

Gestión, Márqueting 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-I4-2O24-9

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:

Olga Busto Busto

Xavier Fumanal Cuadrat

Docentes:

Christophe Marquet
Xavier Fumanal Cuadrat
Jordi Rojas Donada
Antoni Viladomat Vers
Xavier Ybargüengoitia Millet
Alicia Estrada Alonso

Alicia Estrada Aloris

David Budó Martí

Duración:

14,5 ECTS

Impartición:

presencial

Fechas:

del 25/10/2024 al 01/03/2025

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. O872O-Vilafranca del Penedès.

Precio:

1465

Contacto FURV:

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

Programa

Módulo: M1.EMPRESA Y ORGANIZACIÓN

ECTS: 2

Duración: 19.5 h.

Contenido:

1.1 Economía vitivinícola.

1.2 En torno a la UE.

1.3 Entorno internacional.

1.4 Entorno legal.

1.5 Estrategia y crecimiento empresarial.

Módulo: M2.MÁRQUETING Y MODELOS DE NEGOCIO

ECTS: 2

Duración: 24 h.

Contenido: 1 Marketing. Claus del éxito y referentes

2 Modelo de negocio

3 Propuestas de valor y pricing

4 Comunicación, impulsión y distribución.

5 Posventa, promociones y relaciones.

6 Consejos útiles.

Módulo: M3.JUEGO DE SIMULACIÓN. ACTIVIDAD TASTAVINS

ECTS: .5

Duración: 7 h.

Contenido: /ul>

- Creación de Propuesta de Valor y Mensajes.
- Trabajo en equipo.
- Medios de Comunicación.
- Juego de Simulación: Hagamos un Tastavins.

Módulo: M4.MÁRQUETING INTERNACIONAL Y BRANDING

ECTS: 2

Duración: 18 h.

Contenido: 1. Segmentación adecuada del mercado.

- 2. Definir estrategia de desarrollo de negocio a nivel internacional.
- 3. Posicionamiento en precio en función de los costes operativos.
- 4. Ejemplos reales.

Módulo: M5.MÁRQUETING DIGITAL

ECTS: 1

Duración: 15 h.

Contenido: 1. Qué pasa en nuestro sector?

- 2. Los mejores referentes y que podemos hacer.
- 3. Percepción y notoriedad de marca a la esfera digital.
- 4. Estrategia de marketing digital.
- 5. Conceptos de funnel y engagement de usuarios/se.
- 6. Principales herramientas por el marketing digital.

	8. Proyectos y presentación de casos a medida por los participantes.
Módulo:	M6.DIRECCIÓN DE EQUIPOS Y HABILIDADES DIRECTIVAS
ECTS:	2
Duración:	24 h.
Contenido:	
Módulo:	M7.CADENA DE VALOR EN LA INDUSTRIA DEL VINO (PROVISIONAMIENTO Y LOGÍSTICA)
ECTS:	2
Duración:	13.5 h.
Contenido:	
Módulo:	M8.GESTIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA
Módulo: ECTS:	M8.GESTIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA 2
ECTS:	2
ECTS: Duración:	2
ECTS: Duración: Contenido:	2 19 h.
ECTS: Duración: Contenido: Módulo:	2 19 h M9.MASTER CLASS & CONFERENCIAS
ECTS: Duración: Contenido: Módulo: ECTS:	2 19 h M9.MASTER CLASS & CONFERENCIAS 1

9 h.

Duración:

Contenido:

7. Ejemplos de casos reales.

Fundación URV. Centro de Formación Permanente Av Onze de Setembre, 112. 432O3 REUS (+34) 977 779 95O

formacio@fundacio.urv.cat

www.fundacio.urv.cat/formacion

<u>Linkedin | Twitter | Facebook | Instagram</u>