



**MÁSTER EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS VITIVINÍCOLAS  
EDICIÓN VIII**

**2016 - 2017**



## MÓDULO I: VITICULTURA Y ENOLOGÍA

- Origen y evolución de la viticultura
- Biología de la vid
- Cultivo de la vid
- Composición química de la uva y el vino
- La elaboración del vino
- Principales tipos de vinos

## MÓDULO II: CATA DE VINOS

- Cata de distintos tipos de vinos
- Mecanismos y técnicas de cata
- Relaciones entre composición de vinos y sus características organolépticas
- Métodos de análisis sensorial
- Preparación de catadores y tribunales de cata. Concursos de cata
- Utilización de la cata. Origen, elaboración, mezclas, envejecimiento
- Influencia en la degustación de vinos de principios activos en gastronomía. Conjunción de vinos y alimentos
- Defectos en el vino
- Apreciación organoléptica de : vinagres vinos defectuosos, vinos españoles y vinos extranjeros



## MÓDULO III: ANÁLISIS DEL ENTORNO SOCIOECONÓMICO

- Economía vitivinícola
  - Los mercados agrarios
  - Análisis del sector agrario
  - El sector vitivinícola en España / Las diferentes Denominaciones de origen
  - Marco institucional para el sector vitivinícola
  - Zonas de producción en España
  - Cultura vitivinícola
  - El servicio del vino
  - Vino y gastronomía
  - Asociaciones vitivinícolas
  - Aspectos sociales del consumo del vino
  - Vino y salud
  - Los vinos de pago

## MÓDULO IV: GESTIÓN EMPRESARIAL

- Empresas vitivinícolas
  - Concepto
  - Estructura departamental
  - Perfiles profesionales



- Método de toma de decisiones
- Estrategias de outsourcing
- Estrategias de comercialización
- Valoración de empresas
- Técnicas de valoración
- Análisis de los sesgos valorativos
- Fusiones, adquisiciones y alianzas
- Ventajas competitivas
- Selección de proyectos:
  - Métodos de selección
  - Análisis de mercados
  - Análisis de costes
  - Análisis de competencia
- Fiscalidad de empresas vitivinícolas

## MÓDULO V: DIRECCIÓN FINANCIERA

- Análisis económico financiero
- Introducción a la función financiera de la empresa
  - Análisis patrimonial
  - Análisis financiero
  - Análisis económico
  - Análisis sectorial
  - Contabilidad creativa
- Técnica financiera
  - La elaboración del presupuesto
  - Balance y cuenta de resultados
  - El proceso de control
  - Gestión de tesorería
- Alternativas de financiación de la empresa
  - El capital social: ampliaciones de capital
  - La autofinanciación: beneficios retenidos; la amortización
  - Financiación ajena: leasing, factoring, pagarés de empresa
  - Sociedades y fondos de capital riesgo
  - Entidades de financiación: ventas a plazos
  - Sociedades de garantía recíproca
  - Financiación bancaria: préstamos sindicados y participativos
  - Business Angeles, Crowdfundis

## MÓDULO VI: ANÁLISIS DEL ENTORNO INTERNACIONAL. COMERCIO EXTERIOR

- Mercados mundiales: comercio interior y exterior
- Mecanismo de regulación de mercados
- La OCM del vino
- Liberación de mercados y la OMC
- Principales zonas de producción: Europa, América, Oceanía, Asia y Norte de África
- La Política Agrícola Común
- Estrategia del comercio exterior:
  - Etapas en el proceso de Internacionalización de la empresa
  - Estrategia: investigación, análisis y toma de decisiones
  - Análisis y selección de países de destino
  - Formas de acceso a mercados exteriores
  - Factores clave del éxito en el mercado exterior
- Internacionalización de la empresa. Mecanismos financieros de apertura al comercio exterior:
  - La decisión de exportar
  - Balanza de pagos
  - Medios de pago y cobro en el comercio internacional
  - Financiación de operaciones en el comercio internacional: el seguro de crédito. Riesgos susceptibles de cobertura.
  - Instrumentos alternativos al seguro de crédito: Autoseguro, Comfirming, Forfaiting, Factoring
- Los riesgos en las operaciones del comercio exterior
- Almacenamiento y manutención
- Transporte internacional:
  - INCOTERMS
  - Modalidades de transporte: terrestre, marítimo, aéreo
  - Transporte multimodal
  - Reglas internacionales. El seguro de transportes
  - Aduanas
  - El IVA en la exportación
- Ferias. Principales ferias vitivinícolas. Cómo obtener el máximo rendimiento a una feria.

## MÓDULO VII: DERECHO VITIVINÍCOLA

- Legislación internacional
- Legislación comunitaria
- Legislación nacional
- Seguridad y calidad alimentaria
- Sistemas de calidad: documentar, implantar y certificar el sistema de calidad; auditoría de sistemas de calidad.
- Denominaciones de calidad: procedimiento de tramitación
- Seguridad alimentaria: normativa y responsabilidades
- Propiedad Industrial:
  - Conceptos generales
  - Patentes y marcas
  - La denominación de origen

## MÓDULO VIII: MARKETING Y DIRECCIÓN COMERCIAL

- Concepto de marketing
- Marketing agroalimentario
- Posicionamiento e imagen corporativa
- Conducta del consumidor: factores que influyen en el comportamiento de compra
- Política de precios: objetivos, factores a considerar y procedimientos de fijación de precios
- Política de producto: decisiones sobre la marca, etiqueta, envase y embalaje.
- Análisis de mercados
- Estrategias y planes de marketing
- Nuevas tendencias en marketing
- Marketing en internet: publicidad on-line/off-line
- Nuevas formas de comercio: B2B, B2C
- Tiendas virtuales, subastas y club de compras
- El nuevo Merchandising
- Comunicación interna y externa
- Redes Sociales: LinkedIn, Twitter y Facebook
- Enoturismo y Marketing

## MÓDULO IX: HABILIDADES DIRECTIVAS

- Técnicas de búsqueda de empleo
- Liderazgo: Tipos de liderazgo. Características del líder
- Gestión del tiempo
- Networking: Relaciones sociales
- Motivación. Trabajar en equipo. Valores y principios
- Innovación, outplacement, coaching, mentoring
- Gestión del estrés
- Inteligencia emocional y social
- Negociación. Saber delegar. Las reuniones de trabajo
- La importancia de la conciliación: La igualdad hombre-mujer en el trabajo, la flexibilidad laboral. El humanismo en la empresa
- Cómo afrontar con éxito una entrevista de selección. La relación con los "cazatalentos" (headhunters).

## ENOTURISMO

X CONGRESO NACIONAL DE ENOTURISMO

## INFORMACIÓN E INSCRIPCIONES

**ALITER – Escuela Internacional de Negocios  
C/ Maestro Ripoll, 18, Colonia El Viso – 28006 Madrid  
(España)**

**Tel: +34 91 561 48 80**

[aliter@aliter.org](mailto:aliter@aliter.org)

[www.aliter.org](http://www.aliter.org)

ALITER se reserva la posibilidad de variar el contenido de este programa por cambios en la planificación académica

## Objetivos

El objetivo de este Programa es unificar los conocimientos específicos sobre viticultura y elaboración del vino, con la formación en gestión y dirección empresarial, necesaria para comercializar con éxito este producto y lograr así el lanzamiento y consolidación, tanto nacional como internacional, de las bodegas y los vinos españoles.

Para lograr este objetivo, el Programa del curso se encuentra conformado por tres sectores diferenciados, aunque íntimamente relacionados, como son los de "Viticultura y Enología", "Gestión de Empresas Vitivinícolas" y "Cata de vinos".

Resulta imprescindible conocer aspectos técnicos, como el proceso de la elaboración del vino, tipos de vides, formas de cultivo, etc., que van a influir decisivamente en la toma de decisiones. Estos y otros temas, serán detenidamente analizados en los módulos dedicados al estudio de la Viticultura y la Enología.

El estudio del entorno internacional y las herramientas del comercio exterior, son fundamentales para desarrollar con éxito una estrategia de exportación, siendo junto con los tradicionales Módulos de Dirección Financiera, Marketing y Dirección Comercial, Logística, Habilidades Directivas, etc., parte del Sector dedicado a la Gestión de Empresas Vitivinícolas.

## Claustro

El claustro está compuesto por profesionales pertenecientes al mundo del vino y que trabajan en bodegas, consultoras e instituciones públicas de ayuda y fomento al sector vitivinícola; todos con clara experiencia en la materia y gran vocación docente.

## Perfil del Candidato

Profesionales del sector vitivinícola, turístico, biotecnológico, gestores de bodega o personas que quieran reorientar su carrera profesional hacia el mundo del vino.

## Duración

Total: 300 horas

## Organización

### Duración:

Clases presenciales de noviembre 2016 a noviembre 2017; dos fines de semana al mes. Además del Congreso Nacional de Enoturismo, que tendrá lugar durante dos jornadas entre semana en fecha a determinar.

### Horario de clases:

- Viernes 16:00 - 22:00 horas
- Sábado 09:00 - 15:00 horas

## Precio

Precio: 4.500 euros

## Proceso de Admisión

Remitir vía e-mail la solicitud de admisión y CV. Una vez cumplimentada la solicitud, Aliter contactará con el candidato para convocarle a pruebas.

Realización de pruebas en la sede de ALITER o a través de medios telemáticos: entrevista personal, test cultural y comentario de texto.

En un plazo máximo de 72 horas, el candidato podrá conocer los resultados de sus pruebas y por tanto si ha sido admitido en el Programa.

