

## PROGRAMA

### MÁSTER EN MARKETING Y CULTURA SOSTENIBLE DEL VINO

AULA	MATERIA	CRÉDITOS ECTS
<b>BLOQUE I: MERCADO Y CULTURA SOSTENIBLE DEL VINO</b>		9
1	<b>SOCIEDAD Y CULTURA DEL VINO.</b> La cultura sostenible como elemento de diferenciación. Humanismo y medio ambiente.	3
2	<b>MERCADO, CONSUMIDOR Y EXPERIENCIA DE CONSUMO.</b> 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.	4
	<b>ENOTURISMO: UNA PROPUESTA PARA UN NUEVO PERFIL DE CONSUMIDOR</b>	
3	<b>INTELIGENCIA DE NEGOCIO.</b> Investigación de mercados. Herramientas de análisis de datos para la toma de decisiones. Búsqueda de <i>insights</i>	2
<b>BLOQUE II: CREACIÓN DE LA PROPUESTA DE VALOR EN EL MUNDO DEL VINO</b>		9
4	<b>EL NEGOCIO DEL VINO. MARKETING INTERNACIONAL.</b> El mercado nacional e internacional, desarrollo del modelo de negocio. Internacionalización	2
5	<b>“EL VINO QUE VIENE”, MARKETING ESTRATÉGICO.</b> Orientación al mercado, segmentación, posicionamiento y planificación de marketing.	3
	<b>DIGITALIZACIÓN DEL SECTOR</b>	
6	<b>VALORES COMO PROPUESTA DE VALOR.</b> Sostenibilidad, innovación, calidad, I+D+i y RSC en el desarrollo de nuevos productos.	2
7	<b>GESTIÓN DE PRODUCTO Y MARCA.</b> Producto y precio. Gestión de producto y marca. Los valores y la experiencia como el eje de la propuesta.	2

<b>BLOQUE III: DISTRIBUCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA PROPUESTA EN EL SECTOR DEL VINO</b>		8
8	<b>LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL.</b> Canales, distribuidores, punto de venta, comercio online y estrategias multicanal.	3
9	<b>GESTIÓN DE VENTAS.</b> Organización, planificación y control.	2
10	<b>COMUNICACIÓN INTEGRAL DE MARKETING. MARKETING DIGITAL Y SOCIAL MEDIA.</b> El mix de medios. Herramientas de comunicación. El plan de comunicación.	3
<b>BLOQUE IV: HABILIDADES DIRECTIVAS</b>		18
	<b>Habilidades Comunicativas</b>	3
	<b>Gestión por Proyectos</b>	3
	<b>Inteligencia emocional y autoconocimiento para el liderazgo</b>	3
	<b>Gestión de equipos y desarrollo de personas</b>	3
	<b>Gestión del cambio y la innovación</b>	3
	<b>Visión estratégica y <i>engagement</i></b>	3
<b>BLOQUE V: OPTATIVIDAD “MUNDO DEL VINO” *</b>		6
Elegir entre cursos on-line de las siguientes materias: - Viticultura - Enología - Gestión de bodegas - Inglés del vino y del enoturismo - Contratos internacionales e incoterms		
<b>BLOQUE VI: PRÁCTICAS EN EMPRESA</b>		6
<b>BLOQUE VII: TRABAJO FIN DE MÁSTER</b>		4

**\*ANEXO OPTATIVIDAD “MUNDO DEL VINO”.**

ÁREA DE VITICULTURA

- “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).

ÁREA DE ENOLOGÍA

- “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).

#### ÁREA DE GESTIÓN DE BODEGAS:

- “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).

#### ÁREA DE ECONOMÍA DEL VINO

INGLÉS PARA EL SECTOR DEL VINO Y ENOTURISMO

CONTRATOS INTERNACIONALES E INCOTERMS