



Campus Internacional  
del vino

# Máster Internacional Matarromera en Gestión de Empresas Vitivinícolas

Temario resumido

# Máster Internacional Matarromera en Gestión de Empresas Vitivinícolas

## Módulo 1. Gestión empresarial de una bodega: aspectos estratégicos, empresariales y económico financieros

1. Gestión estratégica
2. Gestión financiera
3. Habilidades directivas
4. Responsabilidades de la dirección
5. Estructuras organizativas
6. Gestión de recursos humanos

## Módulo 2. Viticultura

1. Anatomía, crecimiento y desarrollo de la vid
2. Importancia económica del viñedo; factores ambientales
3. Variedades y patrones de la vid
4. Propagación de la vid
5. Diseño y plantación del viñedo
6. Conducción, poda y manejo del ciclo
7. Mantenimiento del suelo
8. Fertilización
9. Riego del viñedo
10. Plagas y enfermedades

### **Módulo 3. Enología**

1. La uva como materia prima
2. Composición del vino
3. Conocimiento del vino y sus maridajes
4. Elaboración de vinos jóvenes
5. Elaboración de vinos tintos
6. Elaboración de vinos especiales
7. Denominación de origen
8. La compra del vino
9. Cata de vino
10. Sensibilización medioambiental

### **Módulo 4. Operaciones, logística y calidad**

1. Las operaciones, la logística y la calidad en las empresas vitivinícolas
2. Operaciones
3. Gestión de la calidad y la seguridad alimentaria. Sistema de análisis de peligros y puntos de control críticos (appcc)
4. Logística

## Módulo 5. Comercialización

1. Historia de la cultura del vino en España y en el mundo.
2. Diferentes do en España
3. Principales D.O. en el mundo
4. El mercado del vino en España
5. El mercado del vino en el mundo
6. ¿Quién soy en este mundo?
7. ¿A dónde quiero ir?
8. ¿Qué medios necesito para llegar?
9. Análisis, desarrollo, y aplicación de una política comercial orientada a los resultados
10. Control de los costes comerciales
11. Requisitos administrativos y legales para la venta

## Módulo 6. Comunicación, Marketing y Responsabilidad Social Corporativa

1. Fundamentos del marketing. Aspectos generales
2. La comunicación como elemento diferenciador
3. Entorno digital. Uso de redes sociales para el posicionamiento
4. Marketing estratégico. La importancia de la diferenciación
5. Responsabilidad social empresarial
6. Marketing directo, relaciones públicas y nuevos formatos de marketing

### **Módulo 7. Enoturismo**

1. La bodega y el enoturismo
2. El personal de enoturismo
3. El enoturista. Comercialización
4. La visita
5. La tienda
6. Fidelización

### **Módulo 8. Innovación**

1. Introducción al concepto de innovación tecnológica
2. Innovación como estrategia. El plan estratégico tecnológico
3. Gestión de la innovación tecnológica
4. Financiación de la innovación tecnológica
5. La gestión del conocimiento
6. Implantación de nuevas tecnologías
7. Tecnologías de información y comunicación
8. Sistemas de información de la empresa
9. Servicios web
10. Digitalización
11. Transferencia tecnológica

## Módulo 9. Proyecto Fin de Máster

1. Introducción a la realización de proyectos de gestión de empresas vitivinícolas
2. Pautas esenciales para la organización del proyecto
3. Realización del proyecto fin de máster
4. Presentación

## Actividades Opcionales propuestas (no Obligatorias)

1. Visitas profesionales a bodegas del grupo Matarromera
2. Visitas a viñedos del grupo
3. Vistas a los museos del vino de Matarromera
4. Taller de cata
5. Máster classes: viticultura, enología, cata, comunicación....