



PÓS-GRADUAÇÃO



LISBON
SCHOOL OF
ECONOMICS &
MANAGEMENT
UNIVERSIDADE DE LISBOA

WINE BUSINESS



INSTITUTO
SUPERIOR DE
AGRONOMIA
Universidade de Lisboa

*Hinc
Patriam
Sustinet*

WINE BUSINESS

COORDENAÇÃO

Prof. Doutor José Manuel Veríssimo (ISEG)

Prof. Doutor Carlos Lopes (ISA)

PARCERIAS



APRESENTAÇÃO

O mercado global de vinhos é global e altamente competitivo, desafiando os profissionais do setor a procurar vantagens competitivas nos produtos, na gestão, na cadeia de distribuição e na comercialização. Países com tradição vitivinícola milenar, como Portugal, deparam-se com oportunidades de negócio, mas também novas exigências, que depende de recursos humanos bem preparados.

A Universidade de Lisboa lançou este curso de pós-graduação em “Wine Business” especialmente dirigido a profissionais do sector dos vinhos, através de uma parceria entre o ISEG (Lisbon School of Economics & Management) e o ISA (Instituto Superior de Agronomia). Este programa de formação tem conteúdos inovadores e pluridisciplinares, orientados para o negócio do vinho a nível nacional e internacional. Combina conhecimentos teóricos e práticos de vinhos com competências de gestão, oferecendo num único programa uma solução completa para os profissionais do setor.

OBJETIVOS

O curso de pós-graduação em “Wine Business” tem como objetivos a valorização das competências técnicas e de gestão de profissionais que já estão, ou pretendem integrar, o setor do vinho.

Focado no mercado do vinho, este curso pretende incrementar as habilitações dos profissionais fornecendo-lhes competências para desenvolverem, em sentido lato, o negócio em Portugal e identificarem as potencialidades do vinho português no mercado mundial.

DESTINATÁRIOS

- Empresários e responsáveis de organizações ligadas à produção, comercialização e promoção de vinho, enólogos, empresários de enoturismo, gestores de categoria de vinhos, dirigentes e responsáveis comerciais de cooperativas do setor, técnicos superiores do sector na administração pública, e associações interprofissionais que tenham por missão valorizar o mercado de vinhos a nível nacional ou internacional.



PLANO CURRICULAR

BLOCO1	UNIDADE CURRICULAR	CORPO DOCENTE	HORAS	CRÉDITOS
	ESTRATÉGIA E COMPETITIVIDADE	Pedro Picaluga Nevado	14	3
	GESTÃO VITIVINÍCOLA	Manuel Belo Moreira	14	3
	LIDERANÇA E GESTÃO DE EQUIPAS	João Pargana	14	3
	ENOLOGIA	Virgílio Loureiro	14	3
	CONTABILIDADE DE GESTÃO	João Cantiga Esteves	14	3
	GESTÃO DA DISTRIBUIÇÃO DE VINHOS	Manuel Bio	14	3
	NEGOCIAÇÃO E TÉCNICAS DE VENDAS	Carlos Correia	12	3
	SEMINÁRIO 1	Carlos Lopes	2	-
BLOCO 2	UNIDADE CURRICULAR	CORPO DOCENTE	HORAS	CRÉDITOS
	GESTÃO COMERCIAL DE VINHOS	Manuel Rocha	14	3
	MARKETING	Vítor Corado Simões	14	3
	ENOTURISMO	Paula Cristina Sousa	14	3
	COMÉRCIO ELECTRÓNICO	Filipe Carrera	14	3
	VITICULTURA	Carlos Lopes	14	3
	ANÁLISE ECONÓMICA E FINANCEIRA	António Sabino Rocha	14	3
	GESTÃO DE PROJETOS	Artur Cunha	14	3
	SEMINÁRIO 2	Carlos Lopes	2	-
BLOCO 2	UNIDADE CURRICULAR	CORPO DOCENTE	HORAS	CRÉDITOS
	PROJETO FINAL DE CURSO	Carlos Lopes e José Manuel Verfssimo	18	9

UNIDADES CURRICULARES

BLOCO 1

ESTRATÉGIA E COMPETITIVIDADE

Pedro Picaluga Nevado

As Estratégias Empresariais visam a consecução de resultados acima da média, de forma sustentada, através do reforço de competências nucleares bem alicerçadas nas organizações que a implementam. Esta disciplina tem por objetivo dotar os alunos de raciocínio estratégico, por forma a melhor procederem às análises necessárias; métodos e modelos de apoio à decisão estratégica, por forma a permitir um posicionamento distintivo; instrumentos e ferramentas de controlo estratégico, por forma a bem monitorar o desenvolvimento competitivo na atividade diária das organizações.

GESTÃO VITIVINÍCOLA

Manuel Belo Moreira

Sensibilizar os alunos para a necessidade de usar os instrumentos usuais da gestão da produção tendo em atenção as especificidades técnicas quer da produção de uva, quer de vinho e produtos vínicos. Sublinhar que as decisões de produção têm de estar em perfeita sintonia com os ensinamentos e objetivos a atingir com os esforços do marketing. Atender à necessidade de harmonização de interesses entre os produtores de uva e os produtores de vinho e produtos vínicos nos casos em que se trate de entidades distintas. Sublinhar as vantagens do delineamento de estratégias de cooperação entre essas entidades na procura de sinergias organizacionais. O caso particular das adegas cooperativas e das peculiaridades de gestão que estas organizações colocam, nomeadamente no que respeita à disciplina produtiva face aos comportamentos oportunistas, às decisões de investimento e à determinação dos preços da uva.

LIDERANÇA E GESTÃO DE EQUIPAS

João Pargana

Conhecer e treinar as principais responsabilidades e funções inerentes a uma chefia. Aplicar as funções de estilo e técnicas, nomeadamente em situações de avaliação, correção de desempenho e definição de objetivos. Saber envolver os colaboradores, através de um diálogo eficaz e motivador.

ENOLOGIA

Virgílio Loureiro

Fornecer as ferramentas necessárias para aprender a provar e melhorar o sentido crítico, na perspetiva do profissional do setor, e transmitir os aspetos essenciais da produção de vinho, desde o "conceito" à importância da matéria-prima e bases tecnológicas. Perspetivar o vinho a nível global – a "Velha Europa" e o "Novo Mundo" – e enquadrar o vinho português no contexto internacional, fazendo uma breve referência aos principais países produtores de vinho. Introdução crítica às principais Denominações de Origem portuguesas – Vinhos Verdes, Douro, Bairrada, Dão, Alentejo, Porto, Moscatel de Setúbal e Madeira, tendo em vista a sua tipificação.

CONTABILIDADE DE GESTÃO

João Cantiga Esteves

Adquirir conhecimentos sobre os princípios da contabilidade aplicada à indústria do vinho. Aborda os princípios desta disciplina considerados necessários para gestores na indústria do vinho, incluindo custos, proveitos, fluxos de caixa, orçamentos e análise de desvios. Será igualmente abordada a análise de investimentos pelo método dos valores de caixa descontados.

GESTÃO DA DISTRIBUIÇÃO DE VINHOS

Manuel Bio

Introduzir princípios práticos e teóricos da venda a retalho, com especial foco na distribuição e logística, nos sistemas de informação, nas tendências atuais das tecnologias de venda e de marketing, e nas operações de venda por grosso e a retalho.

NEGOCIAÇÃO E TÉCNICAS DE VENDAS

Carlos Correia

Planeamento de vendas. Processo e ciclo de venda. Processo de negociação. Gestão de reclamações e cobranças. O funil das vendas. Organização comercial. Vendas através de canais eletrónicos.

UNIDADES CURRICULARES

BLOCO 2

GESTÃO COMERCIAL EM VINHOS

Manuel Rocha

A função comercial, as vendas e o marketing. Organização da equipa de vendas, as áreas, e os canais. Planeamento das vendas, previsão, objetivos, motivação e remuneração. Gestão dos canais de distribuição e a prospeção de clientes. Construção de preços, margens, condições de venda e da tabela de preços. Gestão de grandes contas, negociação dos contratos gerais de fornecimento, promoções, controlo de investimentos promocionais, preços e margens no ponto de venda. Análise da performance de vendas.

MARKETING

Vítor Corado Simões

Proporcionar uma visão geral e integrada da teoria e prática do marketing e do comércio internacional de vinhos. Os tópicos incluem a análise de fatores que interferem no mercado mundial de vinho, em especial as transformações socioculturais que afetam a exportação, as estratégias e planeamento para exportação, a organização para o comércio internacional, a pesquisa de mercados para o produto, a formação de preços em mercados internacionais, os canais de distribuição e publicidade internacional, e o controlo e coordenação de operações de comércio internacional.

ENOTURISMO

Paula Cristina Sousa

Conhecimento dos benefícios e dos riscos para um produtor, sempre que abra as suas portas ao turismo, para maximizar os benefícios e minimizar os riscos de uma aposta no Enoturismo. O que é o Enoturismo, quem são os visitantes, quais as expectativas e necessidades que trazem, como preparar a adega e os funcionários para receberem os visitantes, como tirar o máximo proveito a vinda do visitante, como manter uma comunicação após a visita, e quais os erros a não cometer.

COMÉRCIO ELETRÓNICO

Filipe Carrera

Familiarizar os alunos com o impacto do comércio eletrónico e do marketing digital no mercado do vinho. Aborda a tecnologia de base do comércio eletrónico, os princípios do marketing num ambiente eletrónico, os modelos de comércio eletrónico, as atitudes do consumidor na Internet, a pesquisa de mercado pela Internet, novos media, as estratégias de publicidade e promoção eletrónicas na Web 2.0. Inclui ainda os tópicos respeitantes a planeamento, desenho e outsourcing de sistemas de comércio eletrónico.

VITICULTURA

Carlos Lopes

Fornecer competências básicas em Viticultura que permitam aos alunos a compreensão da biologia e ecologia da videira e sua interação com as opções e técnicas culturais; a aprendizagem das características e aptidões culturais e tecnológicas das principais castas bem como o conhecimento sumário das principais regiões vitícolas portuguesas; a compreensão do conceito de "Terroir" e da importância da tecnologia vitícola como ferramenta para manipular a quantidade e qualidade da uva, bem como, as suas consequências no estilo de vinho obtido.

ANÁLISE ECONÓMICA E FINANCEIRA

António Sabino Rocha

Adquirir conhecimentos sobre bases fundamentais de análise de investimentos. Desenvolver competências essenciais para se compreender as diferentes metodologias de avaliação orientadas para a tomada de decisões operacionais e de investimento. Aplicar as diferentes metodologias na avaliação de projetos de investimentos.

GESTÃO DE PROJETOS

Artur Cunha

Conhecer as várias áreas de conhecimento e os processos necessários ao exercício da gestão de um projeto. Dominar as principais técnicas existentes para a gestão de um projeto ao longo do seu ciclo de vida. Utilizar ferramentas informáticas de apoio à Gestão de Projetos.

CONFERÊNCIA DE ABERTURA

Carlos Lopes e Vasco d'Avillez

Debate os desafios de competitividade do setor do vinho. Caracteriza o setor vitivinícola nacional, identificando os principais desafios do setor, a necessidade de recursos qualificados e de competências de gestão.

SEMINÁRIO

Carlos Lopes

Abordam os temas atuais e relevantes no mercado de vinhos, criando-se um espaço de contacto privilegiado dos participantes na Pós-Graduação com profissionais do setor. Envolvem frequentemente a visita a unidades de produção.

PROJETO FINAL DE CURSO

Carlos Lopes e José Manuel Veríssimo

Desenvolvimento e apresentação de um trabalho final individual, o qual explora, com detalhe, um aspeto relevante para o aluno e para o sector. Este trabalho visa a aplicação integrada dos conhecimentos adquiridos na Pós-Graduação, preferencialmente em ambiente empresarial. Os alunos podem ter o apoio de um orientador, escolhido entre os docentes da Pós-Graduação.

CORPO DOCENTE

ANTÓNIO SABINO ROCHA

Licenciatura em Organização e Gestão de Empresas, pelo ISEG. MBA em gestão pelo ISEG. Sócio da COFORG- Consultoria em Fiscalidade, Organização e Gestão, e Diretor da Percom Portugal - Periféricos e Sistemas de Comunicação. Chefe da Divisão de Serviços Financeiros da Cimpomóvel - Comércio Importador de Automóveis e Acessórios. Professor Associado Convidado do ISEG; Docente no Instituto Superior de Gestão Bancária (ISGB).

ARTUR CUNHA

Professor auxiliar convidado do ISEG. Doutorando em Gestão, na área da Gestão de Projetos Informáticos, no ISEG. Mestre em Gestão (MBA) pelo ISEG. Diretor do CEGE-Centro de Estudos de Gestão do ISEG. Consultor e Gestor de projetos com mais de 30 anos de experiência na área. Fundador e Partner da Okwin.

CARLOS CORREIA

Licenciatura em Engenharia Eletrotécnica, Ramo de Sistemas e Computadores pelo IST- Instituto Superior Técnico. MBA pela UNL - Universidade Nova de Lisboa. Auditor da Qualidade pela Cequal. PAERC- Programa avançado em Economia da Regulação e da Concorrência pela UCP - Universidade Católica Portuguesa. Managing for value pelo IMD Suíça. Negociação pela UNL Nova Forum. Innovation Management, Lisbon MBA.

CARLOS LOPES

Professor Associado com Agregação do Instituto Superior de Agronomia da Universidade de Lisboa na área de Viticultura. Especialista em Ecofisiologia da Videira. Doutor em Eng^a Agronómica pelo Instituto Superior de Agronomia. Mestre em Produção Vegetal. Licenciado em Eng^a Agrícola pela Universidade de Évora.

FILIPE CARRERA

Consultor e formador internacional. MBA com especialização em e-Business e e-Commerce pela Universidad Politécnica de Madrid. Pós-Graduado em e-Business e e-Commerce pela Universidad Politécnica de Madrid. Licenciado em Economia pelo ISEG.

JOÃO CANTIGA ESTEVES

Professor Associado Convidado do ISEG. Administrador, APAF-Assoc. Port. Analistas Financeiros. MBA em Finanças e MSc em Planeamento pela Northeastern University (Boston).

JOÃO PARGANA

Professor Auxiliar Convidado ISEG. Fundador da Dynargje. Presidente da Hand Team SGPS e da Bonding, S.A. Licenciado em Gestão de Empresas pela Universidade de Lisboa (ISEG).

JOSÉ MANUEL VERÍSSIMO

Marketing & External Relations Advisor to the Dean's Office. Professor Auxiliar do ISEG. Doutor em Gestão pela Manchester Business School, University of Manchester (UK). MBA pela European University. Licenciado em Gestão pelo ISEG.

MANUEL BELO MOREIRA

Professor Catedrático do ISA. Doutorado pela Universidade de Ciências Sociais de Grenoble e equiparado a doutor em engenharia agronómica pela Universidade Técnica de Lisboa. Licenciado em Engenharia Agronómica pelo Instituto Superior de Agronomia.

MANUEL BIO

Presidente da Cooperativa Agrícola de Granja Amareleja e Gerente de uma distribuidora de vinhos Ex-Diretor Geral das Pousadas de Portugal no Grupo Pestana. Licenciado em Economia pela Universidade Nova de Lisboa.

MANUEL ROCHA

Foi responsável de marketing em empresas de bebidas como Heineken - Central de Cervejas, Allied Domecq e Pernod Ricard; Administrador e Director-Geral da Companhia das Quintas (PortuVinus); CEO da Adega de Borba. Atualmente é CEO e acionista da Adega de Portalegre Winery. Licenciado em Engenharia Química pelo IST, e Master em Tecnologia Alimentar no Siebel Institute em Chicago, EUA. MBA do ISEG. Tem uma pós-graduação em Leadership na Columbia Business School em NY, EUA.

PAULA CRISTINA SOUSA

Formadora na área de Enoturismo Direção de Marketing e Comunicação. Direção de Enoturismo da Quinta de Nossa Senhora do Carmo (Grupo Amorim). Pós-graduação em Gestão Hoteleira. Wine & Spirits Education Trust pela Wine Academy of Spain. Diploma Nacional de Oenologie pela Universidade de Bordéus. Licenciada em Engenharia Alimentar pela Universidade Católica Portuguesa.

PEDRO PICALUGA NEVADO

Professor Auxiliar do ISEG. Doutor em Gestão pela Universidade de Lisboa. Executive MBA pela Escuela Superior de Administracion y Direccion de Empresas, Barcelona. Mestre em Comportamento Organizacional pelo ISPA. Licenciado em Administração e Gestão de Empresas pela Universidade Católica Portuguesa.

VÍTOR CORADO SIMÕES

Ex-membro do Conselho Consultivo sobre Investimento Internacional do ICEP. Ex-Presidente da European International Business Academy (EIBA), em 1992/93, sendo hoje Fellow desta Associação.

Tem atuado como consultor de organizações internacionais (Comissão Europeia, OCDE, UNCTC e UNIDO). Presidiu ao Grupo de Trabalho do CREST (UE) sobre SMEs and Innovation. Professor no ISEG. Licenciado em Finanças pelo ISCEF. Especializado em Gestão da Inovação e a Gestão Internacional.

VÍRGILIO LOUREIRO

Experiência profissional, nacional e internacional, no domínio da Enologia. Autor de vários livros e artigos científicos sobre vinhos e microbiologia de vinhos. Doutorado em Microbiologia pelo Instituto Superior de Agronomia, ULisboa. Equiparado a Mestre em Engenharia Biológica pela Faculdade de Ciências e Tecnologia, UNL. Licenciado pelo Instituto Superior de Agronomia, ULisboa.

CANDIDATURAS E PROPINAS

Serão consideradas candidaturas de detentores de Licenciatura, Mestrado, Pós-graduação, ou com experiência profissional relevante no setor.

Poderá ser solicitada a realização de uma entrevista ou a prestação de provas ou testes adicionais para avaliar competências.

Candidaturas online em IDEFE.PT

CALENDÁRIO

O curso tem início em Outubro.

PROPINA

O valor das propinas é de 4.500€.

Propina Especial: 3.950€ para Inscrições até 5 de Outubro, Parceiros e Ex-Alunos ISEG.

[Com a possibilidade de ser pago em 5 prestações. Existem reduções aplicáveis e protocolos com diversas entidades.]

CONTATOS

Secretariado
secretaria@idefe.pt
Tel: +351 21 392 5889



www.idefe.pt



iseg.pt



iseg.pt

CANDIDATURAS E PROPINAS

Serão consideradas candidaturas de detentores de Licenciatura, Mestrado, Pós-graduação, ou com experiência profissional relevante no setor.

Poderá ser solicitada a realização de uma entrevista ou a prestação de provas ou testes adicionais para avaliar competências.

Candidaturas online em IDEFE.PT

CALENDÁRIO

O curso tem início em Outubro.

PROPINA

O valor das propinas é de 4.500€.

Propina Especial: 3.950€ para Inscrições até 5 de Outubro, Parceiros e Ex-Alunos ISEG.

[Com a possibilidade de ser pago em 5 prestações. Existem reduções aplicáveis e protocolos com diversas entidades.]

CONTATOS

Secretariado
secretaria@idefe.pt
Tel: +351 21 392 5889



www.idefe.pt



iseg.pt



iseg.pt



Open minds for a changing world



LISBON
SCHOOL OF
ECONOMICS &
MANAGEMENT
UNIVERSIDADE DE LISBOA



RUA DO QUELHAS, 6, 1200-781 LISBOA - PORTUGAL
213 925 800

WWW.ISEG.ULISBOA.PT