

Guía del participante

Este documento recoge información importante para todas aquellas personas que quieran formar parte del programa Academia VIVID. Para más información, ponte en contacto con nosotros a través de los medios indicados en nuestra página oficial <https://academia.vividrural.com/>

Conocimientos y competencias adquiridas

Participar en el programa formativo Academia VIVID te ayudará a desarrollar una serie de competencias que harán mejorar tu perfil profesional:

-Tendrás la experiencia de **generar y gestionar un proyecto** completo, para lo que deberás tener en cuenta objetivos, planificación y recursos disponibles.

-Habrás materializado estos proyectos en una serie de **nuevas marcas de vino**, que serán desarrolladas **de forma profesional**. Para ello, seguirás un **enfoque centrado totalmente en el usuario final**, y contarás con las herramientas para comprender el proceso de lanzamiento al mercado.

-Trabajarás de forma constante e intensa para adquirir un abanico de **competencias transversales** relacionadas con la gestión de proyectos y el trabajo en equipo: **liderazgo, manejo de la creatividad, habilidades comunicativas, resolución de conflictos** o capacidad de **planificación**, entre otras.

-Te integrarás en una **red de profesionales asentados en el sector**, como los colaboradores expertos que impartirán los diferentes talleres; además de conocer a toda una serie de **talentos de gran proyección**, que compartirán contigo la formación.

-Formarás parte de la **red de VIVID**, el nuevo laboratorio de innovación rural en torno al vino, la viticultura y la despoblación en San Martín de Unx. Un entorno de constante generación de oportunidades y conexión de agentes y proyectos.

Planificación de las sesiones

Este apartado muestra la planificación de la formación Academia VIVID. Todas las sesiones serán presenciales, y tendrán una duración de 4 horas. A estas sesiones se le debe agregar el trabajo autónomo necesario para alcanzar los objetivos semanales.

Presentación oficial

Evento de apertura de Academia VIVID, contextualización del proyecto y toma de contacto con los espacios VIVID.

18 marzo

Desarrollo de proyecto 1

“Sesión de autoconocimiento”

Sesión inicial de autoconocimiento, cohesión de equipo, y presentación de la metodología.

19 marzo

Taller 360° 1

Pilar García-Granero

Introducción a la metodología de cata, y presentación de nuevas tendencias en la elaboración de vinos.

25 marzo

Desarrollo de proyecto 2

“Orientación al mercado”

Formación de los equipos y presentación del reto. Primer acercamiento a los perfiles de usuario objetivo.

26 marzo

Taller 360° 2

Pilar García-Granero

Profundización en las tendencias de vinos singulares y conocimiento de un proyecto real.

1 abril

Desarrollo de proyecto 3

“Conociendo a nuestro usuario”

Profundización en el estudio del perfil de usuario, con datos obtenidos de forma práctica. Extracción de conclusiones.

2 abril

Taller 360° 3

Gonzalo Celayeta

Conocimiento de los vinos que servirán de punto de partida para la generación de las nuevas marcas.

8 abril

Desarrollo de proyecto 4

“Ideación de una propuesta atractiva”

Jornada creativa en torno a una serie de dinámicas de ideación en equipo para comenzar a plantear conceptos.

9 abril

Taller 360° 4

Julián Palacios

Interpretación del origen de nuestros vinos: paraje, condiciones del paisaje y sus implicaciones.

13 abril

Taller 360° 5

María Abete

Prueba y evaluación de diferentes alternativas de vinos que encajen con el desarrollo de nuestras propuestas.

22 abril

Taller 360° 6

María Abete

Decisión de la alternativa escogida, perfeccionamiento y embotellado final de los vinos.

29 abril

Taller 360° 7

Augusto Cressatti

Conocimiento sobre marcas y decisiones de packaging, primera inspiración para aplicar a las botellas.

6 mayo

Desarrollo de proyecto 9

Hacia una experiencia de cata

Generación de una experiencia de cata singular para la presentación de las diferentes marcas de vino.

13 mayo

Desarrollo de proyecto 5

“Construcción de las propuestas”

Segunda jornada de ideación en equipo, conectando ideas y conceptos, alcanzando propuestas sólidas y coherentes.

14 abril

Desarrollo de proyecto 6

“Desarrollo de alternativas”

Planteamiento de diferentes alternativas para cada propuesta desarrollada, y evaluación de las mismas.

23 abril

Desarrollo de proyecto 7

“Comunicación de nuestro vino”

Generación de un discurso que contemple precio, propuesta de valor y argumentos de diferenciación de cada vino.

30 abril

Desarrollo de proyecto 8

“Generando y trasladando nuestra idea”

Desarrollo y bocetaje de una idea de packaging aplicable a la marca de vino, y traslado a un equipo de diseño.

7 mayo

Taller 360° 8

Joaquín Gálvez “Wineman”

Evaluación del avance de los proyectos, feedback experto y reenfoque de los elementos que lo requieran.

14 mayo

Taller 360° 9

Jose Luis Díez

Conocimiento de los diferentes canales de comercialización, y búsqueda de un lugar donde exponer cada vino.

20 mayo

Desarrollo de proyecto 10

“Profesionalizando nuestra marca”

Finalización de trabajo pendiente y potenciamiento de las propuestas a través de los medios digitales.

21 mayo

Desarrollo de proyecto 11

“Profesionalizando nuestra marca”

Finalización de trabajo pendiente y potenciamiento de las propuestas a través de los medios digitales.

27 mayo

Desarrollo de proyecto 12

“Profesionalizando nuestra marca”

Finalización de trabajo pendiente y potenciamiento de las propuestas a través de los medios digitales.

28 mayo

Cierre oficial

Evento final con la presentación de los diferentes proyectos, cata y valoración de las distintas marcas generadas.

4 junio