



DINAMIZA ASESORES

Toledo, 128, 4º D
28005 Madrid
España
Tel. 91 473 45 26
www.dinamizaasesores.com
info@dinamizaasesores.com



Instituto Superior de Arte · I|Art

Antonio Maura, 8, 1º
28014 Madrid
España
Tel. 91 521 44 93
www.iart.es
info@iart.es

LABORATORIO EXPERIENCIAL DE ENOTURISMO

Claves de éxito para la gestión del turismo del vino¹

60 horas lectivas
7,5 horas de comidas de trabajo (*networking*)
6 horas de experiencia enoturística vivencial

Con la participación de:



¹ Para participar en este programa es necesario presentar carta de motivación, carta de presentación y CV.
El número máximo de participantes es de 20 alumnos.

Coordinador:

D. Manuel Romero.

Experto en Planificación y Gestión Turística. Licenciado en Ciencias Químicas por la UCM. Máster OMT-GTAT en Alta Gestión en Política y Estrategia de los Destinos Turísticos por la UOC. Máster en Dirección y Administración de Empresas (MBA) por el Instituto de Directivos de Empresas CESEM. Es auditor acreditado por el ICTE, evaluador del Modelo EFQM, evaluador, formador y gestor de destinos certificado por el actual modelo SICTED. Se incorpora a la Consultoría en 1995 en QUALITY SYSTEM ESPAÑA, donde centra su actividad en el diseño, desarrollo e implantación de Sistemas de Gestión de la Calidad. Fue Director del proyecto de creación de una Marca de Calidad para el pequeño comercio, en colaboración con AENOR, siendo autor del libro *Cómo mejorar la calidad en el Pequeño Comercio*. En el año 2002 crea el Área de Turismo en esta firma. Tres años más tarde se incorpora a Antar Estrategias Creativas, en calidad de Gerente, donde asume la coordinación de la tercera fase del proyecto "Rutas del Vino de España". En marzo de 2007 crea DINAMIZA Asesores, firma de Consultoría turística especializada, que ha desarrollado numerosos proyectos relacionados con enoturismo y creación de productos enoturísticos. Fue Director Técnico de la cuarta fase del proyecto "Rutas del Vino de España", proyecto en el que participaron 19 zonas enoturísticas repartidas por toda la geografía española. Ha impulsado el proceso de creación de varias Rutas del Vino y ha desarrollado nuevas líneas de trabajo basadas en la innovación para distintos productos enoturísticos. Ha participado en el "Plan Estratégico de Enoturismo de Vinos de Madrid", "Plan de Estratégico de Enoturismo en Logroño", estudio para la creación de la "Ruta del Vino de la Ribeira Sacra", "Plan de Marketing de la Ruta do Viño do Ribeiro", "Plan de Competitividad" y "Plan de Formación" también para esta ruta. Ha puesto en marcha la creación de la "Ruta del Vino de Ribera del Guadiana", "Ruta del Bierzo", "Plan de Innovación de las Rutas del Vino y el Brandy de Marco de Jerez", "Club de Prescriptores para la Ruta del Vino de Rioja Alavesa", y auditorías de un buen número de Rutas del Vino. Actualmente dirige la quinta fase del proyecto "Rutas del Vino de España", en el que participan 21 rutas del vino de España y más de 400 bodegas.

Más información en <http://www.dinamizaasesores.com>.

Equipo Docente:

D. Manuel Romero.

Además de sus funciones como Coordinador del Laboratorio, participará directamente en la impartición de algunas de las sesiones ya que, entre sus funciones habituales, destaca la de formador experto en enoturismo. Ha impartido cursos de formación relacionados con el enoturismo y participado en jornadas, congresos y eventos relacionados con el turismo del vino y la gastronomía. Transmite, de manera sintética, clara y concisa, el conocimiento que ha ido adquiriendo a lo largo de sus 15 años de experiencia. Su discurso se centra en las herramientas de gestión y planificación más eficaces y pragmáticas a la hora de confeccionar, mantener y rediseñar una oferta enoturística de éxito.

■ D. Fernando Valmaseda.

Experto en Comunicación Integral especializada en el Sector del Turismo, el Ocio y la Gastronomía. Licenciado en Ciencias de la Información, en la rama de Periodismo y en la rama de Imagen y Sonido, por la UCM. Lleva más de 21 años ejerciendo su profesión, ostentando la dirección de importantes medios de comunicación y logrando la fundación, bajo proyectos originales suyos, de algunas de las cabeceras más importantes del mundo editorial español. Inició su experiencia en prensa escrita diaria incorporándose al Diario *El Mundo*, donde creó y dirigió algunos de los suplementos más importantes de este periódico. Posteriormente, y tras su etapa en el Diario *El País*, se incorporó como Coordinador Editorial del área de publicaciones del Diario *ABC*, donde dirigió algunos proyectos y revistas. Después de haber formado parte de otras iniciativas profesionales, como la Dirección Editorial del Grupo Editorial AGB (subdirección de la Revista *España Desconocida* y la Dirección Editorial de las restantes cinco publicaciones del Grupo), la Dirección de la Revista *Escapada* (bajo un proyecto original suyo) o la Dirección del Grupo Mas Viajes (creación y dirección de seis cabeceras bajo proyectos originales propios), en el año 2002 crea el GRUPO RV EDIPRESS, que en la actualidad está considerado en España como la Agencia Líder en Comunicación especializada en el sector del Turismo, el Ocio y la Gastronomía (premio a la “Mejor Agencia de Comunicación Española en 2008”). Formador especializado en Comunicación y Publicidad, durante las sesiones aportará una visión integral de las mejores técnicas para comunicar en la actualidad, las nuevas tendencias existentes en los medios de comunicación y diferentes casos prácticos en los que están trabajando relacionados con el mundo del enoturismo.

Más información en <http://www.rvedipress.com>

■ Dña. Ana López.

Experta en Planificación y Marketing Turístico. Licenciada en Dirección y Gestión de Empresas Turísticas por CDTUR, completa su formación con el Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial por ESIC. Su trayectoria profesional comenzó colaborando en distintas empresas turísticas de referencia nacional, como NH Hoteles, Catai Tours y Rusticae, en los departamentos de Marketing, Comercial y Consultoría. Posteriormente continúa su formación fuera de España y cuando regresa comienza a trabajar en Occidental Hoteles, empresa en la que permanecerá durante 6 años desarrollando distintos puestos de responsabilidad en Marketing, Comercial y Dirección General. En el año 2006 pasa a formar parte del equipo de la consultora turística Antar Estrategias Creativas como Consultora Sénior responsable del Área de Marketing, desarrollando diferentes proyectos a nivel nacional. Posteriormente dedica un año a la colaboración internacional en proyectos de ayuda humanitaria. Actualmente forma parte del equipo técnico de DINAMIZA Asesores como especialista en Marketing y Planificación, desarrollando proyectos relacionados principalmente con el enoturismo (Creación de Clubes de Prescriptores, Planes de marketing de enodestinos, Planes de Creación y Competitividad de Rutas del Vino nacionales,...) así como en el área de formación, mediante la realización de talleres y jornadas técnicas de creación de productos experienciales y aplicación del marketing eficaz.

Más información en <http://www.dinamizaasesores.com>

PRESENTACIÓN

El turismo del vino es una modalidad turística de gran crecimiento en la actualidad que ayuda a potenciar la imagen de marca de los destinos y sus empresas, a comercializar nuevos productos y servicios, y a potenciar los vinos de las bodegas y el territorio, creando, por lo tanto, un nuevo argumento de venta. Esto, en muchos casos, permite generar una línea de ingresos alternativa para las bodegas que puede llegar a ser muy significativa.

La clave del éxito está en la profesionalización de esta actividad, en la calidad y exclusividad de la oferta turística, basada en aquello que nos hace diferente y únicos, y en la comunicación y venta apropiada, de modo que se integre en la estrategia global de la bodega y del destino.

METODOLOGÍA

El proceso de aprendizaje está basado en la exposición de los contenidos teóricos y su aplicación en los distintos talleres prácticos, tanto en el aula (análisis de casos reales), como fuera de ella (sesión enoturística experiencial que incluye visita a bodega y museo del vino). Un método que persigue que todos los conceptos sean interiorizados por cada uno de los participantes, como coprotagonistas activos en cada una de las sesiones formativas.

La metodología se basa, por lo tanto, en un proceso de aprendizaje activo, y se apoya en tres conceptos fundamentales:

1. **Centrada en las personas:** el asistente es coprotagonista en cada una de las sesiones, llegando a integrar los conocimientos, ya que éstos son abordados inicialmente de forma teórica y posteriormente puestos en práctica en cada uno de los talleres y actividades prácticas.
2. **Contenidos basados en casos reales:** fruto de la experiencia y conocimiento del sector por cada uno de los miembros del equipo de formación de manera individualizada (desempeño continuo de sus funciones) o colectiva (trabajo como equipo técnico), se expondrán ejemplos y situaciones habituales que se presentan en el sector.
3. **Continua I+d+i:** máxima actualización. Detección y presentación de las últimas tendencias del mercado y sus posibles soluciones, basadas en la innovación efectiva y sostenible, aunque éstas aún no hayan sido puestas en marcha.

El programa del Laboratorio se organiza en 30 sesiones lectivas, 5 comidas de trabajo *-networking-* y una jornada de experiencia enoturística vivencial, agrupadas en 4 seminarios diferentes, interrelacionados entre sí, que combinan la exposición de los conceptos teóricos y su aplicación práctica. En su totalidad estas sesiones presenciales tendrán una duración de 73,5 horas de trabajo, incluyendo la sesión experiencial, que combina visitas a bodegas, museo y comida maridada.

En cada sesión se habilitarán periodos para que los equipos de trabajo puedan desarrollar las distintas fases de los talleres. En esos periodos, el equipo de profesores tutorizará todo el proceso.

Soportes para el asistente.

Cada uno de los asistentes recibirá un dossier con los contenidos que se tratarán en cada una de las sesiones y los materiales-soporte de los diferentes talleres prácticos.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

- Gestores y/o técnicos de destinos turísticos en los que existen recursos relacionados con el turismo del vino.
- Propietarios, directivos y responsables de bodegas.
- Profesionales interesados en introducir o continuar desarrollando en sus organizaciones procesos relacionados con el turismo del vino (guías de bodegas, responsables enoturismo,...).
- Personas interesadas en desarrollar su carrera profesional en el ámbito enoturístico.

Para participar en este programa es necesario presentar carta de motivación, carta de presentación y CV. El número máximo de participantes es de 20 alumnos.

PROGRAMA y CALENDARIO

SEMINARIO I:

GUIATUR: Guías turísticos de bodegas.

Orientación y formación de los profesionales que se encargan de la planificación y/o realización de las visitas turísticas en las bodegas, facilitándoles los conocimientos y herramientas, técnicas y prácticas, necesarias para optimizar y mejorar el desempeño de sus funciones. Una de las ventajas competitivas radica en diseñar visitas memorables, saber contar y transmitir qué nos hace únicos y diferentes.

- o ¿Somos un referente en materia enoturística?
- o ¿Contamos con unas visitas de calidad, únicas, atractivas y rentables?
- o ¿Cómo nos diferenciamos del resto?
- o ¿Conocemos a nuestros clientes?
- o ¿Conocemos qué visita se adapta mejor a cada perfil: qué contar, cómo, cuándo?
- o ¿Dominamos las herramientas de comunicación para transmitir los mensajes de manera clara, fácil y sencilla?
- o ¿Sabemos cómo recibir, atender y despedir exitosamente a nuestros visitantes?
- o ¿Las visitas se traducen en ventas y rentabilidad?
- o ¿Quedan realmente satisfechos nuestros visitantes?

Viernes, 9 de Abril

9:30 a 10:00 hrs.

Recepción y acreditación de los participantes.

Entrega de documentación y bienvenida del Coordinador del Laboratorio.

10:00 a 12:00 hrs., 1ª Sesión.

INTRODUCCIÓN AL PROGRAMA.

Presentación del Equipo Docente y de los estudiantes.

Presentación de la metodología.

Recursos y herramientas.

MÓDULO I.

El enoturismo como estrategia desarrollo competitivo y rentable.

Análisis de la situación actual del sector enoturístico.

Determinación de objetivos alcanzables.

Presentación del nuevo enfoque enoturístico.

12:00 a 12:30 hrs.

Descanso.

12:30 a 14:30 hrs., 2ª Sesión.

MÓDULO II.

Aspectos clave de las visitas enoturísticas de éxito.

Presentación de los aspectos esenciales.

MÓDULO III.

La creación de visitas memorables: experiencias enoturísticas únicas.

Introducción al proceso creativo.

Taller práctico I: "Recordando mis experiencias y vivencias enoturísticas".

14:30 a 16:00 hrs.

Comida de trabajo (*networking*).

16:00 a 18:00 hrs., 3ª Sesión.

MÓDULO III (continuación).

La visita como experiencia enoturística: conceptos, tipología, claves y proceso creativo.

18:00 a 18:30 hrs.

Descanso.

18:30 a 20:30 hrs., 4ª Sesión.

Taller práctico II: "Usando mis sentidos". Experiencia sensorial.

Sábado, 10 de Abril

10:00 a 12:00 hrs., 5ª Sesión.

MÓDULO IV.

La bodega como espacio turístico: creando un recorrido atractivo.

Identificación de los lugares clave de la visita turística: aspectos a considerar (parking, tienda, zona de recepción, itinerario, sala de degustación.).

12:00 a 12:30 hrs.

Descanso.

12:30 a 14:30 hrs., 6ª Sesión.

MÓDULO V.

La realización de visitas memorables.

El proceso de prestación: fases de desarrollo según la tipología de visita, contenido y recursos necesarios.

Taller práctico III: "La transformación: de la visita actual a una experiencia enoturística memorable".

Viernes, 16 de Abril

10:00 a 12:00 hrs., 7ª Sesión.

MÓDULO VI.

El papel del guía: un intérprete especializado.

Definición del perfil y papel del guía acompañante durante la visita turística.

Técnicas de comunicación verbal y no verbal.

Taller práctico IV: "Lo que cuento es lo que somos". Puesta en práctica de los contenidos teóricos.

12:00 a 12:30 hrs.

Descanso.

12:30 a 14:30 hrs., 8ª Sesión.

MÓDULO VII.

Otros soportes y herramientas de comunicación complementarios.

Uso de soportes tradicionales y nuevas tecnologías en la visita enoturística (folletos especializados, TIC's, software especializado).

14:30 a 16:00 hrs.

Comida de trabajo (*networking*).

16:00 a 18:00 hrs., 9ª Sesión.

MÓDULO VIII.

Una experiencia excelente: seguimiento de resultados.

Check list, diseño de encuestas de satisfacción y procesamiento de datos.

Fuentes de información para el seguimiento de la competencia.

Taller práctico V: "¿Somos excelentes?". Diseño de un *check list* y de una encuesta *ad-hoc*.

18:00 a 18:30 hrs.

Descanso.

18:30 a 20:30 hrs., 10ª Sesión.

MÓDULO IX.

Herramientas de fidelización.

Identificación de servicios antes, durante y después de la visita.

Taller práctico VI: "Un enoclub diferente". Creación de un club para incentivar el consumo permanente.

Sábado, 17 de Abril

10:00 a 12:00 hrs., 11ª Sesión.

MÓDULO X.

El proceso de innovación.

Determinación de los aspectos y tiempos básicos de regeneración de la visita turística.

12:00 a 12:30 hrs.

Descanso.

12:30 a 14:30 hrs., 12ª Sesión.

MÓDULO XI.

Ejemplos de casos de éxito.

Taller final: "Un guión de película". Preparación y exposición de nuestra visita turística como experiencia única de éxito.

SEMINARIO II:

DIRGES: Dirección y gestión enoturística de la bodega.

El saber integrar la actividad enoturística en la bodega y conocer las herramientas y procesos necesarios para su gestión, determina su éxito como pilar básico o complementario de la realidad de destino y/o empresarial.

- o ¿Es el enoturismo una fuente de ingresos para nosotros?
- o ¿Cómo empezar en el enoturismo o cómo mejorar esta área?
- o ¿Contamos con herramientas de planificación y gestión para generar una oferta enoturística de calidad?
- o ¿Nuestros servicios son atractivos, singulares y rentables y proporcionan valor y notoriedad a nuestra marca?
- o ¿Merece la pena asignar personas al área de enoturismo?
- o ¿Conocemos las necesidades y expectativas de nuestros clientes reales y potenciales?
- o ¿Es rentable el enoturismo?

Viernes, 23 de Abril

10:00 a 12:00 hrs., 13ª Sesión.

INTRODUCCIÓN AL SEMINARIO II.

Presentación de la metodología.

Recursos y herramientas.

MÓDULO I.

El enoturismo como oportunidad de negocio: desarrollo del territorio y de sus empresas.

Introducción al turismo del vino como oportunidad de negocio.

12:00 a 12:30 hrs.

Descanso.

12:30 a 14:30 hrs., 14ª Sesión.

MÓDULO II.

Modelos de planificación y gestión enoturística de la bodega

Identificación, descripción, ventajas y desventajas de cada uno.

MÓDULO III.

El modelo de planificación y gestión enoturística de éxito: Plan de negocio enoturístico integrado en la estrategia global de la bodega.

Aspectos clave y objetivos.

Taller práctico I: "Autoevaluación interna". Debilidades y fortalezas para el desarrollo enoturístico y fijación de objetivos.

14:30 a 16:00 hrs.

Comida de trabajo (*networking*).

16:00 a 18:00 hrs., 15ª Sesión.

MÓDULO IV.

Plan de enoturismo: procesos y herramientas de planificación y gestión.

Identificación y descripción de procesos y servicios.

18:00 a 18:30 hrs.

Descanso.

18:30 a 20:30 hrs., 16ª Sesión.

Taller práctico II: "Definición de la gama de servicios de mi bodega en función de mi potencial".

Sábado, 24 de Abril

10:00 a 12:00 hrs. 17ª Sesión.

MÓDULO V:

Pensando en la rentabilidad.

Análisis de casos de éxito y de fracaso.

12:00 a 12:30 hrs.

Descanso.

12:30 a 14:30 hrs. 18ª Sesión.

Taller final: "Manos a la eno-obra". Preparación y exposición de nuestro "Plan enoturístico integral".

SEMINARIO III:

MKTENO: Marketing enoturístico eficaz.

La actividad enoturística necesita un marketing específico (estrategias y tácticas) que permita alcanzar los objetivos prefijados, siendo un referente en el mercado, con el mínimo esfuerzo y costes posibles.

- o ¿Conocemos los productos exitosos y estrategias de marketing más efectivas?
- o ¿Qué hace la competencia? ¿Cómo se promocionan los mejores?
- o ¿Contamos con una oferta enoturística acorde con nuestra imagen y marca?
- o ¿Cómo innovar en enoturismo?
- o ¿Conocemos qué productos son los que mejor atraen, captan y fidelizan a los clientes?
- o ¿Conocemos y contamos con los soportes promocionales necesarios y eficaces?
- o ¿Sabemos qué canales de comunicación y comercialización son los más efectivos?
- o ¿Qué acciones promocionales realizar?
- o ¿Conocemos y utilizamos las nuevas tecnologías antes, durante y después de la prestación del servicio?
- o ¿Quedan los clientes satisfechos?

Viernes, 7 de Mayo

10:00 a 12:00 hrs. 19ª Sesión.
INTRODUCCIÓN AL SEMINARIO III.
Presentación de la metodología.
Recursos y herramientas.

MÓDULO I.
El marketing enoturístico: una pieza de desarrollo esencial para las bodegas.
Evolución y situación del entorno y oferta actual.

MÓDULO II.
Aspectos clave.
Identificación de los elementos esenciales del marketing experiencial dentro de la estrategia del destino/empresa.
Pasos a seguir para la transformación.
Replanteamiento de los procesos internos.

12:00 a 12:30 hrs.
Descanso.

12:30 a 14:30 hrs., 20ª Sesión.

MÓDULO III:

Estrategia de mercado: mis clientes de hoy, los clientes de mañana.

Las claves para entender al nuevo consumidor.

Perfiles de enoturistas.

Identificación de nuevas necesidades y expectativas.

Identificación de las potencialidades de mi destino /negocio.

Tipos de estrategias aplicables.

Taller práctico I: "¿Quién es quién?". Identificación de públicos objetivos.

14:30 a 16:00 hrs.

Comida de trabajo (*networking*).

16:00 a 18:00 hrs., 21ª Sesión.

MÓDULO IV.

Estrategia de producto.

Identificación y selección de las estrategias de la oferta enoturística más eficaces.

MÓDULO V.

El factor precio.

Barreras de entrada, precios psicológicos y promociones.

Taller práctico II: "Creando una oferta competitiva". Aplicación práctica de los contenidos.

18:00 a 18:30 hrs.

Descanso.

18:30 a 20:30 hrs., 22ª Sesión.

MÓDULO VI.

Estrategia de comercialización: canales de comercialización.

Cómo vender la oferta enoturística.

Taller práctico III: "¿Me compras?". Aplicación práctica de los contenidos.

Sábado, 8 de Mayo

10:00 a 12:00 hrs., 23ª Sesión.

MÓDULO VII.

Estrategia comunicacional.

Branding enoturístico.

Identificación de los soportes de promoción tradicionales e innovadores.

Selección y desarrollo de la estrategia comunicacional.

Canales de promoción.

12:00 a 12:30 hrs.
Descanso.

12:30 a 14:30 hrs., 24ª Sesión.
MÓDULO VIII.

Ejemplos de éxito.

Taller práctico final: "Hoy enoturismo a la carta". Aplicación práctica final de todos los módulos.

SEMINARIO IV.

GESENO: Gestores enoturísticos.

El conocimiento de los modelos de desarrollo enoturístico más exitosos y la capacidad para adaptarlos a nuestras necesidades garantiza, en gran medida, el futuro de nuestro destino/empresa.

- o ¿Es nuestro territorio un destino enoturístico bien posicionado a nivel local-regional, estatal e internacional?
- o ¿Conocemos los modelos de desarrollo enoturístico más exitosos a nivel nacional e internacional?
- o ¿Sabemos cómo estructurar la oferta de forma eficaz y competitiva?
- o ¿Conocemos que herramientas de gestión y planificación son necesarias para el desarrollo enoturístico?
- o ¿Sabemos cómo ejecutarlas?
- o ¿Conocemos qué sistemas son necesarios para impulsar el desarrollo enoturístico?
- o ¿Y los clubes de producto existentes?

Viernes, 14 de Mayo

10:00 a 12:00 hrs., 25ª Sesión.

INTRODUCCIÓN AL SEMINARIO IV.

Presentación de la metodología.

Recursos y herramientas.

MÓDULO I.

Modelos de desarrollo enoturístico.

Identificación y descripción de los principales modelos a nivel internacional y nacional.

12:00 a 12:30 hrs.

Descanso.

12:30 a 14:30 hrs., 26ª Sesión.

MÓDULO II.

El concepto "Ruta del Vino".

Definición, agentes implicados y beneficios.

MÓDULO III.

El marco metodológico de las Rutas del Vino de España. Primera parte

14:30 a 16:00 hrs.

Comida de trabajo (*networking*).

16:00 a 18:00 hrs., 27ª Sesión.

MÓDULO III (continuación).

El marco metodológico de las Rutas del Vino de España. Seguridad parte

Criterios de referencia.

18:00 a 18:30 hrs.

Descanso.

18:30 a 20:30 hrs., 28ª Sesión.

TALLER PRÁCTICO

Creando un destino enoturístico de primer nivel

Sábado, 15 de Mayo

10:00 a 12:00 hrs. 29ª Sesión.

MÓDULO IV.

Casos de éxito.

Análisis de Rutas del Vino de relevancia.

12:00 a 12:30 hrs.

Descanso.

12:30 a 14:30 hrs., 30ª Sesión.

TALLER PRÁCTICO

Promocionando un destino enoturístico.

Plan de Marketing de rutas del vino.

Conquistando al enoturista.

Experiencia enoturística vivencial.

Sábado, 22 de Mayo

Taller práctico: "Experiencia enoturística vivencial".

08:00 hrs.	Salida de Madrid.
10:15 hrs.	Llegada a la Ruta del Vino de Ribera del Duero.
10:30 hrs.	Visita a una Bodega de reconocido prestigio para analizar de primera mano el potencial enoturístico del mismo (Abadía Retuerta, Finca Torremilanos, Arzuaga, o similar...). Presentación de su proyecto enoturístico.
.	.
	Jornada de trabajo con los responsables del Área de Enoturismo de la Bodega.
13:00 hrs.	Visita guiada a Peñafiel – Cuna de la Ribera del Duero.
14:15 hrs.	Comida típica en Restaurante especializado. Entrantes, Lechazo, Postres, maridado con vinos Ribera del Duero.
16:15 hrs.	Charla coloquio del grupo: Análisis de la experiencia enoturística.
17:00 hrs.	Visita al Museo del Vino de Peñafiel.
18:45 hrs.	Viaje de regreso a Madrid.
20:45 hrs.	Llegada prevista a Madrid.

LECTURAS RECOMENDADAS

- **Guía del turismo del vino en España 2010.**
ISBN: 978-84-9776-968-6
ANAYA, S.A., EDICIONES GENERALES
- **El turismo del vino: otra experiencia de ocio**
Luis Vicente Elías Pastor
Bilbao : Universidad de Deusto, 2006. ISBN 84-9830-030-4
- **Manual de Producto Rutas del Vino de España.**
TURESPAÑA y ACEVIN.
- **WINERY DESIGN**
Christian Datz - Christof Kullmann
ISBN:3-8327-9106-x -- Año edición: 2006
- **WINERIES - BODEGAS**
Architecture & Design - Arquitectura y diseño
Hans Hartje & Jeanlou Perrier
Editorial: H Kliczkowski
ISBN: 84-96241-78-5 Año edición: 2004

DIRECCIONES Y RECURSOS DE INTERNET

1. Organización Mundial del Turismo (OMT).
<http://www.world-tourism.org/>
2. Rutas del Vino de España.
<http://www.spain.info/TourSpain/Rutas+Vino/>
<http://www.wineroutesofspain.com/>
3. Rutas del Vino de Argentina.
<http://www.argentina.gov.ar/argen>
4. Intermediarios.
<http://www.enodestino.com/>
<http://www.enoviajes.com/>
<http://www.turismodevino.com/>
<http://www.rutasdevino.com/>
5. Marketing news.
<http://www.marketingnews.es>
6. Blogs y foros de enoturismo.
[http://dinamizaasesores.wordpress.com.](http://dinamizaasesores.wordpress.com)
<http://www.enoturismo.be/>
<http://www.turismo20.com/group/enoturismo/forum>

MÉTODO I|Art

Los diferentes programas del I|Art tienen una estructura modular. A través de este sistema el alumno puede acceder a una formación específica sobre una materia concreta (Seminario) o cursar un programa completo sobre un área de conocimiento (Laboratorio).

Esto permite que cada estudiante, de forma individual, elabore su propio perfil académico en función de sus necesidades y expectativas (elección libre de materias – modelo anglosajón).

En este caso, el *Laboratorio Experiencial de Enoturismo: Claves de éxito para la gestión del Turismo del Vino*, constituido por 60 horas lectivas, está formado por los siguientes seminarios:

- **GUIATUR:** *Guías turísticos de bodegas*, constituido por un total de 24 horas lectivas.
- **DIRGES:** *Dirección y gestión enoturística de la bodega*, constituido por un total de 12 horas lectivas.
- **MKTENO:** *Marketing enoturístico eficaz*, constituido por un total de 12 horas lectivas.
- **GESENO:** *Gestores enoturísticos*, constituido por un total de 12 horas lectivas.

A los seminarios se suman las comidas de trabajo (7,5 horas) y la jornada de “Experiencia enoturística vivencial (6 horas).

MODALIDADES FORMATIVAS

Programa disponible únicamente en “Modalidad Presencial”.

CERTIFICADOS y DIPLOMAS

Este programa da lugar a "Certificado de Asistencia" o a "Certificado de Aprovechamiento".

Para poder optar al "Certificado de Asistencia" es necesario:

- Una asistencia mínima al 80%, no aceptándose justificación alguna para las ausencias.
- La entrega, antes del tercer día de clase, bien al Profesor, bien a la Secretaría del I|Art, de la "Ficha de Alumno", correctamente cumplimentada.

Para poder optar al "Certificado de Aprovechamiento" es necesario:

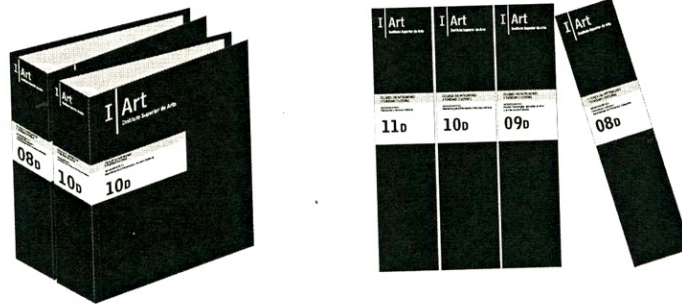
- Una asistencia mínima al 80%, no aceptándose justificación alguna para las ausencias.
- La entrega, antes del tercer día de clase, bien al Profesor, bien a la Secretaría del I|Art, de la "Ficha de Alumno", correctamente cumplimentada.
- La superación de los trabajos o pruebas establecidos por el Cuadro Docente, variable en función del Grado o Nivel del Curso.

En todo caso, los gastos de expedición están incluidos en el precio del curso.

Los Certificados y Diplomas se expiden a la finalización del Curso correspondiente previa solicitud expresa realizada por el ALUMNO a través del formulario correspondiente de la sección "Alumni" de www.iart.es

Para más detalles y requisitos, se recomienda consultar la "Normativa de Evaluación" del I|Art y el punto "Solicitud de Certificados, Diplomas y Títulos" de la sección "Alumni" de www.iart.es

DOCUMENTACIÓN – MATERIAL PEDAGÓGICO



El material pedagógico constituye una de las propuestas de valor y uno de los elementos diferenciales más destacados e importantes de la formación impartida en el I|Art.

Está elaborado por profesores altamente cualificados (ver Equipo Docente) y supervisado por un Consejo Asesor dirigido por la Jefatura de Estudios y la propia Dirección del I|Art.

Este material está conformado por:

- "Notas Técnicas", de elaboración propia.
- "Documentos adicionales", de elaboración propia o externa.

Todo el material pedagógico se pone a disposición del alumno en un área privada alojada en www.iart.es, a la que el alumno accede mediante usuario y contraseña. Una vez en ella, el alumno podrá descargar el material y trabajarlo off line.

El material pedagógico del I|Art es un material multiformato:

- Formato digital: las "Notas Técnicas" (y los "Documentos adicionales") se encuentran alojadas, en formato PDF, en el área privada correspondiente, a la que el alumno accede a través de "usuario" y "contraseña".
- Formato papel: las "Notas Técnicas" (y los "Documentos adicionales") pueden imprimirse y almacenarse en los archivadores correspondientes dando lugar a un "Manual" (el alumno puede adquirir los archivadores a través de la Librería de www.iart.es o personalmente en la Secretaría del I|Art).

En su conjunto, el material pedagógico del Curso tiene un doble valor:

- Desde un punto de vista estático, es una excelente obra de consulta.
- Desde un punto de vista dinámico, es un completo programa de trabajo.

El número de "Notas Técnicas" y de "Documentos adicionales" es equivalente al número de Sesiones. Puede consultar ejemplares de muestra en la Secretaría del I|Art.

PLAZOS Y FORMALIZACIÓN DE LA MATRÍCULA

El plazo de matrícula finaliza cuando se cubran las plazas de cada uno de los Seminarios o del Laboratorio. Los grupos se completarán por riguroso orden de formalización de la matrícula.

La matrícula se abona en un solo plazo o en un máximo de 2 plazos. En el caso de acogerse a la modalidad de pago fraccionado:

- El primer pago deberá realizarse mediante tarjeta (de crédito o de débito); mediante transferencia bancaria o mediante ingreso en efectivo en cualquier sucursal del Grupo Banco Santander (CC: 0049 – 1182 – 38 – 2010376912); o mediante pago en metálico en la Secretaría del Instituto. En tanto que fecha, el primer pago podrá realizarse en cualquier momento del año.
- El segundo pago deberá realizarse mediante la misma opción de pago que la utilizada para abonar el primer pago. En tanto que fecha, el segundo pago se realizará 30 días después del primer pago o, como muy tarde, el primer día de clase.

La falta de asistencia del alumno a una o más clases del Laboratorio o Seminario no lo exime del pago del Laboratorio o Seminario completo. El importe abonado en concepto de matrícula no será devuelto, salvo por la no convocatoria del curso.

Para ingresos desde fuera de España:

- Código IBAN: ES66 0049 – 1182 – 38 – 2010376912
- Código SWIFT: BSCHEM33

Para “Becas y Descuentos”, consultar la sección correspondiente de www.iart.es

NOTA

Es intención de la Dirección del **Instituto Superior de Arte** que los cambios o modificaciones de horarios o ponentes sobre esta planificación sean los mínimos posibles. En caso de cambios, los alumnos recibirán con la mayor antelación posible una nota de la Dirección comunicándoles el cambio producido y el motivo del mismo.

La Dirección del **Instituto Superior de Arte** se reserva el derecho a alterar esta programación, modificar el contenido del curso o cambiar profesores, siempre que lo aconseje el mejor cumplimiento de los objetivos docentes o cuando circunstancias imponderables lo requieran.

El **Instituto Superior de Arte** acogerá las sugerencias de los alumnos que considere de interés para el perfeccionamiento de los cursos y demás actividades que se organicen.

BECAS

Para este Laboratorio se han establecido un máximo de 6 Becas de 50% del coste total de Matrícula o 3 Becas del 100% del coste total de Matrícula que se otorgarán en función del perfil profesional y curricular de los solicitantes. Para ello, deberán enviar una carta de presentación y motivación junto con su currículum a la dirección becas@iart.es indicando claramente "Laboratorio Experiencial de Enoturismo. Solicitud Beca".

El plazo de presentación de becas finalizará el viernes 19 de Marzo a las 22 horas y serán comunicadas por correo electrónico el viernes 26 de Marzo antes de las 14 horas. Los beneficiarios de la beca podrán matricularse hasta el miércoles 31 de Marzo a las 22 horas (en caso de no hacerlo, su beca se asignará a otro beneficiario).

INFORMACIÓN DEL CURSO

■ **Duración:**

GUIATUR. <i>Guías turísticos de bodegas:</i>	9, 10, 16 y 17 de Abril.
DIRGES. <i>Dirección y gestión enoturística de la bodega:</i>	23 y 24 de Abril.
MKTENO. <i>Marketing enoturístico eficaz:</i>	7 y 8 de Mayo.
GESENO. <i>Gestores enoturísticos:</i>	14 y 15 de Mayo.
<i>Experiencia enoturística vivencial:</i>	22 de Mayo.

■ **Nº horas:** 73,5 (lectivas: 60; comidas de trabajo y *networking*: 7,5; experienciales: 6).

■ **Horario:** Viernes de 10:00 a 20:30 hrs. y Sábados, de 10 a 14:30.

■ **Precios:**

- General: un pago de 2.510 € o dos pagos de 1.255 €.
- Antiguos Alumnos (descuento del 20%): un pago de 2.008 € o dos pagos de 1.004 €.
- Miembros de instituciones y empresas colaboradoras del I|Art (Instituto de Empresa, Banco Santander, Christie's...), (descuento del 10%): un pago de 2.259 € o dos pagos de 1.129,50 €.
- Alumnos becados: un pago de 1.255 €.

En el precio de Matrícula están incluidas las Comidas de Trabajo señaladas en el programa.

En el precio de Matrícula está incluido el Taller "experiencia enoturística vivencial" del día 24 de Abril.

Si desea matricularse a través de Internet, pulse [aquí](#).

Si desea más información de este programa, pulse [aquí](#).