



UNIVERSITAT
ROVIRA I VIRGILI

FUNDACIÓ URV
CENTRE DE FORMACIÓ PERMANENT

Gestión y Organización Vitivinícola

Ficha Técnica

Coorganiza:



Código:

CGEOVEA-I2-2019-4

Título al que da derecho:

Certificado de Aprovechamiento

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.

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.

Fechas:

del 18/10/2019 al 29/02/2020

Horario:

Viernes de 16 a 20.30 h. y sábados de 9 a 14 h.

Ubicación:

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

Impartición:

presencial

Duración:

14,5 ECTS

Precio:

1450

Coordinación académica:

Xavier Fumanal Cuadrat

Docentes:

Christophe Marquet

Xavier Fumanal Cuadrat
Jordi Rojas Donada
Antoni Viladomat Vers
Josep Albertí Pradera

Contacto FURV:

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

Más información:

Este curso cumple los requisitos para ser bonificado mediante [Fundación Estatal para la Formación en el Empleo](#). (FUNDAE). Para más información puede dirigirse a: bonificacio@fundacio.urv.cat.

Programa

Módulo: Diseño y planificación estratégica

ECTS: 3

Duración: 22 h.

Contenido:

1. Contexto sectorial y entorno competitivo en transición

- Economía vitivinícola
 - Los mercados agrarios
 - Análisis del sector agrario
 - El sector vitivinícola en Cataluña y España
 - Marco institucional para el sector vitivinícola
- Entorno de la UE
 - Modelo vitivinícola europeo
 - La Política Agrícola Común (PAC) - Antecedentes, Objetivos y principios
 - La Agenda 2000
 - Instrumentos financieros: el FEOGA (Fondo Europeo de Orientación y Garantía Agrícola)
 - La PAC y la ampliación de la UE
- Entorno internacional
 - Mercados mundiales: comercio interior y exterior
 - Mecanismos de regulación de mercados
 - Principales zonas de producción: Europa, América, Oceanía, Asia y Norte América.
- Entorno legal
 - Legislación internacional, comunitaria y estatal
 - Derecho vitivinícola: la nueva ley del vino
 - Fiscalidad de empresas vitivinícolas
 - Propiedad industrial: patentes, marcas, denominaciones de origen

- Seguridad y calidad alimentaria: certificaciones

2. Estrategia y crecimiento empresarial

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

Módulo: Márketing y comercialización. Juego de Simulación

ECTS: 2

Duración: 36 h.

Contenido:

1. Márketing. Claves del éxito y referentes

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

2. Modelo de negocio

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

3. Propuestas de valor y pricing

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

4. Comunicación, impulsión y distribución

- Planes de comunicación eficaces

- Estructura de planes de comunicación a corto o largo plazo
- Casos prácticos
- Publicidad y relaciones públicas
- Imagen y *branding*
- Otros modelos de comunicación
- Modelos de distribución.

5. Postventa, promociones y relaciones

- Relaciones con clientes
- fidelización
- Promociones de ventas
- Influencia

6. Consejos útiles

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

7. Juego de simulación

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

Módulo: Márqueting internacional, branding i márqueting digital

ECTS: 1,5

Duración: 27 h.

Contenido:

1. Diseño de una estrategia de internacionalización para el sector de vinos y cavas

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

2. Optimización de los recursos de trade marketing a nivel internacional

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

3. Introducción al Marketing Digital

- Desmentimos mitos. Nada es fácil. Y menos el marketing digital
- Diferencias principales con el marketing tradicional: el ROI los canales

4. La estrategia DIGITAL

- Así, ¿qué quiero hacer en internet?
- La Ultra-Segmentación: la base de todo
- El embudo de conversión y El mundo al revés: "el embudo invertido": hay que tomárselo con calma.
- El iceberg de internet: los CMS s + Responsive Design, o como se ve mi tienda en dispositivos móviles
- Plugins varios que hacen casi masajes! Desde los más enfocados al CRO hasta los complementarios para la Correcta gestión de mi ecommerce: Transporte, sistemas de pago, seguridad ...

5. Y una vez ya se que tengo que hacer ... como lo hago porque me encuentren?

- ¿Qué debo hacer para que google nos encuentre y salga yo el primero? SEO local y SEO básico
- Y todo depende de google? En la red cada día hay más opciones para darse a conocer. Otras formas de generar tráfico
 - Emailmarketing
 - SEM
 - Marketing de contenidos
 - Redes Sociales B2C, principalmente Facebook
 - Publicidad segmentada
- El marketing de contenidos de calidad.

6. Introducción a la analítica WEB. Los KPI s

The [Text editor online](#) - edit text with free service.

Módulo: Dirección de equipos y habilidades directivas

ECTS: 3

Duración: 23 h.

Contenido:

1. Dirección de personas y equipos

- Profundizar en las claves del éxito
- Mapa de competitividad
- Roles y tareas del mando
- Conocer más a las personas
- Innovamos en la gestión

2. Desarrollo de competencias

- Saber transmitir mejor
- Saber decir las cosas. asertividad
- Saber dar órdenes
- Saber persuadir con eficacia
- Saber recibir y emitir críticas

3. Liderazgo en tiempos de transformación

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

4. Liderazgo en tiempos de transformación

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

5. El líder eficaz

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

6. Gestión de situaciones conflictivas

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

Módulo: Gestión de provisionamientos, logística y distribución

ECTS: 2

Duración: 18 h.

Contenido:

1. Aprovisionamiento

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

2. Aprovisionamiento

- Control de recepciones
- ORGANIZACIÓN interna
- Control de expediciones
- Diferentes sistemas de estanterías (dinámicas, drive in ...)
- Maquinaria: trilaterales, preparadoras, trans-elevadores, ...
- Etiquetado: EAN13, DUM14, EAN 128
- RFID
- Sistemas de Picking por voz, pick to voice, ...
- SGA y ejemplos
- KPIs básicos de almacén

3. Distribución:

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

Módulo: Gestión financiera

ECTS: 3

Duración: 27 h.

Contenido:

1 Gestión económico-financiera y sistemas de información para la dirección

- La realidad empresarial y su entorno. Factores de cambio.
- Introducción a la contabilidad
- Análisis de Balances y cuentas de explotación
- 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
- Análisis de costes
 - Determinación del coste de productos y servicios
 - El control y la reducción de costes

2 Gestión fiscal

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

[online HTML editor](#) free online tool hosted by 4html.net.

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