



Master Commerce des Vins (CV)



ECTS
120 crédits

Durée
1 ou 2 ans



Structure de
formation
Montpellier
Management,
l'Institut Agro
Montpellier -
Etablissement
partenaire



Langue(s)
d'enseignement
Français,
Anglais

Présentation

Le Master Commerce des Vins est une formation de haut niveau d'expertise spécialisée autour du secteur viti-vinicole.

Master en co-habilitation : Montpellier Management et Institut Agro Montpellier.

Objectifs

Avec le Master Commerce des Vins, les étudiants acquièrent :

- * Un socle de connaissances solides en management et marketing
- * Des compétences approfondies en marketing stratégique et opérationnel, en vente et négociation et outils du marketing
- * Une bonne connaissance des vins, de l'économie du vin et du marketing du vin

Dimension internationale

La dimension internationale du Master 2 Commerce des Vins est liée à son attractivité auprès d'étudiants d'Amérique du Nord et du Sud, d'Europe et d'Asie, la possibilité pour les

étudiants de réaliser leur stage dans des entreprises de dimension internationale, en France et à l'étranger et les enseignements en anglais.

À Montpellier Management, vous avez l'opportunité d'étudier à l'étranger dans **l'une des 45 universités partenaires** réparties dans **20 pays**.

[Découvrez toutes les universités partenaires à l'international](#)

[Découvrez tous les témoignages de nos étudiants partis à l'étranger](#)

Organisation

Contrôle des connaissances

*Taux de réussite en M2 2023-2024 (admis / nombre d'étudiants avec une moyenne > 7)

Ouvert en alternance

Possibilité de réaliser le Master 2 en alternance.



Stages, projets tutorés

Consultez toutes les informations utiles sur le stage en M1 sur [cette page](#).

Consultez toutes les informations utiles sur le stage en M2 sur [cette page](#).

Admission

Conditions d'accès

Consultez les conditions d'accès au Master Commerce des Vins sur le [lien suivant](#).

Modalités d'inscription

Consultez les modalités d'inscription sur [cette page](#).

Et après

Insertion professionnelle

- * Manager d'entreprises viticoles
- * Responsable marketing dans le secteur viti-vinicole
- * Responsable export
- * Chef de produit
- * Directeur commercial / Directeur des ventes
- * Acheteur en centrales de distribution
- * Courtier en vins
- * Caviste indépendant

Infos pratiques

Contacts

Responsable pédagogique

Sarah MUSSOL

✉ sarah.mussol@umontpellier.fr

Contact administratif

M1 Marketing Vente

✉ moma-m1marketing@umontpellier.fr

Contact administratif

M2 CV

✉ moma-m2cvi@umontpellier.fr

Etablissement(s) partenaire(s)

L'Institut Agro Montpellier

🔗 <https://www.institut-agro-montpellier.fr/>

Lieu(x)

📍 Montpellier - Montpellier Management

En savoir plus

Plus d'informations sur le Master 1 Commerce des Vins

🔗 <https://www.montpellier-management.fr/liste-des-informations/m1-commerce-vins/>

Plus d'informations sur le Master 2 Commerce des Vins

🔗 <https://www.montpellier-management.fr/liste-des-informations/m2-commerce-vins/>



Programme

Organisation

MASTER 1

SEMESTRE 1 (30 ECTS)

UE1 – Élaborer/Formaliser une stratégie marketing (12 ECTS)

- * Management stratégique (3 ECTS)
- * Marketing stratégique (5 ECTS)
- * Culture numérique (4 ECTS)

UE2 – Développer des insights marchés (13 ECTS)

- * Comportement du consommateur (5 ECTS)
- * Méthodes Qualitatives (4 ECTS)
- * Méthodes Quantitatives (4 ECTS)

UE3 – Maîtriser son environnement marketing et commercial (5 ECTS)

- * Droit du marketing (3 ECTS)
- * Anglais des affaires (2 ECTS)

UE Facultative

- * Engagement étudiant

SEMESTRE 2 (30 ECTS)

UE4 – Développer la relation client multicanale (5 ECTS)

- * Stratégie client (3 ECTS)
- * Management des équipes marketing et commerciales (1 ECTS)
- * Vente & négociation (1 ECTS)

UE5 – Opérationnaliser sa stratégie marketing (6 ECTS)

- * Brand management (cours en anglais) (3 ECTS)
- * Techniques de segmentation et de positionnement (1 ECTS)
- * Outils du marketing digital (2 ECTS)

UE6 – Économie et marketing du vin (8 ECTS)

- * Connaissance des vins et des vignobles (3 ECTS)

- * Marketing du vin (3 ECTS)
- * Économie des marchés du vin (2 ECTS)

UE7 – S'intégrer dans la vie professionnelle (niveau 1) (11 ECTS)

- * Séminaire transversal 2 – conférences professionnelles (1 ECTS)
- * Projet professionnel 1 : Challenge ou Serious Game (2 ECTS)
- * Anglais des affaires (2 ECTS)
- * Mémoire stage (6 ECTS)

UE Facultatives

- * Sport
- * Engagement étudiant

MASTER 2

SEMESTRE 1 (30 ECTS)

UE1 – Maîtriser les enjeux pratiques, théoriques et éthiques (8 ECTS)

- * Méthodologies d'étude et de recherche approfondies (2 ECTS)
- * Nouvelles perspectives de recherche en marketing (4 ECTS)
- * Séminaire transversal 3 – Ethique et responsabilité professionnelle (2 ECTS)

UE2 – Développer une offre dans le secteur du vin (10 ECTS)

- * Connaissance des vins et des terroirs (niveau 2) (4 ECTS)
- * Enjeux de la transition écologique (2 ECTS)
- * Wine tourism (cours en anglais) (2 ECTS)
- * Product and packaging design (cours en anglais) (2 ECTS)

UE3 – Mettre en marché les vins (12 ECTS)

- * Pricing, communication hors média et distribution du vin (4 ECTS)
- * Conception de site web et e-commerce & certification Google (4 ECTS)
- * Wine communication (cours en anglais) (4 ECTS)

UE Facultatives

- * Sport



* Engagement étudiant
SEMESTRE 2 (30 ECTS)

UE4 – Gérer une entreprise vitivinicole (7 ECTS)

- * Création / reprise d'une entreprise vitivinicole (2 ECTS)
- * Management d'équipe (2 ECTS)
- * Législation vitivinicole, commerciale et sociale (3 ECTS)

UE5 – Opérationnaliser des stratégies de développement (11 ECTS)

- * Appellations et signes de qualité (2 ECTS)
- * International markets development (cours en anglais) (4 ECTS)
- * Négociation et techniques de prospection (3 ECTS)
- * Supply Chain Management (cours en anglais) (2 ECTS)

UE6 – S'intégrer dans la vie professionnelle (niveau 2) (12 ECTS)

- * Projet Professionnel 2 (4 ECTS)
- * Mémoire stage (8 ECTS)

UE Facultatives

- * Sport
- * Engagement étudiant

Elaborer/Formaliser une stratégie marketing	11 crédits	
Marketing Stratégique	5 crédits	21h
Culture numérique	4 crédits	21h
Management stratégique	3 crédits	18h
Développer des insights marchés	13 crédits	
Séminaire transversal 1 - conférences professionnelles	1 crédits	6h
Méthodes Qualitatives	4 crédits	15h
Comportement du consommateur	5 crédits	21h
Méthodes Quantitatives	4 crédits	21h
Maîtriser son environnement marketing et commercial	8 crédits	
Pilotage de la performance	3 crédits	21h
Présentation de la filière vin	2 crédits	
Anglais des affaires	2 crédits	
Droit du marketing	3 crédits	21h
Espagnol S1		15h
Allemand S1		15h
Sport facultatif		

M1 CVI SEMESTRE 2

Master 1

M1 CVI SEMESTRE 1



Economie et marketing du vin	8 crédits	
Marketing du vin	3 crédits	
Connaissance des vins et des vignobles	3 crédits	
Gestion comptable et fiscale des organisations vitivinicoles	1 crédits	
S'intégrer dans la vie professionnelle (niveau 1)	11 crédits	
Anglais des affaires	2 crédits	
MÉMOIRE STAGE MASTER 1	6 crédits	
Séminaire transversal 2 - conférences professionnelles	1 crédits	12h
Projet professionnel 1: Challenge ou Serious Game	2 crédits	
Développer la relation client multicanale	5 crédits	
Management des équipes marketing et commerciales	1 crédits	12h
Vente & négociation	2 crédits	
Stratégie client	3 crédits	21h
Opérationnaliser sa stratégie marketing	6 crédits	
Brand management	2 crédits	18h
Techniques de Segmentation et de positionnement	1 crédits	
Outils du marketing digital	2 crédits	
Allemand S2		15h
Sport facultatif		
Espagnol S2		15h

Master 2