

Guia docent de l'assignatura "Gastronomia i Enologia"

I. IDENTIFICACIÓ

- ✓ **Nom de l'assignatura:** Gastronomia i Enologia
- ✓ **Codi:** 103779
- ✓ **Titulació:** Grau Direcció Hotelera
- ✓ **Curs acadèmic:** 2016-2017
- ✓ **Tipus d'assignatura:** Optativa
- ✓ **Crèdits ECTS (hores):** 6 (150 hores)
- ✓ **Període d'impartició:** Primer semestre
- ✓ **Idioma en que s'imparteix:** català/castellà
- ✓ **Professorat:** José Luis Garcia Victorino/ Najat Tort González

II. PRESENTACIÓ

L'assignatura pretén fer una aproximació al coneixement enogastronòmic amb l'objectiu essencial d'ajudar a comprendre a l'alumne el paper que té l'enologia i la gastronomia en l'activitat turística.

En primer lloc s'introdueix als alumnes del Graduat en Direcció Hotelera en els estudis referents al cultiu de la vinya, processos de vinificació i gestió del celler. Així doncs, l'assignatura descriu l'estructura del procés vegetatiu de la vinya, els diferents microclimes i les diferències entre les denominacions nacionals e internacionals, el maridatge entre els diferents vins i les creacions culinàries, com s'adapten els vins a les noves tècniques, i la gestió que es du a terme dins del sector de la restauració, un celler o una important referència de vins. Addicionalment s'especifica les diferents instal·lacions, equipaments i materials i les tècniques de servei a aplicar en cada una d'aquestes modalitats.

En segon lloc, s'introdueix el concepte de gastronomia i la seva vinculació amb la cultura, les tradicions i el territori. S'analitzarà el fenomen de la gastronomia i con aquesta s'ha desenvolupat com una de les principals activitats d'oci en l'actualitat. Els continguts d'aquesta assignatura permetran al futur graduat disposar d'unes eines i coneixements bàsics per al desenvolupament de la seva activitat professional, atès que en l'àmbit del turisme, la gastronomia i l'enologia s'han convertit en elements diferenciadors per a la promoció de les destinacions.

III. OBJECTIUS FORMATIUS, COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES I RESULTATS DE L'APRENTATGE

OBJECTIUS FORMATIUS

A final de curs l'alumne/a haurà de/d':

1. Conèixer els aspectes enològics i gastronòmics generals
2. Conèixer la vinculació entre gastronomia, enologia i cultura.
3. Conèixer les principals polítiques de promoció gastronòmica
4. Conèixer les característiques dels règims de qualitat dels productes alimentaris (DO, DOP, IGP, ETG)
5. Conèixer les motivacions gastronòmiques.
6. Identificar els diferents tipus de raïm i processos de vinificació.
7. Les influències del clima i del terra en el procés vegetatiu de la vinya.
8. Gestionar les compres i la possible creació d'un celler.
9. Saber promocionar i gestionar la carta de vins.
10. Obtenir els coneixements bàsics per el maridatge del vins i ofertes culinàries.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES I RESULTATS D'APRENTATGE

1. Desenvolupar la capacitat d'identificar les característiques de les diferents vinificacions.
2. Capacitat de visionar el celler de sala com a part integrant en el *merchandising* i ofertes dins l'àrea de restauració.
3. Capacitat d'entendre la importància d'un professional dintre d'aquet apartat.
4. Introducció al tast professional de diferents vins i denominacions nacionals e internacionals.
5. Demostrar que és capaç de maridar de forma adequada els vins amb les diferents tècniques culinàries.
6. Conèixer e identificar les diferents cristalleries i noves tendències en quant el format de les copes, ampolles i sàpiguen identificar la informació proporcionada per les etiquetes.
7. Conèixer i reconèixer la gastronomia com experiència
8. Identificar els tipus de gastronomia i consumidors
9. Conèixer les noves formes de promoció i màrqueting en gastronomia

IV. COMPETÈNCIES TRANSVERSALS

CT1 - Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge de forma autònoma

CT4 - Emprar les tècniques de comunicació a tots els nivells

CT6 - Capacitat per buscar informació rellevant de manera eficient.

C11 - Gestionar i organitzar el temps

CT12 – Treball en equip

CT13 - Planificar i gestionar activitats sobre la base de la qualitat i la sostenibilitat.

CT16 - Analitzar, sintetitzar i avaluar la informació

CT17 - Aplicar els coneixements a la pràctica

V. TEMARI I CONTINGUTS

ENOLOGIA:

1. La Planta.
 - a. Estudi de la Planta.
 - b. Estudi dels diferents tipus de varietat.
 - c. Cicle vegetatiu de la Planta. La Verema.
2. La climatologia i el "Terroir".
 - a. Influència en els tipus de terreny
 - b. Influència del Clima
3. Estudi de les Vinificacions.
 - a. Les Fermentacions i vista del Celler
 - b. La vinificació dels Blancs
 - c. La vinificació del Rosats
 - d. La vinificació del Negres
 - e. La vinificació dels Escumosos
 - f. Els vins Especials
 - g. Els Destil·lats
4. Geografia Vinícola.
 - a. Espanya (Coneixement i estudi de les DO)
 - b. França (Coneixement i estudi de les AOC)
 - c. Resta d'Europa

- d. Americà i vins el Nou Mon (Sud-àfrica, Nova Zelanda, Austràlia)
5. Estudi del Celler
- a. Merchandasing
 - b. Acomodament del Celler Central
 - c. Celler de dia i Armaris Conservadors
 - d. La Carta de Vins
 - e. Estudi dels diferents establiments
 - f. Elaboracions de Cartes de Vins
 - g. Gestió del Celler
 - h. Diferents tipus de compra
 - i. Diferents polítiques de stocks
 - j. Els preus dels vins

GASTRONOMIA

1. Gastronomia i conceptes introductoris

- a. Gastronomy, Food, Culinary
- b. El valor de la gastronomia dins la societat
- c. La gastronomia com a motivació

2. Gastronomia i cultura

- a. Patrimoni gastronòmic
- b. Cultura, religió i gastronomia
- c. Autenticitat, tradició i gastronomia local

3. Gastronomia i territori

- a. Cuines i tradicions gastronòmiques al món
- b. Gastronomia i globalització

4. Oferta lúdicogastronòmica

- a. Festes, fires i esdeveniments
- b. Rutes

- c. Museus
- g. Gastrohotels
- c. Tallers
- d. Visita a productors
- e. Restaurants

5. Gastronomia, qualitat i noves tendències de consum

- a. DOP, ETG, IGP
- b. Slowfood vs. Fastfood
- b. Vegetarians, vegans, crudívors, crudivegans, etc.

6. Gastronomia i màrqueting

- a. La gastronomia com a eina de promoció
- b. Principals estratègies en màrqueting

7. L'experiència gastronòmica

- a. Satisfacció i expectatives
- b. Perfils de consumidor (gourmets, foodies, aventurers...)

8. Polítiques europees en matèria gastronòmica

- a. Catalunya Regió Europea de la Gastronomia

VI. BIBLIOGRAFIA RECOMANADA

ENOLOGIA

- CALLEC, CHRISTIAN. LA ENCICLOPEDIA DEL VINO. Editorial libsa, Madrid, 2002
- MUÑOZ RAMOS, JOAN; AVILA GRANADOS, JESÚS. TODOS LOS VINOS DEL MUNDO. Editorial Planeta
- BOURGUIGNON, PH. L'ACCORD PARFAIT. Editorial Hachette, 1997
- MUÑOZ RAMOS, JOAN. ENCICLOPEDIA DE LOS ALCOHOLES. Editorial Planeta
- PEYNNAUD, E. ENOLOGIA PRACTICA. Editorial Mundi Prensa, 1993
- RUIZ HERNANDEZ. LA CATA Y EL CONOCIMIENTO DE LOS VINOS. Editorial A. Madrid Vicente, 1995

GASTRONOMIA

- Flavián, C et al. (2011) *Turismo gastronómico : estrategias de marketing y experiencias de éxito*, Prensas Universitarias de Zaragoza, Zaragoza.

- Hall, M., & Sharples, L. (2003). *Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets*, Elsevier, Oxford
- Hjalager, A.-M., & Richards, G. (2002). *Tourism and gastronomy*. London, Routledge.
- OECD. (2012). *Food and the Tourism Experience: The OECD-Korea Workshop*. Paris: OECD Studies on Tourism.
- Schlüter, R. (2008). "La gastronomía como atractivo turístico y factor de desarrollo. El caso de Tomás Jofré". *Serie de Estudios sobre Turismo*
- Tresserras, J., Medina, X. (2007) *Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el mediterráneo*, Ibertur, Barcelona

VII. METODOLOGIES DOCENTS

L'assignatura té tres dinàmiques de funcionament paral·leles:

a) Metodologia de la part teòrica de l'assignatura

Explicació a classe de les diferents parts del temari mitjançant classe magistral al llarg de les setze setmanes lectives de l'assignatura. Les classes comptaran amb suport audiovisual (presentacions en *Power Point*).

b) Metodologia de la part pràctica de l'assignatura

Al llarg del curs es proposarà la realització de diversos exercicis pràctics, relacionats amb la part teòrica de l'assignatura, es començaran a l'aula i si cal hauran de ser finalitzades fora de l'horari de classe. Les pràctiques comporten el lliurament d'un document en format digital per a avaluació.

c) Metodologia del funcionament del Campus Virtual

La plataforma del Campus Virtual s'emprarà com a complement d'informació i mitjà de comunicació alternatiu a l'aula entre alumnes i professor. Al Campus Virtual hi haurà material complementari a la teoria en format digital, enllaços a pàgines web, el programa de l'assignatura, així com les pràctiques (que també s'hauran de lliurar a través del Campus Virtual) i les qualificacions.

VIII. AVALUACIÓ

L'avaluació d'aquesta assignatura és la següent.

La nota final serà el resultat de la mitjana aritmètica entre la nota obtinguda a cada un dels dos blocs en que es divideix l'assignatura (50% Enologia i 50% Gastronomia). És necessari aprovar els dos blocs per separat amb una nota mínima de 5 en cadascun d'ells.

L'alumne disposa de tres alternatives, per ser avaluat.

- A) AVALUACIÓ CONTINUA:** Per cadascuna de les parts 35% exercicis + 65% prova de consolidació final (últim dia lectiu de cada part).

El sistema d'avaluació s'organitza mitjançant la realització i lliurament dels exercicis planificats i proves d'avaluació continua; valor global del 35% sobre la nota final, més una prova d'avaluació continua final d'interrelació i comprensió dels temes i conceptes treballats (valor del 65% sobre la nota final)

Tots els exercicis han de ser realitzats i lliurats en els terminis establerts que es donaran a conèixer a través del campus virtual amb el seu percentatge d'incidència sobre el total previst del 35%. En cas contrari es consideraran no lliurats. Les proves d'avaluació consisteixen en activitats autònomes, pràctiques, comprensió de textos individuals, treballs de grup i/o individuals.

Els alumnes que no superin l'assignatura, mitjançant l'avaluació contínua, passaran a ser avaluats pel sistema d'avaluació única, no tenint en compte cap de les notes obtingudes amb anterioritat.

- **CONDICIÓ SINE QUA NON PER SUPERAR L'AVAUACIÓ CONTINUA:** per poder computar els percentatges establerts de cada una de les parts a la nota final, caldrà una nota mínima de 5/10 en totes elles.

- B) AVALUACIÓ ÚNICA:** 100 % Examen final (tota la matèria).

Dia i hora establerts, segons calendari acadèmic, a la Programació Oficial del Centre (EUTDH).

Hi haurà un únic tipus d'examen final, no havent diferència entre els alumnes que no hagin superat satisfactòriament l'avaluació continua i aquells que no l'hagin seguit.

C) RE-AVALUACIÓ:

Dia i hora establerts, segons calendari acadèmic, a la Programació Oficial del Centre (EUTDH).

Adreçada als alumnes que a l'avaluació final hagin obtingut una nota igual o superior a 4 i menor de 5, es podran presentar a la re-avaluació. La qualificació màxima d'aquesta re-avaluació no superarà el 5 com a nota final.

IX. ORGANITZACIÓ DEL TEMPS DE DEDICACIÓ DE L'ESTUDIANT

ENOLOGIA

Tipus	Activitat	Hores	ECTS	RESULTATS D'APRENTATGE
Activitats dirigides	Classes teòriques	45	1,8	CT1
Activitats supervisades	Tutories	10	0,4	CT4
Activitats autònomes	Elaboració de treballs	15	0,6	CT6, CT11, CT12, CT13, CT16
	Estudi i lectura de materials	5	0,2	CT6, CT11, CT12, CT13, CT16
TOTAL		75	3	

GASTRONOMIA

Tipus	Activitat	Hores	ECTS	RESULTATS D'APRENTATGE
Activitats dirigides	Classes teòriques	45	3,37	CT1
Activitats supervisades	Tutories	10	0,75	CT4
Activitats autònomes	Elaboració de treballs	15	1,12	CT6, CT11, CT12, CT13, CT16, CT17
	Estudi i lectura de materials	10	0,75	CT6, CT11, CT12, CT13, CT16, CT17
TOTAL		80	6	

X. TEMPORALITZACIÓ DE LA DOCÈNCIA

SETMANA	TEMA	MÈTODE	HORES
1	1. La Planta	Classe magistral+treball pràctic	3
2	2. Climatologia i Terroir	Classe magistral+treball pràctic	3
3	3. Processos de Vinificació	Classe magistral+treball pràctic	3
4	3. Processos de Vinificació	Classe magistral+treball pràctic	3
5	4. Geografia Vinicola	Classe magistral+treball pràctic	3
6	4. Geografia Vinicola	Classe magistral+treball pràctic	3
7	5. Estudi del Celler	Classe magistral+treball pràctic	3
8	1. Gastronomia i conceptes introductoris	Classe magistral+treball pràctic	3
9	2. Gastronomia i cultura	Classe magistral+treball pràctic	3
10	3. Gastronomia i territori	Classe magistral+treball pràctic	3
11	4. Oferta lúdicogastronòmica	Classe magistral+treball pràctic	3
12	5. Gastronomia, qualitat i noves tendències de consum	Classe magistral+treball pràctic	3
13	6. Gastronomia i màrqueting	Classe magistral+treball pràctic	3
14	7. L'experiència gastronòmica	Classe magistral+treball pràctic	3
15	8. Polítiques europees en matèria gastronòmica	Classe magistral+treball pràctic	3

XI. EMPRENEDORIA I INNOVACIÓ

Aquesta matèria ha de potenciar la disposició a proposar noves solucions als problemes plantejats (creativitat) i a saber planificar les accions perquè les solucions escollides és portin a terme, definint i quantificant els recursos necessaris.

Creativitat

La creativitat té relació amb la capacitat per generar idees noves i viables, que influeixin en la manera de fer negocis. Implica l'adquisició de la capacitat per crear nous productes, serveis o procediments.  s pot definir com la capacitat d'abordar situacions de manera original dins d'un context determinat i respondre-hi satisfactòriament. En aquesta assignatura, es plantegen diverses activitats pràctiques, que permeten a l'alumne detectar i generar oportunitats i solucions a problemes coneguts i familiaritzar-se amb els instruments i tècniques de generació d'idees. Per fer-ho s'utilitzen tècniques de treball individual i en grup. Entre els criteris d'avaluació d'aquestes activitats s'inclou la consecució d'aquesta competència.

Esperit emprenedor

Els emprenedors són les persones que adopten idees noves, les promouen i localitzen els recursos necessaris. La competència és pot definir com la capacitat de realitzar projectes per iniciativa pròpia, comproment determinats recursos per a aprofitar una oportunitat, assumint els riscos implícits, mostrar iniciativa, analitzant oportunitats i assumint les conseqüencies. Durant el desenvolupament, l'estudiant ha de realitzar un projecte de planificació d'una carta de vins. Es valoren, a l'avaluació, les idees de futur, aix  com la realització d'an lisis d'oportunitats dins d'una situació determinada.

Innovació

Els innovadors contribueixen a la introducció d'una novetat en una organització, mitjançant la modificació dels processos o productes per la consecució d'un objectiu positiu per a l'organització.  s dona una resposta a necessitats organitzatives, modificant o introduint elements nous en els processos i els resultats. Aix  mateix, en l'àmbit del treball de crear una carta de vins, es promou i valora especialment la capacitat de disseny de nous productes o ofertes i l'aportació de noves solucions i innovacions organitzatives, a més de la incorporació de noves tecnologies, tant en logística com en organització.