



UNIVERSITAT
ROVIRA I VIRGILI

FUNDACIÓ URV
CENTRE DE FORMACIÓ PERMANENT

Gestió, Màrqueting i Organització per a Empreses Vitivinícoles

Fitxa Tècnica

Coorganitza:

Universitat de Vic (UVic) i la Wine Business School (WBS)

Adreçat a:

Professionals del sector vitivinícola que vulguin potenciar les seves habilitats directives, incorporant eines i tècniques que facin més eficient la seva tasca, rol i responsabilitat com a comandaments o responsables.

Codi:

CGEMKEA-I3-2023-8

Títol al que dóna dret:

Certificat d'aprofitament

Objectius:

Desenvolupar competències i habilitats per donar resposta a les tasques de gestió i direcció d'empreses vitivinícoles, tant en clau interna: gestió de persones, gestió econòmica o gestió de la producció, com especialment externa i de negoci: màrqueting i gestió comercial.

Competències professionals:

o Liderar una empresa o departament vinculada al sector vitivinícola. o Gestionar un equip de persones al seu càrrec i tenir capacitat per treballar en equip. o Tenir iniciativa individual, capacitat analítica i esperit crític. o Capacitat per avaluar i resoldre problemes. o Demostrar capacitat de presa de decisions. o Conèixer les tècniques i tendències en gestió de la empresa. o Conèixer el funcionament de les diferents àrees de gestió des d'una perspectiva transversal.

Sortides professionals:

- Direcció i gestió d'empreses del sector vitivinícoles, tant elaboradores, distribuïdores com comercialitzadores
- Departaments financers, comercials, màrqueting, persones i operacions d'Empreses del sector vitivinícoles, tant elaboradores, distribuïdores com comercialitzadores.

Itinerari formatiu:

Aquest programa està organitzat de forma modular, això significa que pots cursar els cursos [Gestió, Màrqueting i Organització per a Empreses Vitivinícoles](#) i [Enologia, Viticultura i Cata](#) de forma independent. Un cop has obtingut els dos cursos, pots realitzar el obtenir així el títol de [Diploma Interuniversitari d'Especialització en Gestió d'Empreses Vitivinícoles](#).

Coordinació acadèmica:

Xavier Fumanal Cuadrat

Docents:

Christophe Marquet

Xavier Fumanal Cuadrat

Jordi Rojas Donada

Antoni Viladomat Vers

Josep Albertí Pradera
Xavier Ybargüengoitia Millet
Alicia Estrada Alonso

Durada:
14,5 ECTS

Impartició:
presencial

Idiomes en que s'imparteix:
Castellà, Català

Dates:
del 27/10/2023 al 24/02/2024

Especificació durada:
164 h

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

Ubicació:
Seu de la Wine Business School Vilafranca del Penedès C. Amàlia Soler, 29. 08720-Vilafranca del Penedès.

Plànol de situació:
<https://thewinebs.vilafranca.cat/contacte>

Preu:
1465

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

Telèfon de contacte:
977 77 99 64

Programa

Mòdul: EMPRESA I ORGANITZACIÓ

ECTS: 2

Durada: 19,5 h.

Contingut:

- 1.1 Economia vitivinícola
 - o Els mercats agraris
 - o Anàlisi del sector agrari
 - o El sector vitivinícola a Catalunya i Espanya

o Marc institucional pel sector vitivinícola

1.2. Entorn de la UE

o Model vitivinícola europeu

o La Política Agrícola Comú (PAC) – Antecedents , Objectius i principis

o La Agenda 2000

o Instruments financers : el FEOGA (Fons Europeu d'Orientació i Garantia Agrícola)

o La PAC i la ampliació de la UE

1.3 Entorn internacional

o Mercats mundials : comerç interior i exterior

o Mecanismes de regulació de mercats

o Principals zones de producció : Europa , Amèrica , Oceania , Àsia i Nord Amèrica.

1.4 Entorn legal

o Legislació internacional, comunitària i estatal

o Dret vitivinícola : la nova llei del vi

o Fiscalitat d'empreses vitivinícoles

o Propietat industrial: Patents, marques, Denominacions d'Origen

o Seguretat i qualitat alimentària: certificacions

1.5. Estratègia i creixement empresarial

o L'empresa en el context del sistema econòmic

o Anàlisis estratègic: estructura competitiva i anàlisi intern

o Formulació de l'estratègia

o Models organitzatius

o Adequació organitzativa

o Implantació de l'estratègia

o Control i seguiment de l'estratègia

Mòdul: MÀRQUETING I MODELS DE NEGOCI

ECTS: 2

Durada: 24 h.

Contingut:
2.1. Màrqueting. Claus de l'èxit i referents
o Orientació de les empreses

- o Claus de l'èxit i errades més comuns
- o On juguem.
- o Perquè venc o no
- o Models referents. Les 15 Ps.

2.2. Model de negoci

- o Referents a mida
- o Estratègies empreses vitivinícoles
- o Plans de màrqueting més adients
- o Formulació estratègica: valor – segmentació – posicionament
- o Casos pràctics

2.3. Propostes de valor i pricing

- o Què presentem al mercat
- o Què valoren els consumidors
- o Què valoren els distribuïdors
- o Consells en aplicació i decisions de prez

2.4. Comunicació, impulsió i distribució

- o Plans de Comunicació eficaços
- o Estructura de Plans de Comunicació a curt o llarg termini
- o Casos pràctics
- o Publicitat i Relacions Públiques
- o Imatge i Branding
- o Altres models de comunicació
- o Models de Distribució.

2.5. Postvenda, promocions i relacions

- o Relacions amb clients
- o Fidelització
- o Promocions de vendes
- o Influència

2.6. Consells útils

- o Volem fer diners o fer vi?
- o Casos de treball
- o Plans de màrqueting: grans empreses, petites empreses
- o Plans de màrqueting: nous mercats
- o Oportunitats i networking
- o Influència

Mòdul: JOC DE SIMULACIÓ. ACTIVITAT TASTAVINS

ECTS: ,5

Durada: 7 h.

Contingut:

- o Investigació de mercats
- o Creació de Marques
- o Creació de Proposta de Valor i Missatges
- o Treball en equip
- o Medis de Comunicació
- o Joc de Simulació: Fem un Tastavins

Mòdul: MÀRQUETING INTERNACIONAL I BRANDING

ECTS: 2

Durada: 18 h.

Contingut:

- o Segmentació adequada del mercat
- o Definir estratègia de desenvolupament de negoci a nivell internacional
- o Posicionament en preu en funció dels costos operatius
- o Exemples reals

Mòdul: MÀRQUETING DIGITAL

ECTS: 1

Durada: 15 h.

Contingut:

- o Prospecció dels actors claus en la Distribució
- o Selecció dels canals de *retail*
- o Aprendre eines de negociació pel canal *retail export*
- o Casos pràctics

Mòdul: DIRECCIÓ D'EQUIPS I HABILITATS DIRECTIVES

ECTS: 2

Durada: 24 h.

Contingut:	<p>6.1. Direcció de persones i d'equips</p> <ul style="list-style-type: none"> o Aprofundir en les claus de l'èxit o Mapa de competitivitat o Rols i tasques del comandament o Conèixer més a les persones o Innovem en la gestió <p>6.2. Desenvolupament de competències</p> <ul style="list-style-type: none"> o Saber transmetre millor o Saber dir les coses. Assertivitat o Saber donar ordres o Saber persuadir amb eficàcia o Saber rebre i emetre crítiques <p>6.3 Lideratge en temps de transformació</p> <ul style="list-style-type: none"> o El comportament de les persones dins de les organitzacions o Treball en equip o Liderar en temps de canvi o Gestió del temps <p>6.4. Lideratge en temps de transformació</p> <ul style="list-style-type: none"> o El comportament de les persones dins de les organitzacions o Treball en equip o Liderar en temps de canvi o Gestió del temps <p>6.5. El líder eficaç</p> <ul style="list-style-type: none"> o Estils de lideratge o Factors decisius per a assolir objectius o Competències de <i>coaching</i> o Enfortiment del <i>feedback</i> <p>6.6. Gestió de situacions conflictives</p> <ul style="list-style-type: none"> o Resolució de conflictes o Gestió de crisi corporativa o Negociacions complexes
Mòdul:	CADENA DE VALOR A LA INDÚSTRIA DE VI (APROVISIONAMENTS I LOGÍSTICA)
ECTS:	2
Durada:	13,5 h.
Contingut:	

7.1. Aprovisionament

- o Organització de l'aprovisionament dins l'empresa
- o Principis bàsics d'aprovisionament (punt de comanda, lead time...)
- o Diferents tipus d'aprovisionament
- o MRP
- o Principals components d'una bodega i característiques d'aprovisionament de cadascuna
- o Avaluació de proveïdors
- o KPIs bàsics d'aprovisionament

7.2. Logística

- o Control de recepcions
- o Organització interna
- o Control d'expedicions
- o Diferents sistemes d'estanteries (dinàmiques, drive in...)
- o Maquinaria: trilaterals, preparadores, trans-elevadors,...
- o Etiquetatge: EAN13, DUM14, EAN 128
- o RFID
- o Sistemes de Piking per veu, pick to voice,...
- o SGA i exemples
- o KPIs bàsics de magatzem

7.3. Distribució

- o Estils de distribució i avantatges i inconvenients (distribuïdor, client final)
- o Agències externes (cotitzacions) i autònoms vs personal propi de transport
- o Exportació: documentacions (CMR, BL, DA500)
- o Visió d'incoterms i cotitzacions de contenidors
- o Mètodes de trincatge de carrega (bosses de aire,...)
- o Sistemes de seguiment de flota de vehicles (controls de temperatura, localització)
- o KPIs bàsics de distribució

Mòdul: GESTIÓ ECONÒMICA I FINANCERA

ECTS: 2

Durada: 19 h.

Contingut:

- 8.1. La realitat empresarial i el seu entorn. Factors de canvi.
- o Introducció a la comptabilitat
- o Anàlisi de Balanços i comptes d'explotació

o Gestió pressupostària i tresoreria

- ¿ La previsió d'ingressos i despeses
- ¿ La confecció del pressupost i el pla de tresoreria
- ¿ El control pressupostari
- ¿ Fonts de finançament
- ¿ Negociació bancària
- ¿ La gestió dels excedents de tresoreria
- ¿ Avaluació de les alternatives d'inversió

8.2. Analítica de costos

- o Determinació del cost de productes i serveis
- o El control i la reducció de costos

8.3. Gestió fiscal

- o Procediments tributaris d'aplicació al sector
- o Obligacions formals a nivell fiscal de les empreses i dels empresaris
- o Impostos: Societats, IVA, IRPF
- o Actuacions en casos d'inspeccions tributàries i fiscals

Mòdul:	MASTER CLASS & CONFERÈNCIES
ECTS:	1
Durada:	15 h.
Contingut:	Estratègies i transformació (Xavier Ybargüengoitia) Noves formes de distribució (Alícia Estrada) Legal i Jurídic: permisos, llicències i obligacions (Assessors Rius&Rius)

Mòdul:	TUTORIES
Durada:	9 h.
Contingut:	Seguiment del procés d'aprenentatge de l'estudiant.

Fundació URV. Centre de Formació Permanent

Av Onze de Setembre, 112. 43203 REUS

Tel.: 977 779 950 Fax: 977 310 113

formacio@fundacio.urv.cat

www.fundacio.urv.cat/formacio