



UNIVERSITAT
ROVIRA I VIRGILI

FUNDACIÓ URV
CENTRE DE FORMACIÓ PERMANENT

Gestión, Márketing y Organización para Empresas Vitivinícolas

Ficha Técnica

Coorganiza:

Dirigido a:

Profesionales del sector vitivinícola que quieran potenciar sus habilidades directivas, incorporando herramientas y técnicas que hagan más eficiente su tarea, rol y responsabilidad como mandos o responsables.

Código:

CGEMKEA-I3-2021-6

Título al que da derecho:

Certificado de Aprovechamiento

Objetivos:

Desarrollar competencias y habilidades para dar respuesta a las tareas de gestión y dirección de empresas vitivinícolas, tanto en clave interna: gestión de personas, gestión económica o gestión de la producción, como especialmente externa y de negocio: márketing y gestión comercial.

Competencias profesionales:

Salidas profesionales:

Itinerario formativo:

Coordinación académica:

Xavier Fumanal Cuadrat

Docentes:

Christophe Marquet

Xavier Fumanal Cuadrat

Jordi Rojas Donada

Antoni Viladomat Vers

Josep Albertí Pradera

Xavier Ybargüengoitia Millet

Alicia Estrada Alonso

Duración:

14,5 ECTS

Impartición:

presencial

Fechas:

del 29/10/2021 al 04/03/2022

Horario:

Divendres de 16 a 20.30 h i dissabtes de 9 a 14 h.

Ubicación:

Sede de la Wine Business School Vilafranca del Penedès C/Amàlia Soler, 29. 08720-Vilafranca del Penedès.

Mapa de situación:**Precio:**

1465

Becas y facilidades de pago:**Contacto FURV:**

Raquel Ramos - raquel.ramos@fundacio.urv.cat

Teléfono de contacto:**Programa**

Módulo: EMPRESA Y ORGANIZACIÓN

ECTS: 2

Duración: 19,5 h.

Contenido:

1.1 Economía vitivinícola

- o Los mercados agrarios
- o Análisis del sector agrario
- o El sector vitivinícola en Cataluña y España
- o Marco institucional para el sector vitivinícola

1.2. Entorno de la UE

- o Modelo vitivinícola europeo
- o La Política Agrícola Común (PAC) - Antecedentes, Objetivos y principios
- o La Agenda 2000
- o Instrumentos financieros: el FEOGA (Fondo Europeo de Orientación y Garantía Agrícola)
- o La PAC y la ampliación de la UE

1.3 Entorno internacional

- o Mercados mundiales: comercio interior y exterior
- o Mecanismos de regulación de mercados
- o Principales zonas de producción: Europa, América, Oceanía, Asia y Norte América.

1.4 Entorno legal

- o Legislación internacional, comunitaria y estatal
- o Derecho vitivinícola: la nueva ley del vino
- o Fiscalidad de empresas vitivinícolas
- o Propiedad industrial: patentes, marcas, denominaciones de origen
- o Seguridad y calidad alimentaria: certificaciones

1.5. Estrategia y crecimiento empresarial

- o La empresa en el contexto del sistema económico
- o Análisis estratégico: estructura competitiva y análisis interno
- o Formulación de la estrategia
- o Modelos organizativos
- o Adecuación organizativa
- o Implantación de la estrategia
- o Control y seguimiento de la estrategia

Módulo: MÁRQUETING Y MODELOS DE NEGOCIO

ECTS: 2

Duración: 24 h.

Contenido:

2.1. Marketing. Claves del éxito y referentes

- o Orientación de las empresas
- o Claves del éxito y errores más comunes
- o ¿Dónde jugamos?
- o Porque vendo o no
- o Modelos referentes. Las 15 Ps.

2.2. Modelo de negocio

- o Referentes a medida
- o Estrategias empresas vitivinícolas
- o Planes de marketing más adecuadas
- o Formulación estratégica: valor - segmentación - posicionamiento
- o Casos prácticos

2.3. Propuestas de valor y pricing

- o ¿Qué presentamos al mercado?
- o ¿Qué valoran los consumidores?
- o ¿Qué valoran los distribuidores?
- o Consejos en aplicación y decisiones de prez

2.4. Comunicación, impulsión y distribución

- o Planes de Comunicación eficaces
- o Estructura de Planes de Comunicación a corto o largo plazo
- o Casos prácticos
- o Publicidad y Relaciones Públicas
- o Imagen y Branding
- o Otros modelos de comunicación
- o Modelos de Distribución.

2.5. Postventa, promociones y relaciones

- o Relaciones con clientes
- o Fidelización
- o Promociones de ventas
- o Influencia

2.6. Consejos útiles

- o ¿Queremos hacer dinero o hacer vino?
- o Casos de trabajo
- o Planes de marketing: grandes empresas, pequeñas empresas
- o Planes de marketing: nuevos mercados
- o Oportunidades y networking
- o Influencia

Módulo: JUEGO DE SIMULACIÓN.ACTIVIDAD TASTAVINS

ECTS: ,5

Duración: 7 h.

Contenido:

- o Investigación de mercados
- o Creación de marcas
- o Creación de propuesta de valor y mensajes
- o Trabajo en equipo
- o Medios de comunicación
- o Juego de Simulación: Hacemos un Tastavins

Módulo: MÁRQUETING INTERNACIONAL Y BRANDING

ECTS: 2

Duración: 18 h.

Contenido:

- o Segmentación adecuada del mercado
- o Definir estrategia de desarrollo de negocio a nivel internacional
- o Posicionamiento en precio en función de los costes operativos
- o Ejemplos reales

Módulo: MÁRQUETING DIGITAL

ECTS: 1

Duración: 15 h.

Contenido:

- o Prospección de los actores claves en la distribución
- o Selección de los canales de *retail*
- o Aprender herramientas de negociación por el canal *retail export*
- o Casos prácticos

Módulo: DIRECCIÓN DE EQUIPOS Y HABILIDADES DIRECTIVAS

ECTS: 2

Duración: 24 h.

Contenido:

- 6.1. Dirección de personas y equipos
 - o Profundizar en las claves del éxito
 - o Mapa de competitividad
 - o Roles y tareas del mando
 - o Conocer más a las personas
 - o Innovamos en la gestión
- 6.2. Desarrollo de competencias
 - o Saber transmitir mejor
 - o Saber decir las cosas. asertividad
 - o Saber dar órdenes
 - o Saber persuadir con eficacia
 - o Saber recibir y emitir críticas
- 6.3 Liderazgo en tiempos de transformación
 - o El comportamiento de las personas dentro de las organizaciones
 - o Trabajo en equipo
 - o Liderar en tiempos de cambio
 - o Gestión del tiempo
- 6.4. Liderazgo en tiempos de transformación

- o El comportamiento de las personas dentro de las organizaciones
- o Trabajo en equipo
- o Liderar en tiempos de cambio
- o Gestión del tiempo

6.5. El líder eficaz

- o Estilos de liderazgo
- o Factores decisivos para lograr objetivos
- o Competencias de *coaching*
- o Fortalecimiento del *feedback*

6.6. Gestión de situaciones conflictivas

- o Resolución de conflictos
- o Gestión de crisis corporativa
- o Negociaciones complejas

Módulo: CADENA DE VALOR EN LA INDUSTRIA DEL VINO (PROVISIONAMIENTO Y LOGÍSTICA)

ECTS: 2

Duración: 13,5 h.

Contenido:

7.1. aprovisionamiento

- o Organización de aprovisionamiento dentro de la empresa
- o Principios básicos de aprovisionamiento (punto de pedido, lead time ...)
- o Diferentes tipos de aprovisionamiento
- o MRP
- o Principales componentes de una bodega y características de aprovisionamiento de cada
- o Evaluación de proveedores
- o KPIs básicos de aprovisionamiento

7.2. logística

- o Control de recepciones
- o Organización interna
- o Control de expediciones
- o Diferentes sistemas de estanterías (dinámicas, drive in ...)
- o Maquinaria: trilaterales, preparadoras, trans-elevadores, ...
- o Etiquetado: EAN13, DUM14, EAN 128
- o RFID
- o Sistemas de Piking por voz, pick to voice, ...

- o SGA y ejemplos
- o KPIs básicos de almacén

7.3. distribución

- o Estilos de distribución y ventajas e inconvenientes (distribuidor, cliente final)
- o Agencias externas (cotizaciones) y autónomos vs personal propio de transporte
- o Exportación: documentaciones (CMR, BL, DA500)
- o Visión d'incoterms y cotizaciones de contenedores
- o Métodos de trinka de carga (bolsas de aire, ...)
- o Sistemas de seguimiento de flota de vehículos (controles de temperatura, localización)
- o KPIs básicos de distribución

Módulo: GESTIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

ECTS: 2

Duración: 19 h.

Contenido:

8.1. La realidad empresarial y su entorno. Factores de cambio.

- o Introducción a la contabilidad
- o Análisis de Balances y cuentas de explotación
- o Gestión presupuestaria y tesorería

¿ La previsión de ingresos y gastos

¿ La confección del presupuesto y el plan de tesorería

¿ El control presupuestario

¿ Fuentes de financiación

¿ Negociación bancaria

¿ La gestión de los excedentes de tesorería

¿ Evaluación de las alternativas de inversión

8.2. Análisis de costes

- o Determinación del coste de productos y servicios
- o El control y la reducción de costes

8.3. gestión fiscal

- o Procedimientos tributarios de aplicación al sector
- o Obligaciones formales a nivel fiscal de las empresas y los empresarios
- o Impuestos: Sociedades, IVA, IRPF
- o Actuaciones en casos de inspecciones tributarias y fiscales

Módulo: MASTER CLASS & CONFERENCIAS

ECTS: 1

Duración: 15 h.

Contenido:
Estratègies i transformació (Xavier Ybargüengoitia)
Noves formes de distribució (Alícia Estrada)
Legal i Jurídic: permisos, llicències i obligacions (Assessors Rius&Rius)

Módulo: TUTORÍAS

Duración: 9 h.

Contenido: Seguimiento del proceso de aprendizaje del estudiante.

Fundación URV. Centro de Formación Permanente

Av Onze de Setembre, 112. 43203 REUS

Tel.: 977 779 950 Fax: 977 310 113

formacio@fundacio.urv.cat

www.fundacio.urv.cat/formacio