



DIPLOMATURA UNIVERSITARIA EN NEGOCIO DEL VINO Y SOMMELLERIE

DESTINATARIOS

Dirigido a Profesionales de áreas relacionadas al Vino, gastronomía, vinotecas, distribuidoras bodegas y/o periodistas, comunicadores o público en general que quiera iniciarse o perfeccionar sus conocimientos actuales en el mundo del vino.

PRESENTACIÓN

La transformación en la industria vitivinícola y el recorrido que han comenzado los enólogos hacia altos estándares de calidad, hacen que el Vino llegue a consumidores cada vez más calificados que desean obtener más conocimiento acerca del vino y todo lo que lo rodea. Esta Diplomatura está enfocada a quienes quieren iniciarse en el Negocio del Vino, y a quienes ya poseen conocimientos y desean profundizarlos. Para ello brindamos las herramientas necesarias para que los participantes conozcan los pasos de degustación y el desarrollo de su evaluación sensorial, los procesos productivos de la elaboración, el enoturismo, la gestión y el posicionamiento del negocio del vino a nivel nacional e internacional, las estrategias de Marketing y comunicación adecuadas para cada vino en particular y las tendencias que vienen para los próximos años.

PLAN DE ESTUDIOS

BLOQUE 1 INTRODUCCIÓN A CATA DE VINO, SERVICIO, MARIDAJES y ENOTURISMO

CLASE 1 y 2. LA DEGUSTACIÓN Y CATA PROFESIONAL

CLASE 3 y 4. REGIONES GEOGRAFICAS. REGIÓN DE CUYO Y CENTRO.

CLASE 5. REGIÓN NOROESTE.

CLASE 6. REGIÓN PATAGONICA.

BLOQUE 2 FUNDAMENTOS DE VITICULTURA Y ENOLOGÍA, DISTINTOS TIPOS DE VINOS

CLASE 7. INTRODUCCIÓN A LA VITICULTURA I.

CLASE 8. VITICULTURA II.

CLASE 9. ENOLOGIA. VINOS BLANCOS/ VINOS ROSADOS. CARACTERÍSTICAS. ANÁLISIS SENSORIAL.

CLASE 10. ENOLOGÍA. VINOS TINTOS. CARACTERÍSTICAS. ANÁLISIS SENSORIAL.

CLASE 11. ENOLOGIA. CHAMPAGNE. ESPUMOSOS. CAVAS. VINOS DULCES Y ESPECIALES.

CLASE 12. DEFECTOS DEL VINO.

CLASE 13. VINOS DEL VIEJO MUNDO I.



CLASE 14. VINOS DEL VIEJO MUNDO II.

CLASE 15. VINOS DEL NUEVO MUNDO I.

CLASE 16. EVALUACION DE 1° Y 2° BLOQUE

CLASE COMPLEMENTARIA 17 Y 18: INGLES VITIVINICOLA I /II

Año 2022

BLOQUE 3. NEGOCIOS EN MERCADO INTERNO Y EXTERNO, MARKETING DEL VINO Y COMUNICACIÓN.

CLASE 23. DISEÑO DE PLAN DE NEGOCIO I

CLASE 24. DISEÑO DE PLAN DE NEGOCIO II

CLASE 25. DISEÑO DE PLAN DE NEGOCIO III

CLASE 26. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. SEGMENTACIÓN DE MERCADOS. POSICIONAMIENTO. FACTORES INFLUYENTES EN LA DECISIÓN DE COMPRA.

CLASE 27. GERENCIA DE PRODUCTO, DISEÑO Y DIFERENCIACIÓN. PMV PRODUCTO MÍNIMO VIABLE. BRANDING. CONSTRUCCIÓN DE LA SATISFACCIÓN Y LEALTAD A LA MARCA.

CLASE 28. MARKETING. LAS P DEL MARKETING. COMUNICACIONES INTEGRADAS DE MARKETING.

CLASE 29. MARKETING. ESTRATEGIAS DE MARKETING UTILIZADAS POR LA INDUSTRIA VITIVINÍCOLA. SUSTENTABILIDAD. FODA. PLAN DE MARKETING.

CLASE 30. MARKETING DIGITAL. ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL. MARKETING DE CONTENIDOS. NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN.

CLASE 31. COMUNICACIÓN DEL VINO. CUÁL ES EL PAPEL DEL CONSUMIDOR. CÓMO INTERFIERE LA COMUNICACIÓN EN LAS SENSACIONES Y EMOCIONES. DIFERENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

CLASE 32. COMUNICACIÓN DEL VINO. NUEVAS FORMAS DE COMUNICAR EL VINO. CÓMO COMUNICAR UN MENSAJE DE MANERA ACERTADA. CADA RED SOCIAL Y SU MENSAJE. LA MAGIA DEL NETWORKING.

CLASE 33. TENDENCIAS EN EL MUNDO DEL VINO. LA INMEDIATEZ Y EL VINO. EL VINO COMO MODA O TENDENCIA.

CLASE 34. ECONOMÍA DEL VINO. ECONOMÍA MUNDIAL Y REGIONAL ARGENTINA. ESTADÍSTICAS. ASPECTOS MACRO Y MICROECONÓMICOS NEGOCIO DEL VINO:

CLASE 35. EL MODELO DE NEGOCIO VITIVINÍCOLA. GESTIÓN DE COSTOS PARA LA TOMA DE DECISIONES. FUENTES DE FINANCIAMIENTO. LEGISLACIÓN Y MARCO LEGAL.

CLASE 36. NEGOCIOS INTERNACIONALES. COMO EXPORTAR. INTRODUCCIÓN A LOS PRINCIPALES CONCEPTOS DEL COMERCIO INTERNACIONAL. REQUISITOS PARA EXPORTAR. INCOTERMS.

CLASE 37. OPERATORIA ADUANERA. DOCUMENTACIÓN REQUERIDA. ESTRUCTURA DE COSTOS LOGÍSTICOS. LOGÍSTICA NACIONAL E INTERNACIONAL. INSTRUMENTOS DE PAGO.

CLASE 38. MARKETING INTERNACIONAL INTERNACIONALIZACIÓN. NUEVOS MERCADOS, NUEVAS OPORTUNIDADES. TENDENCIAS GLOBALES. MARCA PAÍS WOFA.

CLASE 39. INGLES VITIVINICOLA I /II

CLASE 40. INGLES VITIVINICOLA I /II

CLASE 41. INGLES VITIVINICOLA III.

CLASE 42. INGLES VITIVINICOLA IV.

CLASE 43. ¿QUÉ SON LAS FINANZAS? EL BALANCE.

CLASE 44. PRESUPUESTOS. ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO DE UNA EMPRESA.

COSTOS PARA LA TOMA DE DECISIONES. DETERMINACIÓN DE PRECIOS DE VENTA. VOLUMEN DE VENTAS. GANANCIA ESPERADA.

CLASE 45. PRÉSTAMOS. CONOCER EL COSTO DE UN PRÉSTAMO.

CLASE 46. MANAGEMENT Y LIDERAZGO: TÉCNICAS Y NEGOCIACIÓN COMO ESTRATEGIA. GESTIONAR Y DIRIGIR EQUIPOS. LIDERAZGO. DESARROLLAR HABILIDADES DE RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS. GENIO SOLITARIO O EQUIPO BRILLANTE. TRABAJO EN EQUIPO. ¿QUÉ ES EL LIDERAZGO? MOTIVACIÓN Y COMPENSACIÓN. ADMINISTRACIÓN DEL TIEMPO. LA ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL Y LA INNOVACIÓN.

CLASE 47. EVALUACIÓN GENERAL Y PRESENTACIÓN DE TIF (TRABAJO INTEGRADOR FINAL).