

Gastronomía y enología

Código: 101188
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2500894 Turismo	OT	4	0

Contacto

Nombre: Roger Calaf Ferre
Correo electrónico: Roger.Calaf@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: inglés (eng)
Algún grupo íntegramente en inglés: Sí
Algún grupo íntegramente en catalán: No
Algún grupo íntegramente en español: No

Prerequisitos

No hay prerequisites

Objetivos y contextualización

Con esta asignatura se pretende aportar una reflexión en profundidad sobre la gastronomía y la enología y la importancia que tiene actualmente en el sector turístico.

Los objetivos de la asignatura están basados en lograr los conocimientos gastronómicos y enológicos existentes a nuestro país, así como las principales técnicas para dinamizar la cultura gastronómica y enológica como atractivo turístico.

Competencias

- Aplicar las herramientas de las tecnologías de la información y de la comunicación (programas de gestión de reservas, paquetes de gestión de agencias de viajes, programas de gestión hotelera, etc.) a los ámbitos de gestión, planificación y productos del sector turístico.
- Aplicar los conceptos relacionados con los productos y empresas turísticas (económico-financiero, recursos humanos, política comercial, mercados, operativo y estratégico) en los diferentes ámbitos del sector.
- Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
- Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.
- Planificar y gestionar actividades en base a la calidad y sostenibilidad.
- Tener orientación de servicio al cliente.
- Tener visión de negocio, captar las necesidades del cliente y avanzarse a los posibles cambios del entorno.
- Trabajo en grupo.

Resultados de aprendizaje

1. Aplicar los programas de gestión en el subsector de la hostelería.
2. Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.

3. Identificar y distinguir las características diferenciales de los ámbitos relacionados con la hostelería dentro del sector turístico.
4. Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.
5. Planificar y gestionar actividades en base a la calidad y sostenibilidad.
6. Tener orientación de servicio al cliente.
7. Tener visión de negocio, captar las necesidades del cliente y avanzarse a los posibles cambios del entorno.
8. Trabajo en grupo.

Contenido

1. CONCEPTOS ENOLÓGICOS INTRODUCTORIOS

Geografía vitivinícola en Catalunya, variedades principales de uva, efectos de la climatología y el terroir.

2. EL PROCESO DE VINIFICACIÓN

Vendimia, maceración, fermentación, filtrado, crianza, embotellado y maceración carbónica.

3. VINIFICACIONES NO COMUNES Y OTROS PROCESOS DE ELABORACIÓN DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS

Elaboración de espumosos, método champenoise, elaboración de vinos dulces naturales, fortificación, chaptalización, destilación, diferentes formas de crianza.

4. VITICULTURA

Ciclo de la vida, métodos de poda, sistemas de conducción, optimización de la exposición solar y resultados sobre el patrimonio paisajístico.

5. ANÁLISIS ORGANOLÉPTICO

Conceptos vinculados a la cata, técnica de cata, significado de las diferentes características organolépticas, evolución temporal del vino y tiempos de crianza.

6. CREACIÓN Y MECANISMO DE TRANSMISIÓN DEL GUSTO

Mecanismos *inter*-generacionales e *intra*-generacionales de transmisión del gusto, *habitus*, gusto de necesidad. Fases para la puesta en valor de un producto turístico enogastronómico.

7. CULTURA Y TERRITORIO

Revisión de los conceptos vinculantes entre cultura e idiosincrasia territorial: Religión; Clase, status social; Nación, pueblo, grupo; Género (Endococina y exococina); Edad.

8 PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS CON DOP E IGP EN CATALUNYA

Repaso y cata de los diferentes productos agroalimentarios denominados con IGP o DOP en Catalunya. En esta sesión se omiten las DO vitícolas por haber sido tratadas en el tema 1.

9. TENDENCIAS GASTRONÓMICAS

Estudio de las tendencias gastronómicas actuales, repaso de las que se expanden, aproximación a posibles tendencias futuras.

10. PRINCIPALES DESTINOS ENOGASTRONÓMICOS MUNDIALES

Localización y caracterización de los principales destinos enogastronómicos en el ámbito internacional. Revisión concreta de los destinos designados por la UNESCO como patrimonio cultural de la humanidad.

Metodología

- Clases magistrales donde el profesor comentará la materia, que previamente el alumno habrá trabajado, y resolverá algunos casos prácticos.
- Exposición en grupo de partes del temario que el alumno habrá preparado coordinadamente con el profesor.
- Presentación de un trabajo asignado por el profesor.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases teóricas	45	1,8	1, 3, 5, 6
Estudio	25	1	1, 2, 3, 6, 7
Presentación casos prácticos	5	0,2	1, 3, 5, 6, 7, 8
Tutoría	12	0,48	2, 5, 7
Tipo: Supervisadas			
Resolución de casos prácticos	15	0,6	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
Tipo: Autónomas			
Desarrollo de los casos prácticos	15	0,6	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
Elaboración de proyectos	30	1,2	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8

Evaluación

Evaluación continua: El sistema de evaluación se organiza en módulos distribuidos en trabajos individuales o en grupo, en la presentación y evaluación conjunta de estos trabajos y exámenes.

Sistemas y técnicas de evaluación previstas:

- Realización de trabajos y ejercicios con un peso global del 30%
- Pruebas escritas, con un peso global del 70%

Evaluación estándar: Deberán aprobarse por separado las dos partes de la asignatura con un 5.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Estudio y promoción mediante RRSS para la puesta en valor de una destinación enogastonomica	30%	1	0,04	1, 2, 3, 4, 6, 7, 8
Examen Enología	35%	1	0,04	1, 2, 3, 5, 7

Bibliografía

Alonso, A., & O'Neil, M. (2009). Wine tourism in Spain: the case of three wine regions. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*(57), 405-420.

Bourdieu, P. (2002). *La Distinción: Criterio y bases sociales del gusto*. México D.F.: Taurus.

Charters, S., & Ali-Kngiht, J. (2002). Who is the wine tourist? *Tourism Management*, 7(2), 311-319.

Fischler, C. (1995). *El (h)omnívoro*. Barcelona: Anagrama.

Getz, D. (2000). *Explore Wine tourism, management, development and destinations*. New York: Cognizant communication corporation.

Medina, F., & Tresserras, J. (2008). Turismo enológico y rutas del vino en Catalunya. Análisis de casos: D.O. Penedès, D.O.Q. Priorat, D.O. Montsant. *Pasos revista de Turismo y Patrimonio Cultural*(6), 493-509.