

WBM

Wine Business Management

MIB Trieste
School of
Management

www.mib.edu/wine


RECTA TUERI

MIB Trieste School of Management

MIB Trieste School of Management è una Business School di vocazione internazionale che realizza da oltre 30 anni programmi MBA, Master e corsi di alta formazione manageriale. Dal 2002 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. Dal 2013 MIB Trieste mette a punto un nuovo programma in Wine Business Management frequentabile come singola specializzazione oppure come concentration all'interno dell'Executive MBA o di altri MBA/ Master della Scuola.
Le certificazioni, il consolidato legame con il mondo delle imprese, le relazioni con business school e gruppi multinazionali hanno reso MIB Trieste School of Management un punto di riferimento nell'alta formazione, in grado di attrarre ogni anno centinaia di partecipanti.

"Favorendo valori quali imprenditorialità, innovazione, merito, impegno ed eccellenza, al MIB crediamo fermamente nell'importanza di aiutare le persone a esprimere le proprie potenzialità e a perseguire le proprie aspirazioni. MIB Trieste School of Management rappresenta una fucina di idee e di conoscenze, una "fabbrica" di leader, un laboratorio per la società di domani. Siamo orgogliosi di affermare che, grazie alla preparazione professionale, all'intensità dell'impegno, alla capacità di lavorare in team e alla forte tensione etica, i diplomati MIB rappresentano una grande risorsa, capace di rafforzare imprese e organizzazioni".

VLADIMIR NANUT
Direttore Scientifico, MIB Trieste School of Management

Accreditamenti

Associazioni



“At Stanford University, I thought I would 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

Wine Business Management

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.
Con la specializzazione in Wine Business Management i partecipanti acquisiscono le più aggiornate tecniche di management e sviluppano conoscenze e competenze con le quali guidare con più efficacia i processi dell'azienda vinicola e migliorarne il posizionamento competitivo.

Gli obiettivi

→ Comprendere i fattori competitivi per disegnare e realizzare strategie aziendali e partnership efficaci.
→ Capire e gestire clienti e consumatori nel mercato interno e internazionale.
→ 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 dell'azienda vinicola e della filiera.
→ Dare un forte stimolo alla crescita personale e aziendale, innovando la propria prospettiva sul business e sviluppando il pensiero strategico.
→ Aumentare la competitività dell'impresa sui mercati internazionali.
→ Ampliare la rete di contatti.

WBM + EMBA

Chi è più ambizioso e desidera cambiare prospettiva sulla gestione d'impresa, può ottenere il diploma di Master of Business Administration integrando la specializzazione WBM all'interno dell'Executive MBA, ottenendo così un titolo riconosciuto a livello internazionale: l'Executive MBA con specializzazione in Wine Business, che è accreditato in Italia da ASFOR - Associazione Italiana per la Formazione Manageriale e a livello internazionale da AMBA - Association of MBAs.
MIB Trieste riconosce i crediti acquisiti del programma WBM e i costi sostenuti, detraendoli dal costo complessivo di partecipazione all'MBA.

Summer School

A completamento dell'offerta nel Wine Business, la Scuola propone ogni anno una Summer School sui temi più attuali della gestione dell'impresa vinicola, con un focus che cambia per ogni edizione.
Il programma si articola su 5 giornate full-time.
www.mib.edu/summerschool-vino



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 5 corsi da 3 giornate e 2 da 6 giornate, per un totale di 27 giornate formative e 14 crediti formativi ECTS (European Credit Transfer System). Per attribuire i crediti, i docenti, oltre alla didattica d'aula, svolgono un'attività di redazione delle prove finali, correzione e feedback individuali.
La struttura del programma è costruita in modo da permettere ai partecipanti la frequenza senza compromettere l'impegno lavorativo (part-time da giovedì a sabato, 1 volta al mese).
I corsi si svolgono in lingua italiana ma sono possibili testimonianze, casi di studio e letture in lingua inglese.
Inoltre sono frequentabili anche separatamente con diritto ad un attestato di frequenza per ogni corso.

MARKETING E VENDITE DEL VINO

I partecipanti maggiormente interessati al'area commerciale possono scegliere il percorso in **Marketing e vendite del vino** composto dai primi 5 corsi:
— Analisi del settore vinicolo.
— Marketing strategico del vino.
— Marketing del vino e del turismo.
— La comunicazione del vino.
— La distribuzione ed Export vinicola del vino (I e II parte).

GESTIONE DELL'AZIENDA VINICOLA

Per chi preferisse approfondire l'aspetto gestionale, è possibile scegliere il percorso in **Gestione dell'azienda vinicola**, composto dai 2 corsi finali del programma:
— Amministrazione e Controllo dell'azienda vinicola (I e II parte).
— Organizzazione aziendale e gestione della Supply Chain vinicola.

Attività Elective

I partecipanti al programma completo hanno la possibilità di frequentare un Corso Elective a scelta tra quelli del programma Executive MBA, nelle seguenti aree: Operation Management, People Management, Finance & Risk Management, Emerging Markets, Entrepreneurship & Innovation.
Per i partecipanti interessati è inoltre possibile organizzare alcuni incontri di Coaching individuale con uno dei responsabili dell'area Leadership Dynamics, per impostare la propria vision e il proprio approccio alla leadership e sviluppare gli strumenti per sostenere la propria carriera.

Curriculum

CORSI — CREDITI*

ANALISI DEL SETTORE VINICOLO — 2

— L'evoluzione del settore vino: la globalizzazione dei mercati e della concorrenza.
— Trend nella produzione, negli scambi e nella competizione internazionale: il ruolo in Italia.
— La politica vitivinicola.
— 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, Vignerons, Terroiristes: a ognuno la sua nicchia vitivinicole?
— Quale futuro per le piccole aziende.

MARKETING STRATEGICO DEL VINO — 2

— 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.
— 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.

CORSI — CREDITI*

MARKETING DEL VINO E DEL TURISMO — 2

— 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.
— Fare marketing nel punto vendita.
— Il marketing esperienziale.

LA COMUNICAZIONE DEL VINO — 2

— Come comunicare, cosa comunicare, a chi comunicare.
— 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.

DISTRIBUZIONE ED EXPORT DEL VINO (I)** — 1

— 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 ed estera.
— Creazione e gestione di una rete di vendita nazionale e internazionale.

CORSI CREDITI*

— Scegliere una strategia commerciale.
— Direct-to-consumer: vendite dirette, e-commerce e gestione del punto vendita aziendale.

DISTRIBUZIONE ED EXPORT DEL VINO (II) 1**

— 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.
— Il ruolo del Brand Ambassador: dal trade marketing all'educazione del consumatore.

AMMINISTRAZIONE E CONTROLLO DELL'AZIENDA VINICOLA (I) 1**

— 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.

AMMINISTRAZIONE E CONTROLLO DELL'AZIENDA VINICOLA (II) 1**

— Introduzione al controllo: le leve di controllo.
— Le configurazioni di costo:l'analisi costi volumi/risultati.

CORSI CREDITI*

— 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.

ORGANIZZAZIONE AZIENDALE E GESTIONE DELLA SUPPLY CHAIN VINICOLA 2

—La struttura imprenditoriale e gestionale dell'azienda vinicola.
— Le basi dell'organizzazione aziendale: strutture organizzative, processi e loro digitalizzazione.
— La gestione delle diverse funzioni di business della catena del valore.
— La logistica del vino.
— La gestione strategica della supply chain vinicola.
— Costruire valore attraverso le funzioni di planning e service: l'esperienza del Gruppo Marchesi de' Frescobaldi.

* A ogni credito equivale una media di 25 ore di carico di lavoro ed è definito dal European Credit Transfer System (ECTS).
** Il corso Distribuzione ed Export del vino, suddiviso in due parti, prevede un'unica prova di valutazione e attribuisce 2 crediti formativi.
** Il corso Amministrazione e Controllo dell'azienda vinicola, suddiviso in due parti, prevede un'unica prova di valutazione e attribuisce 2 crediti formativi.



Le aziende partecipanti

Collavini
Colombin
Bertani Domains
Magna Graecia
Cantina Santadi
Antonella Corda
Bonotto
Matasci (Svizzera)
Vigne Surrau
Caviro
Fantinel
Tormena
Santa Margherita
Ferruccio Deiana
Tasca di Almerita
Badia di Morrona
Bottega
Santa Margherita
Librandi
Monte delle Vigne
LaVis
Cantina Enotria
Kante
Sugherificio Friulano
Massimago
Assuli
Seiterre
Jermann
Masut da Rive
Ronco del Gelso
Livon
Villa Russiz
Parovel
La Buse dal Lof
Cantine Rigonat
Specogna
Il Mosnel
Colterenzio
Castello di Rubbia
Fazio Wines
Gravner
Felsina
Lorenzon - I Feudi di Romans
Majolini
Vinska Klet Gorjiska Brda
Cantine Pellegrino
Schiopetto
Montelvini
Baglio di Pianetto
Mottura Vini
Pasqua
Primosic
Venica & Venica
Ferdinand
Tenute Silvio Nardi
Allegrini
Gradis'ciutta
Cuvage
Terenzi

Ammissione

ISCRIZIONE AL PROGRAMMA

Inizio del programma:
28 novembre 2019
Termine per l'iscrizione:
10 novembre 2019
Quota di partecipazione:
€ 6.300 + IVA*

REQUISITI DI AMMISSIONE

→ Laurea o diploma universitario.
→ Diplomati con almeno 5 anni di esperienza lavorativa, preferibilmente nel settore vinicolo o della filiera.
→ Discreta conoscenza della lingua inglese.

SCONTO PRE-ISCRIZIONE

Entro il **30/09/2019 → Sconto di € 800** per l'adesione all'intero programma.
Entro il **31/10/2019 → Sconto di € 300** per l'adesione all'intero programma.

AGEVOLAZIONI

→ **Sconto del 20%** per 2 o più partecipanti della stessa azienda/gruppo o per eventuali convenzioni con Consorzi DOP o Associazioni di categoria impegnate nella promozione del Corso presso i propri associati.
→ **Per i partecipanti Summer School**, **sconto di € 500** cumulabile con altre scontistiche.

PARTECIPAZIONE AI SINGOLI CORSI

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

Percorso in **Marketing e vendite del vino**	**€ 4.500**
— Analisi del settore vinicolo	€ 1.200
— Marketing strategico del vino	€ 1.200
— Marketing del vino e del turismo	€ 1.200
— La comunicazione del vino	€ 1.200
— La distribuzione vinicola	€ 1.200
— Export del vino	€ 1.200

Percorso in **Gestione dell'azienda vinicola**	**€ 2.250**
— Amministrazione dell'azienda vinicola	€ 1.200
— Controllo di gestione in azienda vinicola	€ 1.200
— Organizzazione aziendale e gestione della supply chain vinicola	€ 1.200

* È prevista l'opportunità del pagamento in 2 rate.

WBM

Wine Business Management

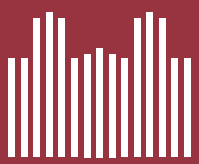
Disclaimer
All information within this flyer is correct at September 2019

Printed by Riccigraf / Photo © Giuliano Koren / Graphic Design Daria Longo

Associate Dean,
Executive Education
Francesco Venier
venier@mib.edu

Responsabile Area Wine
Pierpaolo Penco
penco@mib.edu

T +39 040 9188128
www.mib.edu/wine



MIB Trieste School of Management

Largo Caduti di Nasiriya 1
34142 Trieste
Italy

T +39 040 9188111
info@mib.edu
www.mib.edu