

Gastronomia i enologia

Codi: 101188

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2500894 Turisme	OT	4	0

La metodologia docent i l'avaluació proposades a la guia poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

Professor/a de contacte

Nom: Roger Calaf Ferre

Correu electrònic: Roger.Calaf@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: anglès (eng)

Grup íntegre en anglès: Sí

Grup íntegre en català: No

Grup íntegre en espanyol: No

Prerequisits

No hi ha prerequisits

Objectius

Amb aquesta assignatura es pretén aportar una reflexió en profunditat sobre la gastronomia i l'enologia i la importància que té actualment en el sector turístic.

Els objectius de l'assignatura estan basats a aconseguir els coneixements gastronòmics i enològics existents al nostre país, així com les principals tècniques per dinamitzar la cultura gastronòmica i enològica com a atractiu turístic.

Competències

- Aplicar els conceptes relacionats amb els productes i empreses turístiques (econòmic i financer, recursos humans, política comercial, mercats, operatiu i estratègic) en els diferents àmbits del sector.
- Aplicar les eines de les tecnologies de la informació i de la comunicació (programes de gestió de reserves, paquets de gestió d'agències de viatges, programes de gestió hotelera, etc.) als àmbits de gestió, planificació i productes del sector turístic.
- Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge autònom.
- Manejar les tècniques de comunicació a tots els nivells.
- Planificar i gestionar activitats partint de la qualitat i la sostenibilitat.
- Tenir orientació de servei al client.
- Tenir visió de negoci, captar les necessitats del client i avançar-se als possibles canvis de l'entorn.
- Treball en grup.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar els programes de gestió al subsector de l'hostaleria.
2. Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge autònom.

3. Identificar i distingir les característiques diferencials dels àmbits relacionats amb l'hostaleria dins del sector turístic.
4. Manejar les tècniques de comunicació a tots els nivells.
5. Planificar i gestionar activitats partint de la qualitat i la sostenibilitat.
6. Tenir orientació de servei al client.
7. Tenir visió de negoci, captar les necessitats del client i avançar-se als possibles canvis de l'entorn.
8. Treball en grup.

Continguts

1. CONCEPTES ENOLÒGICS INTRODUCTORIS

Geografia vitivinícola a Catalunya, varietats principals de raïm, efectes de la climatologia i el terrer.

2. EL PROCÉS DE VINIFICACIÓ

Verema, maceració, fermentació, filtrat, criança, embotellat i maceració carbònica.

3. VINIFICACIONS NO COMUNS I ALTRES PROCESSOS D'ELABORACIÓ DE BEGUES ALCOHÒLIQUES

Elaboració d'espumosos, mètode champenoise, elaboració de vins dolços naturals, fortificació, chaptalització, destil·lació, diferents formes de criança.

4. VITICULTURA

Cicle de la vinya, mètodes de poda, sistemes de conducció, optimització de l'exposició solar i resultats sobre el patrimoni paisatgístic.

5. ANÀLISI ORGANOLÈPTICA

Conceptes vinculats al tast, tècnica de tast, significat de la diferents característiques organolèptiques, evolució temporal del vi i temps de criança.

6. CREACIÓ I MECANISME DE TRANSMISSIÓ DEL GUST

Mecanismes inter-generacionals i intra-generacionals de transmissió del gust, *habitus*, gust de necessitat. Fases per a la posada en valor d'un producte turístic enogastronòmic.

7. CULTURA I TERRITORI

Revisió dels conceptes vinculants entre cultura i idiosincràsia territorial: Religió; Classe, status social; Nació, poble, grup; Gènere (Endocuina i exocuina); Edat.

8 PRODUCTES AGROALIMENTARIS AMB DOP I IGP A CATALUNYA

Repàs i tast dels diferents productes agroalimentaris denominats amb IGP o DOP a Catalunya. En aquesta sessió s'obvien les DO vinícoles per haver estat tractades en el tema 1.

9. TENDÈNCIES GASTRONÒMIQUES

Estudi de les tendències gastronòmiques actuals, repàs mitjans en els quals s'expandeixen, aproximació a possibles tendències futures.

10. PRINCIPALS DESTINACIONS ENOGASTRONÒMIQUES MUNDIALS

Localització i caracterització de les principals destinacions enogastronòmiques en l'àmbit internacional. Revisió concreta de les destinacions designades per la UNESCO com a patrimoni cultural de la humanitat.

Metodologia

- Classes magistrals on el professor comentarà la matèria, que prèviament l'alumne haurà treballat, i resoldrà alguns casos pràctics.
- Exposició en grup de parts del temari que l'alumne haurà preparat coordinadament amb el professor.
- Presentació d'un treball assignat pel professor.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes teòriques	45	1,8	1, 3, 5, 6
Presentació casos pràctics	5	0,2	1, 3, 5, 6, 7, 8
Tipus: Supervisades			
Resolució de casos pràctics	15	0,6	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
Tutories	12	0,48	2, 5, 7
Tipus: Autònomes			
Desenvolupament dels casos pràctics	15	0,6	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
Elaboració de projectes	30	1,2	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
Estudi	25	1	1, 2, 3, 6, 7

Avaluació

Avaluació contínua: El sistema d'avaluació s'organitza en mòduls distribuïts en treballs individuals o en grup, en la presentació i avaluació conjunta d'aquests treballs i exàmens.

Sistemes i tècniques d'avaluació previstes:

- Realització de treballs i exercicis amb un pes global del 30%
- Proves escrites, amb un pes global del 70%

Avaluació estàndard: S'hauran d'aprovar per separat les dues parts de l'assignatura amb un 5.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Examen Enologia	35%	1	0,04	1, 2, 3, 5, 7
Examen Gastronomia	35%	1	0,04	1, 2, 3, 4, 5, 7

Bibliografia

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.

Bruwer, J., Pratt, M., Saliba, A., & Hirche, M. (2017). Regional destination image perception of tourists within a winescape context. *Current Issues in Tourism*, 20:2, 157-177.

Scorrano, P., Fait, M., Iaia, L., Rosato, P., (2018) The image attributes of a destination: an analysis of the wine tourists' perception. *EuroMed Journal of Business*.

Programari

Prezi

Kahoot