

# MBA EM NEGÓCIOS E MARKETING DO VINHO ESPM

Dupla Certificação: Nacional e Internacional



## Apoio institucional



## **Objetivos do curso**

Desenvolver o pensamento estratégico e visão de gestão de negócios e marketing para os profissionais do setor dos vinhos, através dos mais modernos conceitos sobre inovação, desenvolvimento de produto, distribuição, comercialização, posicionamento e comunicação.

A formação acontece através de uma vivência experiencial com diversas atividades práticas e degustações de vinhos de diferentes países e regiões. Toda a didática do curso integra as técnicas de análise de produtos e comportamento do consumidor, baseada em modernas pesquisas, cases internacionais, estratégias eficazes e insights mercadológicos.

O método utilizado é baseado na "Academic Practitioner Approach", onde também valoriza o conhecimento dos participantes, permitindo grande troca de informações e conhecimento. As aulas serão ministradas por professores nacionais e internacionais, com grande conhecimento técnico e experiência de mercado.

O curso certifica o aluno que atingir os mínimos requisitos exigidos com certificado de MBA em Negócios e Marketing do Vinho emitido pela ESPM e com certificado internacional de Assaggiatore Professionale di Vini (Degustador Profissional de Vinhos) emitido pelo CIAS INNOVATION.

## **Público-alvo**

O programa é dirigido a profissionais que atuam ou queiram atuar nas empresas da cadeia de negócios do vinho (Diretores, Gerentes, Representantes Comerciais, Sommeliers de importadoras, lojas especializadas, supermercados, mercados, restaurantes, bares e hotéis) que busquem conhecimento sobre negócios ligados ao vinho através da imersão nos mais avançados conceitos de gestão e marketing.



## Carga horária e duração

O curso de MBA em Gestão de Negócios e Marketing do Vinho é oferecido pela ESPM em parceria com o CIAS INNOVATION (Centro Italiano di Analisi Sensoriale) tendo carga horária de 420 horas-aula, com duração de aproximadamente 04 semestres letivos. Durante a formação serão realizadas diversas atividades práticas e degustações.

CIAS INNOVATION - O Centro Italiano di Analisi Sensoriale é uma instituição com sede na Itália, especializada em formações e pesquisas nas áreas de análise sensorial, estudo do consumo de produtos alimentares, relação dos produtos com os consumidores, pesquisa em neurociência aplicada, comportamento do consumidor e outras. O centro atua em diferentes países seguindo padrões e normas internacionais (ISO).

As atividades são ministradas pela ESPM e pelo CIAS INNOVATION

**Sextas-feiras:** das 19h00 às 22h40.

**Sábados:** das 8h00 às 12h30 e das 13h30 às 17h00.

As atividades letivas ocorrem na ESPM e no Consumer Brain Lab (CIAS Innovation), ambos em Porto Alegre/RS. Também podem ocorrer aulas em visitas técnicas às empresas de sucesso do segmento.



## Estrutura do Curso

DISCIPLINAS	CARGA HORÁRIA (h-a)
<b>1. Gestão Estratégica de Negócios do Vinho</b> <u>Aula Prática e Degustações:</u> Fatores de Influência e Terroir - Viticultura e Vinificação - Tipos e Estilos de Vinhos	30
<b>2. Marketing Estratégico e Planejamento</b> <u>Aula Prática e Degustações:</u> Análise Sensorial - fisiologia dos sentidos - metodologias de análise sensorial de Vinhos (padrões e normas internacionais ISO)	30
<b>3. Consumer Behaviour (comportamento do Consumidor)</b> <u>Aula Prática e Degustações:</u> Aromas e Defeitos em Vinhos	30
<b>4. Gestão de Produção em Vinícolas</b> <u>Aula Prática e Degustações:</u> Técnicas de Degustação (approach sensorial) I	15
<b>5. Marketing e Negociação Internacional</b> <u>Aula Prática e Degustações:</u> Técnicas de Degustação (approach sensorial) II	15
<b>6. Estratégias de Comunicação e Branding</b> <u>Aula Prática e Degustações:</u> Terroir e Vinhos da França <u>Aula Prática e Degustações:</u> Terroir e Vinhos da Itália	30
<b>7. Comunicação e Marketing Digitais</b> <u>Aula Prática e Degustações:</u> Terroir e vinhos da Espanha	15
<b>8. Estratégias de Distribuição e Logística</b> <u>Aula Prática e Degustações:</u> Terroir e Vinhos de Portugal	15

<b>9. E-commerce e Negócios Online</b>	<b>30</b>
<u>Aula Prática e Degustações:</u> Terroir e Vinhos da Alemanha	
<u>Aula Prática e Degustações:</u> Terroir e Vinhos dos Outros Países da Europa (Suíça - Áustria - Hungria - Grécia - Inglaterra)	
<b>10. Negócios em Enogastronomia (Vinho e Gastronomia)</b>	<b>15</b>
<u>Aula Prática e Degustações:</u> Terroir e vinhos do Brasil	
<b>11. Planejamento em Turismo do Vinho</b>	<b>15</b>
<u>Aula Prática e Degustações:</u> Terroir e Vinhos do Chile	
<b>12. Captação e Gestão de Eventos</b>	<b>15</b>
<u>Aula Prática e Degustações:</u> Terroir e Vinhos da Argentina	
<b>13. Finanças Aplicadas ao Mercado de Vinhos</b>	<b>15</b>
<u>Aula Prática e Degustações:</u> Terroir e Vinhos dos EUA	
<b>14. Wine Business e Gestão de Varejo</b>	<b>30</b>
<u>Aula Prática e Degustações:</u> Terroir e Vinhos de Outros Países da América (Canadá - Uruguai - Bolívia - Peru) e África do Sul	
<u>Aula Prática e Degustações:</u> Terroir e Vinhos da Austrália e Nova Zelândia	
<b>15. Plano de Negócios</b>	<b>100</b>
<b>16. Workshop: Ciclo de palestras assuntos emergentes do setor</b>	<b>20</b>
<b>17. Visita Técnica Internacional (opcional) - Foco em Inovação no Mercado de Vinhos</b>	<b>s/ c. horária</b>
<b>Total</b>	<b>420 h-a</b>

### **1 - Gestão Estratégica de Negócios do Vinho**

Desenvolve conhecimentos avançados sobre sistemas de gestão baseado no conceito de cadeia de valor e suas interações com as políticas e a estrutura organizacional. Aprofunda o conhecimento sobre técnicas de gestão voltadas ao incremento da vantagem competitiva empresarial. Visa ampliar o conhecimento e a habilidade quanto à seleção e aplicação das estratégias de competição e de crescimento, para garantir às empresas ligadas ao vinho, vantagens competitivas e sustentáveis por meio da criação do posicionamento estratégico de um negócio, através da definição de estratégias, do mix de produto, público e mercados alvos.

Aulas Práticas e Degustações: Desenvolve o entendimento nos alunos, através de degustações de diferentes produtos, sobre os fatores de influência na qualidade e preço dos vinhos. Além de abordar sobre as principais uvas viníferas e os diferentes estilos da bebida.

### **2 - Marketing Estratégico e Planejamento**

Compreender o ambiente mercadológico e a partir daí adaptar estrategicamente a empresa a esse ambiente, por meio do desenvolvimento de estratégias corretas de marketing e da definição adequada da segmentação, posicionamento e dos 4 P's.

Aulas Práticas e Degustações: Desenvolve ainda a capacidade e entendimento sensorial do aluno em atividades práticas de degustação em dois módulos:

*Módulo 1* - Introdução à Análise Sensorial - O que é a análise sensorial - A abordagem sensorial e a análise sensorial científica - Preparação para degustação - Painel, métodos e técnicas de degustação.

*Módulo 2* - A fisiologia dos sentidos - Identificar e discriminar os gostos - Sensações táteis e avaliação de consistência - Identificar e discriminar os aromas e sabores - O Perfil Sensorial: Descrevendo as características dos alimentos e bebidas através dos sentidos.

### **3 - Consumer Behaviour (Comportamento do Consumidor)**

Sendo o consumidor o alvo final de toda e qualquer ação do marketing, bem como parte central dos enfoques, estratégias, e mudanças do marketing, este módulo apresenta e discute os conceitos e as teorias que fundamentam as decisões mercadológicas, do ponto

de vista psicológico, social, cultural e comportamental do consumidor. Também aborda os conceitos mais modernos e cases na área de Neurociência Aplicada e Consumer Behaviour.

Aulas Práticas e Degustações: Desenvolve ainda a capacidade e entendimento do aluno para os aromas e sabores positivos e negativos dos vinhos. Também aborda as possíveis causas ou origens dessas características. O tema será ministrado em dois módulos.

#### **4 - Gestão de Produção em Vinícolas**

Desenvolve a capacidade de entender o processo produtivo através de um sistema organizacional e técnico dominado pela constante inovação, promovida pelos avanços da pesquisa biotecnológica e pelo impacto da cadeia de valor, estabelecendo novas necessidades de parcerias estratégicas que ampliem e garantam a melhoria da qualidade do produto e da capacidade produtiva.

Aulas Práticas e Degustações: Na aula prática de Técnicas de Degustação I o aluno aprenderá sobre as principais maneiras de entender e analisar os vinhos, através de suas características e estruturas. Desenvolve o entendimento da metodologia de análise dos vinhos através da abordagem (approach) sensorial. Também são abordadas as técnicas para melhor entender as características de cada produto e seus pontos fortes e fracos.

#### **5 - Marketing e Negociação Internacional**

Conhecer métodos e as principais ferramentas do Marketing voltado ao mercado internacional. Trabalha aspectos ligados ao comércio exterior como questões tributárias e alfandegárias, bem como aspectos culturais ligados aos negócios internacionais, especificamente no mercado do vinho para importação e exportação.

Aulas Práticas e Degustações: O conteúdo da disciplina de Técnicas de Degustação II direciona o estudante ao entendimento das características conclusivas dos vinhos, como nível de qualidade, potencial de guarda e estado de consumo.

#### **6 - Estratégias de Comunicação e Branding**

Conhecer as principais aplicações das ferramentas de comunicação para suportar as iniciativas estratégicas da empresa, com foco principal em 3 aspectos: papel estratégico da comunicação no composto de marketing; desenvolvimento do posicionamento da empresa e sua relação com os demais elementos do mix de marketing; estuda ainda os conceitos básicos de Branding, passando por conceitos como valor, identidade e arquitetura da Marca.

Aula Prática e Degustações: Na aula prática sobre Terroir e Vinhos da França, o aluno tem a oportunidade de entender melhor as principais regiões vinícolas do país. Também conhecer os pontos fortes e fracos dos vinhos e suas principais características, além do posicionamento dos produtores, importadores e distribuidores.

Aula Prática e Degustações: Terroir e Vinhos da Itália serão abordados nessa aula, onde serão destacados os vinhos italianos, seus produtores e regiões. Na Itália se encontram alguns dos vinhos mais gastronômicos do mundo e de grande aceitação no mercado.

## **7 - Comunicação e Marketing Digitais**

Visa conhecer as características do Marketing Digital e criar condições para a compreensão e o gerenciamento do processo de comunicação digital, Marketing Viral, WEB marketing e Mobile Marketing.

Aula Prática e Degustações: Compreender o Terroir e os Vinhos da Espanha serão o foco dessa aula. Os participantes entenderão as diferentes zonas de produção e estilos de vinhos produzidos. Também um entendimento sobre oportunidades e tendências do país do Velho Mundo.

## **8 - Estratégias de Distribuição e Logística (Supply Chain)**

Esta disciplina estuda as estratégias dos vários modelos de canais de distribuição. Estabelecer estratégias para a seleção, gerenciamento e controle de canais de distribuição e vendas. Reconhece a importância dos canais no mercado atual e desenvolve conceitos atuais de logística facilitando o acesso do mercado aos produtos da empresa.

Aula Prática e Degustações: Na aula sobre Terroir e Vinhos de Portugal, além de aprender sobre os vinhos e as regiões vinícolas do país, os participantes terão oportunidade de entender os motivos pelos quais os produtos lusitanos são os vinhos europeus mais comercializados no Brasil.

## **9 - E-commerce e Negócios Online**

Esta disciplina aborda a lógica de e-commerce e e-business. Apresenta e aprofunda os modelos de transações digitais, a integração com clientes e fornecedores e os aspectos de segurança transacional no comércio eletrônico. Também trata sobre novas oportunidades e tendências dos canais digitais.

Aula Prática e Degustações: Entender os principais fatores geográficos e as castas são fundamentais para compreender o Terroir e Vinhos da Alemanha. O país é responsável por produzir alguns dos vinhos brancos mais valorizados e longevos do mercado.



Aula Prática e Degustações: Na segunda aula serão tratados sobre Terroir e Vinhos dos demais Países da Europa, ainda não abordados. Saber sobre as peculiaridades dos vinhos da Suíça, Áustria, Hungria, Grécia e Inglaterra, permitirá ao aluno ter um conhecimento mais ampla sobre a produção vinícola do Velho Mundo.

## **10 - Negócios e Enogastronomia (Relação Vinho e Comida)**

Apresenta, no contexto de negócios, as diversas oportunidades relacionadas a gastronomia associada aos vinhos. Entender sobre compatibilização e Harmonização com alimentos, por meio de estudos de casos e boas práticas desenvolvidos pelos mais diversos canais de distribuição (como lojas especializadas, restaurantes, bares, entidades de apreciadores) e os enófilos.

Aula Prática e Degustações: O Brasil vem cada vez mais buscando produzir vinhos de qualidade e encontrar o seu maior potencial. Na aula sobre Terroir e Vinhos do Brasil serão ensinadas as indicações geográficas e outros locais que vêm se destacando pela produção de seus produtos.

## **11 - Planejamento em Turismo do Vinho (Enoturismo)**

Aborda o turismo experiencial e as suas relações com o mundo do vinho, analisando oportunidade de exposição de marca e comercialização em ações ligadas à visita a regiões produtoras, atividades em períodos de vindimas, desenvolvimento de rotas turísticas e zonas vinícolas, bem como, promoção de vinhos por meio de programas de viagem envolvendo degustações, cursos, participação em colheita, visita à vinícolas e ao seu entorno.

Aula Prática e Degustações: Na aula sobre Terroir e Vinhos do Chile ensinará sobre as regiões e características dos vinhos, mercado e distinções da produção chilena. Também entender sobre os motivos que levam o país cada vez mais a ter maior reconhecimento internacional, além de terem os vinhos mais vendidos no Brasil.

## **12 - Captação e Gestão de Eventos**

Apresenta todas as etapas necessárias para o desenvolvimento de um evento, desde o planejamento até a organização e gerenciamento do mesmo. Contextualiza diversas metodologias e modelos de produção de eventos, com ênfase naqueles ligados ao negócio do vinho.

Aula Prática e Degustações: Saber sobre o perfil dos vinhos argentinos, além das novas regiões e uvas de destaques serão alguns dos temas apresentados na aula de Terroir e Vinhos Argentinos. Também serão tratados de forma intensa os pontos fortes e fracos da produção de Malbec, dentro e fora de Mendoza.

### 13 - Finanças Aplicadas ao Mercado de Vinhos

Visa apoiar os processos gerenciais no que tange aos resultados financeiros do negócio, por meio do entendimento da inter-relação entre desempenho financeiro e o plano de ação previsto em curso. Apresenta os principais demonstrativos financeiros, além de abordar os fundamentos do ciclo do capital de giro e do fluxo de caixa.

Aula prática de degustação: Aromas e Defeitos dos vinhos II

Aula Prática e Degustações: Na aula sobre Terroir e Vinhos dos Estados Unidos, serão ensinados sobre os vinhos e as características dos produtos do país. As oportunidades de mercado para importação e exportação e o comportamento do consumidor local.

### 14 - Wine Business e Gestão de Varejo

Capacitar e qualificar gestores em organizações de varejo, através da análise e uso de ferramentas de vanguarda no segmento. Proporcionar ao gestor uma visão sistêmica do ambiente de negócios, reconhecendo particularidades e oportunidades no mercado de compra e vendas de produtos ligados à cadeia do vinho.

Aula Prática e Degustações: Ter entendimento sobre os novos países da América que já possuem reconhecimento ou vêm se destacando na produção de vinhos, como Canadá, Uruguai, Bolívia e Peru. Também sobre as características dos vinhos e regiões produtoras da África do Sul. Nas aulas de Terroir e Vinhos de Outros Países de América e África do Sul.

Aula Prática e Degustações: Conhecer os vinhos e produtores de qualidade, além das regiões e características dos vinhos da Oceania serão abordados nas aulas de Terroir e Vinhos da Nova Zelândia e Austrália.

### 15 - Plano de Negócios

Nesse módulo os alunos são desafiados a desenvolver um plano completo de negócios utilizando as principais ferramentas de gestão empresarial, através de um modelo estruturado voltado para a operacionalização destes instrumentos. Esse Plano de Negócios contempla todas as etapas do Planejamento Estratégico Empresarial buscando adequar o negócio para um enfoque com objetivos definidos de médio e longo prazo. Obs. 30 horas de aula teórica e 60 horas de monitorias, atendimento a distância e período de Bancas.

**\*Alterações:**

O programa pode sofrer alterações de ajustes na ordem das aulas e conteúdo das disciplinas para melhor adequação ou atualização.

## 16 - Workshop: Ciclo de palestras assuntos emergentes do setor

Com forma de incentivo ao conhecimento aplicado e a troca de informações com profissionais do setor, a ESPM irá promover uma série de palestras e atividades durante o curso sobre temas emergentes da gestão de negócios ligados ao Vinho.

## 17 - Visita Técnica ITÁLIA (7 dias em imersão) \*

**Viagem opcional não incluída no investimento do programa**

Para promover a troca de informações de marketing, o programa prevê uma viagem acompanhada por professor à vinícola da região da Itália.

### **Programa - (conteúdos abordados na viagem):**

- Inovação na indústria do vinho;
- Análise Sensorial da bebida;
- Comportamento do Consumidor (Consumer Behaviour);
- Introdução à neurociência aplicada (neuromarketing);
- Mercado do vinho: mudanças e oportunidades;
- Cases internacionais.

### **Certificação da Viagem Internacional:**

Certificado internacional emitido aos participantes que completarem o programa. O certificado é emitido pelo CIAS Innovation em parceria com uma importante universidade italiana.

### **Metodologia das atividades da viagem técnica:**

Todas as atividades acontecem dentro das empresas italianas de reconhecimento internacional e referências no segmento e também dentro da universidade parceira.



## **Início das aulas**

Março de 2018



## Pré-requisitos para ingresso

O candidato deve primeiramente fazer sua inscrição através do link:

LINK: [https://inscricao.espm.br/candidatos/sign\\_in?curso=Y56&processo=86](https://inscricao.espm.br/candidatos/sign_in?curso=Y56&processo=86)

Após a inscrição, o aluno será contatado e deverá comparecer a ESPM com os seguintes documentos:

- Cópia autenticada do RG e CPF;
- Cópia do Diploma do Curso Superior *autenticada (ou cópia simples e o diploma original para autenticação na ESPM sem custo)*, com carga-horária mínima de 1600 horas e reconhecido pelo MEC e Mini - Currículo;
- 01 foto 3x4;
- Os candidatos estrangeiros ou formados no exterior devem apresentar documentos equivalentes.



## Investimento

À vista: R\$ 32.632,95

Matrícula R\$ 900,00 + 22 parcelas de R\$ 1.548,23 + 1 parcela de R\$ 1.612,44

**Condição especial:** bolsa de 30% de desconto para parceiros do Programa

Valores da bolsa:

À vista: R\$ 22.843,06

Matrícula R\$ 630,00 + 22 parcelas de R\$ 1.083,76 + 1 parcela de R\$ 1.128,71

Bolsa desconto especial para empresas apoiadoras (30% no valor parcelado)

- Informe-se sobre as empresas apoiadoras e as bolsas de desconto.

Obs: As parcelas são fixas e não possuem reajustes anuais. Os alunos matriculados no MBA de Negócios e Marketing do Vinho, não terão custos adicionais no programa com certificado internacional de *Assaggiatori Professionale di Vini do CIAS Innovation*. As aulas práticas do programa, serão realizadas junto com aulas do MBA

---

**Informações:**

**ESPM-SUL**

Rua Guilherme Schell, 350 - Santo Antônio - Porto Alegre/RS.

Educação Executiva: (51) 3218-1426/ (51)3218-1380

**[incompany-rs@espm.br](mailto:incompany-rs@espm.br)**

**[joseane.minatto@espm.br](mailto:joseane.minatto@espm.br)**

[www.espm.br](http://www.espm.br)

Central de Candidatos: (51) 3218-1400

**[centralinfo-rs@espm.br](mailto:centralinfo-rs@espm.br)**

Segunda a sexta-feira - 9h às 20h e sábado- 9h às 13h