivinicole ;

-maîtrise une langue étrangère, l'anglais (l'anglais général, l'anglais des affaires et l'anglais de la vigne et du vin) : il peut tenir une conversation au plus haut niveau professionnel (import/export, marketing B to B, négociation) et est capable de rédiger en anglais tout document nécessaire à l'entreprise ;

-est imprégné de la culture du secteur vitivinicole au niveau français et international grâce aux contacts multiples ménagés avec les hommes et les femmes de terrain pendant toute la durée de la formation ;

-connaît le produit (le vin) pour être à même de dialoguer avec les autres professionnels du secteur ;

-connaît de manière approfondie le secteur vitivinicole au niveau international ;

-maîtrise les outils et concepts d'analyse des marchés internationaux, notamment du vin ;

-conçoit et met en oeuvre des stratégies de marketing international en contexte interentreprise ;

-maîtrise les outils d'analyse qui permettent de replacer des actions commerciales dans un contexte géopolitique et économique régional ou international ;

-sait évaluer un risque pays ;

-maîtrise les outils de gestion des ressources humaines, distribution, logistique, contrôle de gestion, planification stratégique et de relations interculturelles ;

-maîtrise les outils du commerce international (incoterms, douane, droit), les législations des pays avec lesquels son entreprise commerce ;

-effectue des diagnostics stratégiques aux plans : fonction, entreprise ou groupe, et, conçoit les stratégies pertinentes sur la base notamment des dispositifs de veille économique.

Secteurs d'activité ou types d'emplois accessibles par le détenteur de ce diplôme, ce titre ou ce certificat

Toutes entreprises et organisations du secteur vitivinicole, en France et à l'étranger.

Métiers liés au commerce international et au management des entreprises du secteur vitivinicole : Direction Import/Export, Direction Marketing, Direction Commerciale, Direction Achats dans des entreprises du secteur vitivinicole opérant à l'international.

Cadre dirigeant de l'entreprise vitivinicole ou de sa fonction commerce international ou d'un secteur de cette fonction au sein de grandes entreprises (Direction export, Direction import, Direction achats,...).

Codes des fiches ROME les plus proches :

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composants de la certification :

Cette spécialité du master CIV est organisée sur quatre semestres.

Pour chaque année, le premier semestre (18 semaines) comprend des enseignements à l'université et le second semestre est constitué par un stage en entreprise de 4 mois minimum donnant lieu à la rédaction d'un mémoire de stage portant sur une problématique professionnelle.

Le diplôme s'obtient par l'obtention de 120 crédits, dont 30 pour chacune des unités d'enseignement "stage-mémoire".

Le passage de la première à la deuxième année suppose l'obtention des 60 crédits de cette première année sans compensation entre les Unités d'Enseignement (UE).

M1 Premier semestre

Enseignements de tronc commun

Macroéconomie / Gééconomie (2 ECTS)

Ressources humaines (2 ECTS)

Marketing (2 ECTS)

Finance et contrôle de gestion (2 ECTS)

Stratégie d'entreprise (1 ECTS)

Systèmes d'information (1 ECTS)

Méthodologie / Cahier des charges (Prérequis pour l'admission en semestre 2)

Enseignements de spécialité

Anglais de communication et de spécialité (4 ECTS)

Logistique (2 ECTS)

Distribution (2 ECTS)

Techniques du commerce international (4 ECTS)

Management des entreprises vitivinicoles et commercialisation des vins (4 ECTS)

Structures et positionnement des filières vitivinicoles (4 ECTS)

M1 Second semestre

Stage-mémoire (30 ECTS)

M2 Premier semestre

Enseignement de tronc commun

Management interculturel / Veille économique / Géopolitique (6 ECTS)

Connaissance de l'entreprise / Insertion professionnelle (Prérequis pour l'admission en semestre 4)

Marketing international (3 ECTS)

Organisation de l'économie mondiale et développement durable (3 ECTS)

Enseignement de spécialité

Gestion des entreprises vitivinicoles / Gestion des produits (6 ECTS)

Commercialisation et exportation des produits de la filière vitivinicole (6 ECTS)

Réglementation de la filière vitivinicole (6 ECTS)

M2 Second semestre

Stage-mémoire (30 ECTS)

Validité des composants acquises : illimitée

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	OU	NON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X		Personnes ayant contribué aux enseignements (Loi n°84-52 du 26 janvier 1984 modifiée sur l'enseignement supérieur)
En contrat d'apprentissage		X	
Après un parcours de formation continue	X		Personnes ayant contribué aux enseignements (Loi n°84-52 du 26 janvier 1984 modifiée sur l'enseignement supérieur)
En contrat de professionnalisation		X	
Par candidature individuelle	X		Possible pour partie du diplôme par VES ou VAP
Par expérience dispositif VAE	X		Enseignants-chercheurs et professionnels

	OUI	NON
Accessible en Nouvelle Calédonie		X

Base légale**Référence du décret général :**

Arrêté du 25 avril 2002 publié au JO du 27 avril 2002

Arrêté d'habilitation du 10 septembre 2008 (n° habilitation 20080611)

Référence arrêté création (ou date 1er arrêté enregistrement) :

Arrêté d'habilitation du 10 septembre 2008 (n° habilitation 20080611)

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Décret n° 2002-590 du 24 avril 2002

Références autres :**Pour plus d'informations****Statistiques :**

Statistiques portant sur l'ensemble de la mention Management et Commerce International

Année 2004/2005

Effectifs en M1 : 141

Effectifs en M2 : 102

Recrutements extérieurs en M1 : 40

Etudiants étrangers : 35

Année 2005/2006

Effectifs en M1 : 172

Effectifs en M2 : 105

Recrutements extérieurs en M1 : 83

Dossiers de candidature en M2 : 506

Etudiants étrangers : 52

Année 2006/2007

Effectifs en M1 : 147

Effectifs en M2 : 81

Recrutements extérieurs en M1 : 57

Dossiers de candidature en M2 : 414

Etudiants étrangers : 42

Autres sources d'information :

<http://www.univ-avignon.fr>

Lieu(x) de certification :

Université d'Avignon et des Pays du Vaucluse : Provence-Alpes-Côte d'Azur - Vaucluse (84) [Avignon]

Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse

74, rue Louis Pasteur

84029 AVIGNON CEDEX 1

Lieu(x) de préparation à la certification déclarés par l'organisme certificateur :

Avignon

Historique de la certification :

Le Master Management et Commerce International a été créé en 2004/2005 à l'occasion de la mise en place à Avignon de la structure LMD. Il se substituait alors à la Maîtrise Langues Etrangères Appliquées (pour le master 1) et à trois DESS de l'Université (Echanges avec les Pays du Sud Hispanophones et Anglophones, Négociation Commerciale Internationale, Tourisme).

L'offre de formation de l'Université d'Avignon comprenait également un Institut Universitaire Professionnalisé (IUP) "Métiers de la Vigne et des Industries du Vin", fortement adossé aux professionnels du secteur (notamment l'Interprofession des vins des Côtes-du-Rhône). Lors de la disparition forcée des IUP, l'essentiel de cette formation a été intégré comme spécialité du Master MCI.

Par rapport à ce Master initial, les modifications intégrées dans le présent Master sont de trois ordres :

- renforcement des enseignements de spécialités (et corrélativement réduction des enseignements généraux de tronc commun)
- renforcement du poids des stages, avec l'instauration d'un stage de quatre mois minimum (6 mois le plus souvent) en M1 constituant tout le second semestre au lieu d'un stage de 8 mois semaines intégré au second semestre
- fixation d'une capacité d'accueil maximum de 30 étudiants par spécialité et par an, en M1 comme en M2.