



DIPLOME UNIVERSITAIRE VIN CULTURE ET OENOTOURLISME

REFERENTIEL DE CERTIFICATION

COMPETENCES EVALUEES	MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
<p>Développer un projet œnotouristique</p> <ul style="list-style-type: none"> - Intégrer l'approche pluriculturelle du vin (histoire, art, littérature, ...) dans l'élaboration d'un produit œnotouristique. - Elaborer un projet en prenant en compte la physiologie de la vigne, la notion terroir et les techniques viticoles employées. - Savoir mener une dégustation œnotouristique en intégrant l'élaboration technique d'un vin. - Établir les spécificités agronomiques, techniques, historiques et culturelles du projet œnotouristique en adaptant les commentaires au public visé - Concevoir un projet œnotouristique par le repérage de lieux, par la rencontre avec les partenaires/acteurs de la filière 	<p><u>En formation présentielle :</u></p> <p>Une épreuve écrite à questions multiples de 1h30 sur les techniques vitivinicoles et la dégustation</p> <p>Une épreuve écrite de réflexion et synthèse de documents de 1h30 sur l'histoire vitivinicole, le patrimoine, le marketing et l'œnotourisme</p> <p><u>En formation à distance :</u></p> <p>Une épreuve écrite à questions multiples de 1h30 sur les techniques vitivinicoles et la dégustation</p> <p>Réalisation d'un mémoire sur 1 sujet œnotouristique (rapport noté)</p> <p>Soutenance orale de ce mémoire devant un jury et devant l'ensemble de la promotion (1/2 journée de soutenance pour tous les candidats et chaque candidat présente une partie de son travail de groupe 15 min/ étudiant)</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Présenter un projet qui respecte l'approche pluriculturelle, les aspects physiologiques, la notion de terroir et les techniques viticoles. -Intégrer au projet des dégustations variées qui permettent de présenter les différents types de vinifications (blancs/rouge/spéciales) -Adapter un discours technique au public ciblé -Utiliser la méthode appropriée à la conception d'un projet œnotouristique
<p>Élaborer une stratégie marketing globale au service d'un projet œnotouristique</p> <ul style="list-style-type: none"> -Identifier les différentes typologies des produits œnotouristiques -Savoir créer un réseau auprès des producteurs et acteurs de la filière -Animer une dégustation de vin en lien avec la stratégie marketing -Maitriser la réglementation en vigueur sur le produit vin -Identifier la typologie et la sociologie des différents consommateurs de vin 	<p><u>En formation présentielle :</u></p> <p>Une épreuve écrite à questions multiples de 1h30 sur les techniques vitivinicoles et la dégustation</p> <p>Une épreuve écrite de réflexion et synthèse de documents de 1h30 sur l'histoire vitivinicole, le patrimoine, le marketing et l'œnotourisme</p> <p><u>En formation à distance :</u></p> <p>Une épreuve écrite à questions multiples de 1h30 sur les techniques vitivinicoles et la dégustation</p> <p>Réalisation d'un mémoire sur 1 sujet œnotouristique (rapport noté)</p> <p>Soutenance orale de ce mémoire devant un jury et devant l'ensemble de la promotion (1/2 journée de soutenance pour tous les candidats et chaque candidat présente une partie de son travail de groupe 15 min/ étudiant)</p>	<p>Présenter une stratégie marketing qui respecte :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les différentes typologies des produits œnotouristiques - la création de réseaux avec les différents acteurs - l'animation de dégustations - la réglementation en vigueur sur le produit vin - la typologie des différents consommateurs.



DIPLOME UNIVERSITAIRE VIN CULTURE ET OENOTOURISME

<p>Promouvoir et faire évoluer le projet œnotouristique élaboré</p> <ul style="list-style-type: none"> -Développer un réseau de partenaires (associations, habitants, acteurs locaux du tourisme, ...) et suivre les informations sectorielles, réglementaires, techniques, celles des médias et réseaux. -Identifier les sources et lieux d'information par une recherche sur le web, les réseaux, le biais d'enquêtes, de reportages, interviews et les traiter après vérification, recoupement, analyse. -Mettre en forme et rédiger l'information (articles, brèves, blog...). -Concevoir des outils de communication et sélectionner les supports de diffusion. 	<p><u>En formation présentielle :</u></p> <p>Une épreuve écrite à questions multiples de 1h30 sur les techniques vitivinicoles et la dégustation</p> <p>Une épreuve écrite de réflexion et synthèse de documents de 1h30 sur l'histoire vitivinicole, le patrimoine, le marketing et l'œnotourisme</p> <p><u>En formation à distance :</u></p> <p>Une épreuve écrite à questions multiples de 1h30 sur les techniques vitivinicoles et la dégustation</p> <p>Réalisation d'un mémoire sur 1 sujet œnotouristique (rapport noté)</p> <p>Soutenance orale de ce mémoire devant un jury et devant l'ensemble de la promotion (1/2 journée de soutenance pour tous les candidats et chaque candidat présente une partie de son travail de groupe (15 min/ étudiant))</p>	<p>Pertinence du projet œnotouristique en fonction de la dimension géographique, du public visé, des enquêtes réalisées et des outils de communication sélectionnés.</p> <p>Esprit d'analyse et de synthèse du candidat quant aux informations à transmettre pour la promotion de son projet</p>
---	--	--