



## **DIPLOMATURA UNIVERSITARIA EN NEGOCIO DEL VINO Y SOMMELLERIE**

### **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.

### **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.

### **PLAN DE ESTUDIOS**

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

CLASE 1. LA DEGUSTACIÓN. Degustación y Cata profesional. Pasos de la Degustación. Color. Aroma. Sabor. Conceptos básicos de análisis sensorial. Cata Comercial. Condiciones para armar una cata de vinos.

CLASE 2. VINOS BLANCOS. Cepas. Breve historia. Análisis sensorial. Cata. Aroma. Sabor. Vista.

CLASE 3. VINOS ROSADOS. Cepas. Breve historia. Características. Análisis sensorial. Cata. Aroma. Sabor. Vista.

CLASE 4. VINOS TINTOS Cepas. Breve historia. Características. Análisis sensorial. Cata. Aroma.

CLASE 5. CHAMPAGNE. ESPUMOSOS. CAVAS. VINOS DULCES Y ESPECIALES. Crianza. Embotellado. Defectos.



BODEGAS DE ARGENTINA S.C.



INSTITUTO NACIONAL  
DE VITIVINICULTURA



ESCUOLA ARGENTINA DE NEGOCIOS  
INSTITUTO UNIVERSITARIO



CLASE 6. ARMONIZACIÓN DE VINOS Y PLATOS. Armonización de sabores, texturas y colores. Acuerdos clásicos, tradicionales e innovadores.

CLASE 7. EL SERVICIO: Historia y Evolución del Servicio. La Elección de la copa.

CLASE 8. REGIÓN DE CUYO: Características principales de la Región. Zonas de la región: Mendoza, San Juan, La Rioja y San Luis. DOC Luján de Cuyo y DOC San Rafael.

CLASE 9. REGIÓN NOROESTE: Características principales de la Región. Geografía vitivinícola de la zona. Zonas de la región: Jujuy, Salta, Tucumán y Catamarca.

CLASE 10. REGIÓN CENTRAL. Características principales de la Región.

CLASE 11. REGIÓN PATAGÓNICA: Características principales de la Región. Cepas principales: Pinot Noir, Merlot, Sauvignon Blanc y Riesling.

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

CLASE 12 TERROIR. Características.

CLASE 13. SUELOS. Características.

CLASE 14. INTRODUCCIÓN A LA VITICULTURA Métodos de conducción. Trabajos en el viñedo. Enfermedades y plagas en el viñedo. Tratamientos orgánicos de las vides. Diferentes tipos de suelos y su importancia. Viñedos naturales, orgánicos y biodinámicos.

CLASE 15. INTRODUCCIÓN A LA VINIFICACIÓN. Elaboración de vinos tintos, blancos y rosados tranquilos. Elaboración de vinos espumosos. Variedades más utilizadas en el país. Crianza de los vinos. Robles americanos y europeos.

CLASE 16. FUNDAMENTOS DE VITICULTURA: Definición, clasificación. Concepto de "Terroir". La vid. Partes. Fotosíntesis. Composición. Mosto. Ciclo vegetativo de la vid. Clima.

CLASE 17. FUNDAMENTOS DE ENOLOGÍA: Historia y concepto. Evolución de la enología. El vino: definición. Vinificación. Tratamientos del mosto. Fermentación. Maceración. Operaciones en bodega. La Fermentación Maloláctica. Riesgos y precauciones en la elaboración. Elaboración. Tratamientos del vino.

CLASE 18. INNOVACIONES EN LAS PRÁCTICAS ECOLÓGICAS. Vinos naturales y orgánicos. Biodinámia. Maceraciones carbónicas. Pet Nat.

CLASE 19. VINOS DEL VIEJO MUNDO I.

CLASE 20. VINOS DEL VIEJO MUNDO II.



BORJAS DE ARGENTINA S.C



INSTITUTO NACIONAL  
DE VITIVINICULTURA



ESCUOLA ARGENTINA DE NEGOCIOS  
INSTITUTO UNIVERSITARIO



CLASE 21. VINOS DEL NUEVO MUNDO I.

CLASE 22. EVALUACIÓN DE 1° Y 2° BLOQUE

**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. El Mercado: La Importancia y las necesidades de los consumidores. 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.



BOGORGAS DE ARGENTINA S.C



INSTITUTO NACIONAL DE VITIVINICULTURA





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).

### **Títulos Internacionales con salida laboral**

Todas las certificaciones emitidas por la **Escuela Argentina de Negocios** pueden obtener reconocimiento internacional mediante la **Apostilla de la Haya**, acreditada por el **Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto de la Nación**.

**Todos los programas están avalados por el INV- Instituto Nacional de Vitivinicultura**



BORDEGAS DE ARGENTINA S.C.



INSTITUTO NACIONAL  
DE VITIVINICULTURA



ESCUELA ARGENTINA DE NEGOCIOS  
INSTITUTO UNIVERSITARIO