



PROGRAMMA DI SPECIALIZZAZIONE IN
WINE BUSINESS MANAGEMENT

www.mib.edu/wine



STRUTTURA DEL PROGRAMMA

Il programma WBM ha l'obiettivo di aiutare chi opera nel settore Vino a guidare lo sviluppo delle proprie attività acquisendo gli elementi essenziali delle tecniche di gestione dell'impresa vitivinicola.

Si sviluppa nell'arco di 9 mesi ed è suddiviso in 9 corsi da 3 giornate, per un totale di 18 crediti formativi ECTS (European Credit Transfer System) e di 27 giornate formative.

La struttura didattica del programma è costruita in modo da permettere ai partecipanti la frequenza senza compromettere l'impegno lavorativo.

I moduli si svolgono in lingua italiana ma sono possibili testimonianze, casi di studio e letture in lingua inglese.

Il programma si articola nei corsi sotto elencati, frequentabili anche separatamente con diritto ad un attestato di frequenza per ogni corso. Due corsi (Amministrazione dell'Azienda Vinicola e Controllo dei costi e budget in azienda) compongono il percorso in **Amministrazione dell'Azienda Vinicola**, frequentabile anche separatamente con diritto ad un attestato di frequenza.

Inoltre è possibile scegliere il percorso in **Wine Marketing & Sales**, composto da 5 corsi (Marketing Strategico del Vino, Marketing del Vino e del Turismo, Comunicazione del Vino, Distribuzione Vinicola, Export e Logistica del Vino), sempre frequentabili anche separatamente con attestato di frequenza.

PROGRAMMA DISPECIALIZZAZIONE IN WINE BUSINESS MANAGEMENT

"At Stanford University, I thought I'd become a lawyer or businessman, but my father came to me and said he thought there was a big future in the wine business."

Robert Mondavi
Winery, California - USA

Perchè il vino è business

Il settore vino è il fiore all'occhiello del comparto agroalimentare italiano. Per continuare a mietere successi occorre crescere su mercati esteri altamente competitivi e dinamici per modalità di distribuzione e vendita, per varietà delle logiche di consumo, per tassi di crescita e per innovatività dei processi di business.

Tale evoluzione richiede alla maggioranza delle imprese italiane del settore vino un profondo mutamento culturale, affiancando all'attenzione per la qualità del prodotto e del processo produttivo, altrettanta cura per la qualità delle scelte gestionali, di marketing e di distribuzione.

Si tratta di una rivoluzione mentale che richiede convinzione, chiarezza di obiettivi e investimenti, non più solamente sul campo e in cantina ma anche in competenze di branding, distribuzione e finanza.

Una Scuola di Management con la passione del vino

Dal 2002 MIB Trieste School of Management è impegnata nell'alta formazione del Management del settore Vino. Oltre dieci anni fa lanciò l'Executive Master in Wine Business, primo in Europa assieme a quello di Bordeaux, a cui hanno già partecipato alcuni tra i migliori imprenditori e manager del vino italiani.

Dal 2013 la Business School triestina si spinge oltre mettendo a punto un nuovo programma in Wine Business Management (WBM) frequentabile come singolo corso oppure come specializzazione all'interno dell'Executive MBA o di altri MBA/Master della Scuola.

CORSI	CREDITI	CALENDARIO
ANALISI DEL SETTORE VINICOLO	2	30/11/2017 - 02/12/2017
MARKETING STRATEGICO DEL VINO	2	14/12/2017 - 16/12/2017
MARKETING DEL VINO E DEL TURISMO	2	11/01/2018 - 13/01/2018
LA COMUNICAZIONE DEL VINO	2	01/02/2018 - 03/02/2018
LA DISTRIBUZIONE VINICOLA	2	01/03/2018 - 03/03/2018
EXPORT E LOGISTICA DEL VINO	2	05/04/2018 - 07/04/2018
AMMINISTRAZIONE DELL'AZIENDA VINICOLA	2	03/05/2018 - 05/05/2018
CONTROLLO DI GESTIONE IN AZIENDA VINICOLA	2	14/06/2018 - 16/06/2018
STRATEGIE DI SVILUPPO DEL WINE BUSINESS	2	05/07/2018 - 07/07/2018

PROGRAMMA IN DETTAGLIO

ANALISI DEL SETTORE VINICOLO

Docenti: Pierpaolo Penco, Lorenzo Biscontin

- » L'evoluzione del settore vino: la globalizzazione dei mercati e della concorrenza
- » Trend nella produzione, negli scambi e nella competizione internazionale
- » Due vini, due mercati, due consumatori
- » Il ruolo del terroir, dell'origine e delle denominazioni d'origine vs. il ruolo crescente dei brand
- » Vecchio Mondo vs. Nuovo Mondo: due business model
- » Multinazionali, Corporation, Aziende globali, Artigiani, Vigneroni, Terroiristes: a ognuno la sua nicchia vitivinicola?
- » Quale futuro per le piccole aziende

Valutazione: analisi di case studies e test finale a distanza.

MARKETING STRATEGICO DEL VINO

Docenti: Pierpaolo Penco, Richard Halstead

- » Analizzare il mercato vinicolo, l'evoluzione del consumatore e del suo comportamento.
- » I mercati vinicoli di oggi e di domani
- » La competizione nei mercati chiave e le strategie di successo.
- » Conoscere le caratteristiche della domanda e analizzare la struttura dell'offerta vinicola.
- » La creazione del valore nell'Azienda vinicola.
- » Segmentazione, posizionamento, targeting e differenziazione.
- » Analizzare la concorrenza, valutare il proprio posizionamento competitivo, compiere scelte strategiche.
- » Identificare i punti di forza/debolezza della propria azienda, le minacce e le opportunità offerte dal mercato.

Valutazione: analisi di case studies.

Il corso è parte del percorso in "Marketing e Vendite del Vino".

MARKETING DEL VINO E DEL TURISMO

Docente: Pierpaolo Penco

- » Il Marketing operativo: le leve del marketing classiche e le specificità del settore vinicolo.
- » Il marketing mix di un'azienda vinicola e la redazione di un piano di marketing.
- » Il prodotto vino e il comportamento d'acquisto del consumatore.
- » L'enoturismo come leva del marketing.
- » Il marketing del turismo enogastronomico.
- » Analisi dell'enoturista.

Valutazione: analisi di case studies e redazione di un progetto a distanza.

Il corso è parte del percorso in "Marketing e Vendite del Vino".

LA COMUNICAZIONE DEL VINO

Docenti: Andrea Gori, Patrizia De Luca, Gabriella Iacono

- » Come comunicare, cosa comunicare, a chi comunicare.
- » Scegliere gli strumenti per comunicare con efficacia l'azienda, il prodotto e il territorio, dal disegno dell'etichetta alla comunicazione sulla stampa.
- » Il packaging come elemento di comunicazione.
- » Comunicare al pubblico finale, comunicare al trade, comunicare alla stampa.
- » La comunicazione digitale e i nuovi influenzatori.
- » Integrare i nuovi strumenti di comunicazione all'interno della strategia di comunicazione aziendale.

Il corso è parte del percorso in "Marketing e Vendite del Vino".

LA DISTRIBUZIONE VINICOLO

Docenti: Alessandra Gruppi - Stefano Sessolo - Pierpaolo Penco

- » La distribuzione del vino.
- » La gestione della leva prezzo.
- » Il controllo di marketing.
- » L'organizzazione e le specificità dei circuiti della grande distribuzione e dell'ho.re.ca (hotel, ristoranti, enoteche) italiana.
- » Creazione e gestione di una rete di vendita nazionale
- » Scegliere una strategia commerciale
- » Vendite dirette, e-commerce e gestione del punto vendita aziendale

Valutazione: analisi di case studies e test a distanza.

Il corso è parte del percorso in "Marketing e Vendite del Vino".

EXPORT E LOGISTICA DEL VINO

Docenti: Lorenzo Biscontin - Andrea Furlanetto - Antonio Di Meo

- » Dalla pianificazione di marketing alla sua realizzazione sui mercati internazionali.
- » Creazione e gestione di una rete di vendita internazionale.
- » Le specificità dei diversi canali di vendita.
- » Le transazioni commerciali internazionali.
- » La gestione della negoziazione internazionale.
- » La gestione strategica della logistica nel settore vinicolo.

Valutazione: analisi di case studies e redazione di un progetto a distanza.

Il corso è parte del percorso in "Marketing e Vendite del Vino".

AMMINISTRAZIONE DELL'AZIENDA VINICOLO

Docente: Bruno De Rosa

- » La gestione di un'Azienda vinicola e le sue specificità.
- » Il bilancio in Azienda vinicola.
- » Analisi di bilancio mediante indici.
- » La gestione dei flussi di cassa.
- » L'equilibrio finanziario in un'impresa vitivinicola.

Valutazione: analisi di case studies e test finale a distanza.

Il modulo è parte del percorso in "Amministrazione dell'Azienda Vinicola".

CONTROLLO DI GESTIONE IN AZIENDA VINICOLO

Docente: Bruno De Ro

- » Introduzione al controllo: le leve di controllo.
- » Le configurazioni di costo. L'analisi costi/volumi/risultati.
- » Il controllo diagnostico: l'allocazione dei costi.
- » I sistemi di controllo di gestione per le scelte manageriali di un'Azienda vinicola.
- » Dal costo del vino al prezzo della bottiglia.
- » I costi aziendali per programmare lo sviluppo dell'Azienda vinicola e il finanziamento delle attività.

Valutazione: analisi di case studies e redazione di un progetto a distanza.

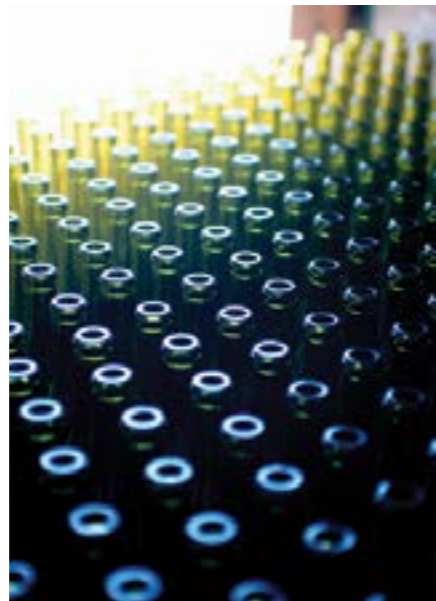
Il corso è parte del percorso in "Amministrazione dell'Azienda Vinicola".

STRATEGIE DI SVILUPPO NEL WINE BUSINESS

Docente: Delphine Veissiere

- » Definire la strategia: lusso o necessità?
- » Adottare una visione strategica e scegliere il percorso. d'implementazione: tipologie di strategia e loro declinazione operativa.
- » La strategia settoriale: l'identità regionale e alcune success story italiane nel mondo.
- » La strategia trasversale: dal prodotto all'icona. Il modello delle grandi maison di Champagne.
- » La strategia di rottura: un'analisi comparativa dei modelli di integrazione dell'innovazione tecnologica.
- » Scegliere le leve strategiche adatte alla propria organizzazione: individuazione dei punti di intervento sulla catena del valore.
- » Sfruttare la leva finanziaria e utilizzare gli strumenti della corporate finance: il caso degli Châteaux classés di Bordeaux.
- » Affermare una leadership e una cultura d'azienda coerente ed evolutiva: i modelli di comunicazione delle principali figure mondiali del settore vino.

Valutazione: analisi di case studies e redazione di un progetto a distanza.



EMBA + W.B.M.

Il Programma Wine Business Management fornisce al professionista del settore gli strumenti, le metodologie e il know-how per affrontare i problemi di gestione dell'azienda vinicola con maggiore efficacia gestionale.

Ma chi è più ambizioso e desidera cambiare profondamente prospettiva sulla gestione d'impresa, può ottenere un vero e proprio diploma di Master in Business Administration (MBA) integrando il programma WBM in quello Executive MBA (www.emba.it), ottenendo così un titolo riconosciuto a livello internazionale di Executive MBA con specializzazione in Wine Business, accreditato in Italia da ASFOR e a livello internazionale da Association of MBAs.

Ciò è possibile in quanto MIB riconosce integralmente i crediti acquisiti nel programma WBM e i costi sostenuti per frequentarlo, detraendoli dal costo complessivo di partecipazione al Master.

OBIETTIVI

Frequentando l'Executive MBA con specializzazione in Wine Business, i partecipanti acquisiscono le più aggiornate tecniche di management e sviluppano conoscenze e competenze attraverso le quali guidare con più efficacia i processi dell'azienda vinicola e migliorarne il posizionamento competitivo.

Un Executive MBA con specializzazione in Wine Business permette di:

- » Rompere i propri schemi mentali confrontandosi costantemente con colleghi di altri settori, funzioni, territori.
- » Acquisire solide competenze di General Management.
- » Ampliare le competenze funzionali in tutte le aree e processi tipici dell'azienda vinicola e della filiera.
- » Dare un forte stimolo alla crescita personale e aziendale innovando la propria prospettiva sul business e il proprio modo di interpretare i ruoli gestionali.
- » Aumentare la competitività dell'impresa sui mercati internazionali, sviluppando un linguaggio e una sicurezza che permettono di interagire alla pari con partner di tutto il mondo.
- » Sviluppare le capacità di pensiero strategico, di sviluppo organizzativo e di gestione del cambiamento funzionali all'impresa vinicola.
- » Entrare in una rete di contatti utili per il futuro professionale proprio e dell'Azienda. I partecipanti scelgono l'Executive MBA con specializzazione in Wine Business non solo per migliorare la propria preparazione manageriale, ma anche per potersi confrontare con altri imprenditori e manager, in un'ottica di forte networking e complementarità.

Spesso i partecipanti hanno un background tecnico o specialistico troppo focalizzato sul settore vino, EMBA è lo strumento per acquisire nuove prospettive e garantire un vero e profondo rinnovamento dell'approccio alla gestione d'impresa.

RISULTATI

- » Comprensione dei fattori competitivi odierni e futuri per disegnare e realizzare strategie aziendali e partnership efficaci.
- » Migliorare la conoscenza e la gestione dei clienti e dei consumatori nel mercato interno e nei mercati internazionali.
- » Acquisire la capacità di governare la crescita dell'impresa approcciando la finanza in modo corretto.
- » Portare in azienda una nuova prospettiva e nuove competenze che rendano possibile innovare integrando la visione dell'impresa con i bisogni dei mercati.
- » Sviluppare un progetto sul campo che dia applicazione pratica e immediata alle competenze acquisite.

ESPERIENZA

L'Executive MBA con specializzazione in Wine Business è un programma part-time, che si sviluppa nell'arco di 22 mesi (programma di specializzazione inclusa), pensato per gli operatori di settore che non vogliono interrompere la propria attività lavorativa.

Si articola in due blocchi separati che fanno parte di un unico percorso formativo: il primo più generale sulle tematiche della gestione d'impresa (il programma EMBA da 46 crediti di corsi + 4 crediti di progetto finale sul Wine Business), il secondo verticalizzato sul settore vino (il programma WBM da 10 crediti).

COSTI DI PARTECIPAZIONE

DIPLOMA DI SPECIALIZZAZIONE (con crediti formativi ECTS)*

Il programma di specializzazione in Wine Business Management fornisce 18 crediti formativi ECTS che sono integralmente riconosciuti e utilizzabili per la partecipazione ad altri programmi formativi di livello universitario e post universitario.

Per attribuire i crediti*, i docenti, oltre alla didattica d'aula, svolgono un'attività di redazione delle prove finali, correzione e feedback individuali.

Il **costo di partecipazione** al programma di specializzazione che implica l'ottenimento di un diploma di specializzazione più un certificato (transcript) dei crediti* acquisiti è di **6.300 euro** (+IVA).

Early-bird: per iscrizioni entro il **30 Settembre 2017**, sconto di **€ 500** per l'adesione all'intero percorso, che costerà dunque € 5.800 (+ IVA).

Qualora tali crediti formativi fossero utilizzati per partecipare a programmi MBA o Master di MIB Trieste School of Management, il costo del programma WBM sarebbe sottratto a quello del Master.

Se si è interessati alla sola frequenza dei corsi del Programma di specializzazione ma non all'ottenimento dei crediti, è possibile rinunciare a sostenere le prove di valutazione.

SINGOLI CORSI

Chi è interessato a frequentare solo alcuni dei corsi del programma di specializzazione in Wine Business Management può farlo sostenendo i seguenti costi di partecipazione:

CORSI	COSTO
ANALISI DEL SETTORE VINICOLO	€ 1200
MARKETING STRATEGICO DEL VINO	€ 1200
MARKETING DEL VINO E DEL TURISMO	€ 1200
LA COMUNICAZIONE DEL VINO	€ 1200
LA DISTRIBUZIONE VINICOLA	€ 1200
EXPORT E LOGISTICA DEL VINO	€ 1200
AMMINISTRAZIONE DELL'AZIENDA VINICOLA	€ 1200
CONTROLLO DI GESTIONE IN AZIENDA VINICOLA	€ 1200
STRATEGIE DI SVILUPPO DEL WINE BUSINESS	€ 1200

Il costo di partecipazione al solo percorso in Amministrazione dell'Azienda Vinicola, composto dai corsi in Amministrazione dell'azienda vinicola e Controllo di gestione in azienda vinicola è di **2.000 euro** (+ IVA).

Il costo di partecipazione al solo percorso in Marketing e Vendite del Vino, composto da 5 corsi, è di **4.500 euro** (+ IVA).



Per altre informazioni:

Direttore Executive MBA
Francesco Venier
venier@mib.edu

Responsabile Area Wine
Pierpaolo Penco
penco@mib.edu

tel. 040 9188 128
www.mib.edu/wine

ALCUNE AZIENDE PARTECIPANTI DELLE PASSATE EDIZIONI



Largo Caduti di Nasirya 1- 34142 Trieste, Italy
tel. +39 040 9188 111 - fax +39 040 9188112
info@mib.edu - www.mib.edu