



UNIVERSITAT  
ROVIRA I VIRGILI

---

FUNDACIÓ URV  
CENTRE DE FORMACIÓ PERMANENT

# Gestió i Organització Vitivinícola

## Fitxa Tècnica

---

### Coorganitza:



### Codi:

CGEOVEA-I2-2019-4

### Títol al que dóna dret:

Certificat d'Aprofitament

### 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.

### 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.

### Dates:

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

### 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.

### Impartició:

presencial

### Durada:

14,5 ECTS

### Preu:

1450

### Coordinació acadèmica:

Xavier Fumanal Cuadrat

### Docents:

Christophe Marquet

Xavier Fumanal Cuadrat

Jordi Rojas Donada  
Antoni Viladomat Vers  
Josep Albertí Pradera

**Contacte:**

Raquel Ramos - [raquel.ramos@fundacio.urv.cat](mailto:raquel.ramos@fundacio.urv.cat)

**Més informació:**

Aquest curs compleix els requisits per ser bonificat mitjançant la [Fundación Estatal para la Formación en el Empleo](#). (FUNDAE). Per a més informació podeu adreçar-vos a: [bonificacio@fundacio.urv.cat](mailto:bonificacio@fundacio.urv.cat)

## Programa

---

**Mòdul:** Disseny i planificació estratègica

**ECTS:** 3

**Durada:** 22 h.

**Contingut:**

1. Context sectorial i entorn competitiu en transició
  - Economia vitivinícola
    - Els mercats agraris
    - Anàlisi del sector agrari
    - El sector vitivinícola a Catalunya i Espanya
    - Marc institucional pel sector vitivinícola
  - Entorn de la UE
    - Model vitivinícola europeu
    - La Política Agrícola Comú (PAC) – Antecedents , Objectius i principis
    - La Agenda 2000
    - Instruments financers , el FEOGA (Fons Europeu d'Orientació i Garantia Agrícola)
    - La PAC i la ampliació de la UE
  - Entorn internacional
    - Mercats mundials : comerç interior i exterior
    - Mecanismes de regulació de mercats
    - Principals zones de producció : Europa , Amèrica , Oceania , Àsia i Nord Amèrica.
  - Entorn legal
    - Legislació internacional, comunitària i estatal
    - Dret vitivinícola : la nova llei del vi
    - Fiscalitat d'empreses vitivinícoles
    - Propietat industrial: Patents, marques, Denominacions d'Origen
    - Seguretat i qualitat alimentària: certificacions

## 2. Estratègia i creixement empresarial

- L'empresa en el context del sistema econòmic
- Anàlisis estratègic: estructura competitiva i anàlisi intern
- Formulació de l'estratègia
- Models organitzatius
- Adequació organitzativa
- Implantació de l'estratègia
- Control i seguiment de l'estratègia

**Mòdul:** Màrqueting i comercialització. Joc de Simulació

**ECTS:** 2

**Durada:** 36 h.

**Contingut:**

### 1. Màrqueting. Claus de l'èxit i referents

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

### 2. Model de negoci

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

### 3. Propostes de valor i pricing

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

### 4. Comunicació, impulsió i distribució

- Plans de Comunicació eficaços
- Estructura de plans de comunicació a curt o llarg termini
- Casos pràctics

- Publicitat i relacions públiques
- Imatge i branding
- Altres models de comunicació
- Models de distribució.

#### 5. Postvenda, promocions i relacions

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

#### 6. Consells útils

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

#### 7. Joc de simulació

- Investigació de mercats
- Creació de marques
- Creació de proposta de valor i missatges
- Treball en equip
- Medis de comunicació
- Joc de Simulació: Fem un Tastavins?

**Mòdul:** Màrqueting internacional, branding i màrqueting digital

**ECTS:** 1,5

**Durada:** 27 h.

**Contingut:**

1. Disseny d'una estratègia d'internacionalització pel sector de vins i caves

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

2. Optimització dels recursos de trade màrqueting a nivell internacional

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

### 3. Introducció al Marketing Digital

- Desmentim mites. Res és fàcil. I menys el marketing digital
- Diferències principals amb el marketing tradicional: el ROI els canals

### 4. L'estratègia DIGITAL

- Així, què vull fer a internet?
- La Ultra-Segmentació: la base de tot plegat
- L'embut de conversió i El mundo al revés: "l'embut capgirat": cal prendre-s'ho amb Calma.
- L'iceberg d'internet: els CMS's + Responsive Design, o com es veu la meva botiga en dispositius mòbils
- Plugins varis que fan gairebé massatges! Des dels més enfocats al CRO fins als complementaris per a la correcta gestió del meu ecommerce: Transport, sistemes de pagament, seguretat...

### 5. I un cop ja sé què he de fer... com ho faig perquè em trobin?

- Què he de fer per què google ens trobi i surti jo el primer? SEO local i SEO bàsic
- I tot depèn de google?... A la xarxa cada dia hi ha més opcions per a donar-se a conèixer. Altres formes de generar trànsit
  - Emailmarketing
  - SEM
  - Marketing de continguts
  - Xarxes Socials B2C, principalment Facebook
  - Publicitat segmentada
- El marketing de continguts de qualitat.

### 6. Introducció a l'analítica WEB. Els KPI's

<b>Mòdul:</b>	Direcció d'equips i habilitats directives
<b>ECTS:</b>	3
<b>Durada:</b>	23 h.
<b>Contingut:</b>	1. Direcció de persones i d'equips

- Aprofundir en les claus de l'èxit
- Mapa de competitivitat
- Rols i tasques del comandament
- Conèixer més a les persones
- Innovem en la gestió

## 2. Desenvolupament de competències

- Saber transmetre millor
- Saber dir les coses. Assertivitat
- Saber donar ordres
- Saber persuadir amb eficàcia
- Saber rebre i emetre crítiques

## 3. Lideratge en temps de transformació

- El comportament de les persones dins de les organitzacions
- Treball en equip
- Liderar en temps de canvi
- Gestió del temps

## 4. Lideratge en temps de transformació

- El comportament de les persones dins de les organitzacions
- Treball en equip
- Liderar en temps de canvi
- Gestió del temps

## 5. El líder eficaç

- Estils de lideratge
- Factors decisius per a assolir objectius
- Competències de coaching
- Enfortiment del feedback

## 6. Gestió de situacions conflictives

- Resolució de conflictes
- Gestió de crisi corporativa
- Negociacions complexes

<b>Mòdul:</b>	Gestió d'aprovisionaments, logística i distribució
<b>ECTS:</b>	2
<b>Durada:</b>	18 h.

**Contingut:**

1. Aprovisionament

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

2. Aprovisionament

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

3. Distribució:

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

**Mòdul:** Gestió financera

**ECTS:** 3

**Durada:** 27 h.

**Contingut:**



## 1 Gestió econòmic-financera i sistemes d'informació per a la direcció

- La realitat empresarial i el seu entorn. Factors de canvi.
- Introducció a la comptabilitat
- Anàlisi de Balanços i comptes d'explotació
- 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
  - Anàlisi de costos
  - Determinació del cost de productes i serveis
  - El control i la reducció de costos

## 2 Gestió fiscal

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

**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](mailto:formacio@fundacio.urv.cat)

[www.fundacio.urv.cat/formacio](http://www.fundacio.urv.cat/formacio)