

MANAGEMENT COMMERCIAL DES VINS ET SPIRITUEUX

(Domaine : Droit, Economie, Gestion - Mention : Marketing et vente)

RNCP19957 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Sigle	MASTER — Master
Code(s) NSF	312p
Code(s) ROME	M1102, M1701, M1703, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit

Certificateur(s)

Université de Bordeaux
<http://www.u-bordeaux.fr>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Le titulaire du diplôme peut exercer les activités suivantes :

- Définir et mettre en œuvre la stratégie commerciale et marketing (tarifs, promotion, communication, gammes de produits, supports techniques...) d'une structure de vins et spiritueux selon des objectifs de rentabilité économique ;
- Définir et mettre en œuvre la stratégie d'achat d'une structure de vins et spiritueux selon des objectifs de rationalisation et de réduction des coûts ; Rechercher et sélectionner des produits et des fournisseurs selon cette stratégie et négocier les contrats commerciaux selon des objectifs de coûts, délais et qualité ;
- Organiser et suivre l'activité de la force de vente selon la politique commerciale de la structure ; négocier et suivre les contrats grands comptes ; définir les conditions de vente avec les clients ; organiser ou réaliser la gestion des contrats de vente depuis la réception des commandes jusqu'à la livraison des produits chez le client ; réaliser l'interface entre les clients, les services internes (commercial, production, planification...) et les intervenants externes (transporteurs...) de l'entreprise.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Le titulaire du diplôme a une connaissance approfondie :

- En droit (commercial, du commerce international, des transports...) ;
- De diverses techniques (commerciales, de merchandising, de planification, de management, d'audit...) ;
- En gestion (comptable et financière, de la chaîne logistique, de l'approvisionnement, des stocks...) ;
- Des circuits de distribution.

Il est capable de :

- Elaborer la stratégie commerciale d'une structure de vins et spiritueux et définir les plans d'actions annuels (promotion des produits, marchés à investir...) ; coordonner l'activité des commerciaux et leur apporter un appui technique ; suivre et analyser les données d'activité de la structure et proposer des axes d'évolution ;
- Réaliser une veille concurrentielle sur les vins et spiritueux (marché, prix, nouvelles tendances...) et analyser le marché des produits, les besoins des consommateurs et de la concurrence ; définir les caractéristiques de nouveaux produits, l'adaptation de produits existants ; établir les modalités de fabrication des produits selon les impératifs de production ; réaliser le plan marketing du produit ou de la gamme après élaboration du cahier des charges technique ;

analyser les parts de marché, ventes, marges bénéficiaires du produit ou de la gamme et proposer des ajustements (opérations de promotion, alignement sur la concurrence...) ; concevoir le plan média de mise sur le marché du produit ou de la gamme et les supports de promotion (fiche technique, argumentaire de vente, catalogue...) ;

- Définir la stratégie d'achat (investissements, équipements, spécialisation...) d'une structure de vins et spiritueux ou participer à leur définition ; analyser le marché des fournisseurs et des produits de la filière ; élaborer ou faire évoluer les procédures de gestion des achats de la structure ; définir et suivre les objectifs de performance des achats, analyser les résultats et identifier des axes de progrès ; élaborer le cahier des charges type, contrat type, catalogue de référencement ; superviser la sélection des fournisseurs et attribuer les marchés ; négocier les prix et les délais de livraison des produits avec les fournisseurs ; mettre en place les modalités de suivi des fournisseurs pour proposer des axes d'évolution ;
- Déterminer la stratégie de vente d'une structure de vins et spiritueux ; définir les procédures administratives de traitement des commandes de vins et spiritueux et en contrôler l'application ; analyser les supports de suivi d'activité et proposer des axes d'évolution ; contrôler les contrats de vente ; établir la planification de traitement des commandes ; organiser l'expédition des commandes ; informer les clients sur le traitement de sa commande ; réaliser le suivi des clients grands comptes de la structure et analyser le potentiel de clients/prospects ; contrôler le suivi administratif de comptes clients (avoirs, escomptes, encours...) et superviser la gestion de portefeuilles (dossiers de financement, solvabilité...) ; traiter des dossiers particuliers (litiges...) ou transmettre au service concerné.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le titulaire du diplôme travaille dans la commercialisation du vin et des spiritueux dans les secteurs suivants :

- les entreprises de négoce,
- la grande distribution,
- le commerce spécialisé,
- les coopératives et les propriétés viti-vinicoles.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Le titulaire du diplôme peut accéder aux emplois suivants :

- chef de produit,
- directeur ou responsable commercial,
- responsable zone export, responsable marketing,
- dirigeant d'entreprise,
- directeur de magasin spécialisé,
- responsable achat.

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Les métiers auxquels prépare ce diplôme ne sont pas des activités réglementées.

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Modérée (3/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 5 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 033 €

Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R3X82 — Professions intermédiaires commerciales des achats · tension 5/5 (Très élevée) R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	11 889
Jugés difficiles à recruter	30 %
Emplois saisonniers	6 %
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux R3X82 — Professions intermédiaires commerciales des achats R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Contrat de professionnalisation, Candidature individuelle, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

Jury composé d'enseignants intervenant dans la formation

COMPOSITION DU JURY — CANDIDATURE INDIVIDUELLE

Possible pour tout ou partie du diplôme par la VES. Même jury.

COMPOSITION DU JURY — VAE

Membres permanents de la commission de VAE, responsable de la formation, intervenants dans la formation (un enseignant-chercheur et un professionnel)

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

www.u-bordeaux.fr/formation/PRGMGMVN0_112/master-1-management-commercial

www.u-bordeaux.fr/formation/PRGMGMAN0_111/master-1-management

www.u-bordeaux.fr/formation/PRGMGMVN0_213/master-2-management-commercial-des-vins-et-spiritueux

www.u-bordeaux.fr/Colleges-et-departements/College-Droit-science-politique-economie-et-gestion/IAE-Bordeaux

www.u-bordeaux.fr

Université de Bordeaux

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/19957/>