

VINO, NEGOCIOS Y MARKETING

La industria del vino tiene un futuro prometedor. La supervivencia y el éxito en el mercado están ligados a la utilización de herramientas y al desarrollo de habilidades y competencias que permitan hacerse un lugar, para crecer desde el punto de vista económico, sin descuidar la esfera social y ambiental.

La vitivinicultura representa la principal industria de base agraria y ocupa un lugar preponderante de las economías regionales del Oeste argentino. Por su historia, tradición y escala, se ubica entre las diez principales a nivel mundial. El país cuenta con 225.844 hectáreas de vid, distribuidas fundamentalmente entre las provincias de Mendoza, San Juan, La Rioja, Río Negro, Catamarca, Salta y Neuquén.

OBJETIVOS

Ofrecer herramientas para quienes se dedican a la actividad vitivinícola.

TEMARIO

- El negocio del vino.
- El vino y sus distintivos.
- Packaging vitivinícola y comunicación institucional.
- La comercialización del vino por Internet.
- Management y liderazgo.
- Control de la gestión.
- Servicio al cliente.
- Consumo responsable.

MODALIDAD

Sujeta a la evolución de la situación epidemiológica.

REQUISITOS

Conexión a internet.

DESTINATARIOS

emprendedores, empresarios, mandos medios de bodegas, gastronomía, vinotecas y estudiantes que busquen perfeccionar sus conocimientos en la gestión vitivinícola.

RESPONSABLES Y UNIDAD ACADÉMICA

Instituto Tecnológico Universitario (ITU).

CERTIFICACIÓN

Para certificar la aprobación del curso se exige cumplir con los siguientes requisitos : Aprobar el 75% de las actividades exigidas por cada módulo; aprobar la actividad de evaluación de cada módulo y participar de los Talleres complementarios (tres de cinco). El certificado será en formato digital y enviado por correo electrónico.