

PROGRAMA

MÁSTER EN MARKETING Y CULTURA SOSTENIBLE DEL VINO

AULA	MATERIA	CRÉDITOS ECTS
BLOQUE I: MERCADO Y CULTURA SOSTENIBLE DEL VINO		8
1	SOCIEDAD Y CULTURA DEL VINO. La cultura sostenible como elemento de diferenciación. Humanismo y medio ambiente.	3
2	MERCADO, CONSUMIDOR Y EXPERIENCIA DE CONSUMO. El mercado, comportamiento del consumidor y experiencia de consumo, <i>customer journey</i> . El proceso de decisión de compra, variables que influyen en el consumo. Tendencias sociales y retos del sector.	3
3	INTELIGENCIA DE NEGOCIO. Investigación de mercados. Herramientas de análisis de datos para la toma de decisiones. Búsqueda de <i>insights</i>	2
BLOQUE II: CREACIÓN DE LA PROPUESTA DE VALOR EN EL MUNDO DEL VINO		10
4	EL NEGOCIO DEL VINO. MARKETING INTERNACIONAL. El mercado nacional e internacional, desarrollo del modelo de negocio. Internacionalización	2
5	“EL VINO QUE VIENE”, MARKETING ESTRATÉGICO. Orientación al mercado, segmentación, posicionamiento y planificación de marketing.	2
6	DIGITALIZACIÓN DEL SECTOR ENOTURISMO	2
7	VALORES COMO PROPUESTA DE VALOR. Sostenibilidad, innovación, calidad, I+D+i y RSC en el desarrollo de nuevos productos.	2
8	GESTIÓN DE PRODUCTO Y MARCA. Producto y precio. Gestión de producto y marca. Los valores y la experiencia como el eje de la propuesta.	2
BLOQUE III: DISTRIBUCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA PROPUESTA EN EL SECTOR DEL VINO		8
9	DISTRIBUCIÓN COMERCIAL. Canales, distribuidores, punto de venta, comercio online y estrategias multicanal.	3

10	GESTIÓN DE VENTAS. Organización, planificación y control.	2
11	COMUNICACIÓN INTEGRAL DE MARKETING. MARKETING DIGITAL Y SOCIAL MEDIA. El mix de medios. Herramientas de comunicación. Los ejes de comunicación.	3
BLOQUE IV: HABILIDADES DIRECTIVAS		18
	HABILIDADES COMUNICATIVAS	3
	GESTIÓN POR PROYECTOS	3
	INTELIGENCIA EMOCIONAL Y AUTOCONOCIMIENTO PARA EL LIDERAZGO	3
	GESTIÓN DE EQUIPOS Y DESARROLLO DE PERSONAS	3
	GESTIÓN DEL CAMBIO Y LA INNOVACIÓN	3
	VISIÓN ESTRATÉGICA Y ENGAGEMENT	3
BLOQUE V: OPTATIVIDAD “MUNDO DEL VINO”		6
Elegir 6 créditos entre los siguientes cursos on-line:		
<p>ÁREA DE VITICULTURA</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Morfología y Anatomía de la Vid” (1,5 ECTS) • “Variedades de la vid empleadas en elaboración de vinos” (1,5 ECTS). • “Viticultura Ecológica: aproximación a la viticultura biodinámica” (1,5 ECTS). <p>ÁREA DE ENOLOGÍA</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Análisis sensorial y cata” (1,5 ECTS) • “Técnicas de elaboración de Vino Tinto I y II” (1,5 ECTS y 0,75 ECTS respectivamente). • “Técnicas de vinificación de blanco” (1,5 ECTS). <p>ÁREA DE GESTIÓN DE BODEGAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Gestión de la calidad en bodegas ISO 9001-2015” (1,5 ECTS). • “Las barricas y la crianza de vinos tintos” (0,75 ECTS). • “APPCC en bodegas” (1,5 ECTS). <p>INGLÉS PARA EL SECTOR DEL VINO Y ENOTURISMO (1,5 ECTS)</p> <p>CONTRATOS INTERNACIONALES E INCOTERMS (1,5 ECTS)</p>		
BLOQUE VI: PRÁCTICAS EN EMPRESA		6
BLOQUE VII: TRABAJO FIN DE MÁSTER		4