Universitat Autònoma de Barcelona

2023/2024

Gastronomía y Enología

Código: 103779
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2502904 Dirección Hotelera	OT	4	1

Contacto

Nombre: José Luis García Victorino

Correo electrónico: joseluis.garcia@uab.cat

Idiomas de los grupos

Para consultar el idioma/es de la asignatura será necesario ir al apartado "Metodología" de la guía docente.

Equipo docente

Roger Calaf Ferre

Prerrequisitos

No son necesarios

Objetivos y contextualización

Al final del curso el alumno/a deberá de:

1. Conocer los aspectos enológicos y gastronómicos generales
2. Conocer la vinculación entre gastronomía, enología y cultural
3. Conocer las principales políticas de promoción gastronómica
4. Conocer las características de los regímenes de calidad de los productos alimentarios (DO, DOP, IGP, ETG)
5. Conocer las motivaciones gastronómicas
6. Identificar los diferentes tipos de uva y procesos de vinificación
7. Las influencias del clima y la tierra en el proceso vegetativo de la vid
8. Gestionar las compras y la posible creación de una bodega
9. Saber promocionar y gestionar la carta de vinos
10. Obtener los conocimientos básicos para el maridaje de vinos y ofertas culinarias

Competencias

- Analizar, sintetizar y evaluar la información.

- Aplicar los conceptos relaciónados con la creación y puesta en marcha, adquisición, mantenimiento y conservación de equipamientos de instalaciones hoteleras y de restauración en condiciones de sostenibilidad energética y viabilidad económica.
- Definir y aplicar los objetivos, estrategias y políticas comerciales en las empresas de hotelería y de restauración.
- Demostrar iniciativa y espíritu emprendedor en la creación y gestión de empresas, proyectos, actividades y productos de los sectores de la hotelería y de la restauración en un entorno complejo y cambiante.
- Demostrar que conoce el sistema de producción y el procedimiento operativo del servicio de restauración.
- Demostrar que conoce y entiende los principios básicos de la nutrición humana y sus repercusiones sobre la salud, así como su aplicación a la alimentación.
- Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
- Gestionar y organizar el tiempo.
- Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.
- Planificar y gestionar actividades sobre la base de la calidad y la sostenibilidad.
- Ser capaz de buscar información relevante de forma eficiente.
- Trabajar en equipo.

Resultados de aprendizaje

1. Analizar, sintetizar y evaluar la información.
2. Aplicar a toda unidad de explotación del sector de la restauración la iniciativa y el espíritu emprendedor en su creación y mejora.
3. Aplicar la política comercial en las empresas de restauración.
4. Aplicar las claves de la nutrición humana bajo criterios saludables en la elaboración y expedición de los alimentos de los establecimientos de restauración.
5. Aplicar los conocimientos teóricos y prácticos en el servicio de restauración a la gestión de las empresas.
6. Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
7. Gestionar y organizar el tiempo.
8. Identificar y aprender los criterios necesarios para seleccionar los equipamientos e instalaciones idóneos del sector de la restauración desde el punto de su viabilidad económica y energética.
9. Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.
10. Planificar y gestionar actividades sobre la base de la calidad y la sostenibilidad.
11. Ser capaz de buscar información relevante de forma eficiente.
12. Trabajar en equipo.

Contenido

ENOLOGIA

1. La Planta.

a. Estudio de la Planta.

b. Estudio de los diferentes tipos de variedad.

c. Ciclo vegetativo de la Planta. La Vendimia.

2. La climatología y el "Terroir".

a. Influencia en los tipos de terreno

b. Influencia del Clima

3. Estudio de les Vinificaciones.

a. Las Fermentaciones y vista de la Bodega

b. La vinificación de Blancos

c. La vinificación de Rosados

d. La vinificación de Negros

e. La vinificación de Espumosos

f. Los vinos Especiales

g. Los Destilados

4. Geografía Vinícola.

1. España (Conocimiento y estudio de les DO)

2. Francia (Conocimiento y estudio de las AOC)

3. Resto de Europa

4. América y vinos en el Nuevo Mundo (Suráfrica, Nueva Zelanda, Australia)

1. 1. Estudio de la Bodega
    1. Merchandasing
    2. Acomodamiento de la Bodega Central
    3. Bodega de día y Armarios Conservadores
    4. La Carta de Vinos

GASTRONOMÍA

1. 1. Gastronomía y conceptos introductorios
    1. Gastronomy, Food, Culinary
    2. El valor de la gastronomía en la sociedad
    3. La gastronomía como a motivación
    4. 2. Gastronomía i cultura
        1. Patrimonio gastronómico
        2. Cultura, religió y gastronomía
        3. Autenticidad, tradición i gastronomía local
        4. 3. Gastronomía y territorio
            1. Cocinas y tradiciones gastronómicas en el mundo
            2. Gastronomía y globalización
        5. 4. Oferta lúdico-gastronómica
            1. Fiestas, ferias y eventos i
            2. Rutas
            3. Museos

g. Gastrohoteles

1. Talleres
2. Visita a productores
3. Restaurants
4. 5. Gastronomía, calidad y nuevas tendencias de consumo
    1. DOP, ETG, IGP
    2. Slowfood vs. Fastfood
    3. Vegetarianos, veganos, crudívoros, crudiveganos, etc.
    4. 6. Gastronomía y marketing

1. La gastronomía como herramienta de promoción
2. Principales estrategias en marketing
3. 7. La experiencia gastronómica
    1. Satisfacción y expectativas
    2. Perfiles de consumidor (gourmets, foodies, aventurers...)
    3. 8. Políticas europeas en materia gastronómica

Catalunya Región Europea de la Gastronomía

Metodología

Idioma de impartición: Castellano

a) Metodología de parte teórica de la asignatura

Explicación en clas de las diferentes partes del temario mediante la clase magistral a lo largo de las dieciséis semanas lectivas de la asignatura. Las clases contarán con el soporte audiovisual (Presentaciones en *Power Point*)

b) Metodología de la parte práctica de la asignatura

A lo largo del curso se propondrá la realización de diversos ejercicios prácticos, relacionados con la parte teórica de la asignatura, se comentarán en el aula i si es necesarios finalizarán fuera del horario de clase. Las prácticas conllevan la entrega de un documento en formato digital para su evaluación.

c) Metodología del funcionamiento del Campus Virtual

La plataforma del Campus Virtual se utilizará como complemento de información y medio de comunicación alternativo del aula entre alumnos y profesor. En el Campus Virtual habrá material complementario a la teoría en formato digital, enlaces a páginas web, el programa de la asignatura, así como las prácticas (que también se deberán entregar en el Campus Virtual) y las cualificaciones.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Teóricas	39	1,56	1, 2, 5, 3, 4, 6, 9, 7, 8, 10, 11, 12
Tipo: Supervisadas			
Tutorias	10	0,4	5, 7, 8, 10, 11, 12
Tipo: Autónomas			
Elaboración de trabajos	30	1,2	1, 2, 5, 3, 4, 7, 10, 12
Estudio y lectura de material	15	0,6	1, 6, 8, 11

Evaluación

DOS OPCIONES DE EVALUACIÓN

A) CONTINUA CON PRUEBA DE EVALUACIÓN FINAL (AC):

El sistema de evaluación se organiza con la presentación de actividades autónomas (prácticas, comprensión de textos individuales, trabajos de grupo y/o individuales, exposiciones en el aula, ejercicios evaluadores -en su caso-, etc.) más la prueba final de evaluación continua de interrelación y comprensión de los temas y conceptos teóricos trabajados.

El profesor titular de la materia establecerá a principio de curso la relación de actividades a realizar, fechas y periodicidad de la entrega, evaluaciones, etc. con el porcentaje de incidencia sobre la nota final de todos los contenidos objeto de evaluación continua, así como el correspondiente al de la prueba final de evaluación continua.

Para poder seguir correctamente este sistema de evaluación continua se requiere un mínimo del 80% de entregas de las actividades y tareas encomendadas en la periodicidad establecida por el profesor antes de la prueba final de evaluación continua.

Los alumnos que no superen la asignatura, mediante la evaluación continua, pasarán a ser evaluados por el sistema de evaluación única, no teniendo en cuenta ninguna de las notas obtenidas con anterioridad.

B) EVALUACIÓN ÚNICA:Examen final (toda la materia).

Día y hora establecidos, según calendario académico, en la Programación Oficial del Centro.

Alumnos que no hayan seguido la evaluación continua con opción de presentarse al examen final(previa petición de evaluación única a gestión académica en los períodos que el calendario académico-administrativo indique):

Deberán entregar antes de la fecha de este examen, las actividades, tareas o trabajos correspondientes dentro de los períodos que se establezcan.

El calendario de entrega, contenidos y otras informaciones al respecto, se publicarán en el Campus Virtual de la asignatura.

Actividades entregadas 30%

Examen Final 70%

Nota.- Para poder aplicar estos porcentajes será necesario obtener una calificación mínima de un 4 sobre 10 en cada parte.

RE-EVALUACIÓN:

Sólo alumnos que en la evaluación final hayan obtenido una nota igual o superior a 3,5 y menor de 5. La calificación de esta re-evaluación no superará el 5 como nota final.

Modalidad de examen a definir por el profesorado de la asignatura.

Día y hora establecidos, según calendario académico, en la Programación Oficial del Centro.

Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Actividades aula	15%	17	0,68	2, 5, 3, 4, 6, 7
Caso Práctico	15%	17	0,68	1, 2, 5, 3, 4, 7, 8, 10, 12
Presentaciones	20%	20	0,8	1, 2, 5, 3, 4, 6, 9, 8, 11, 12
prueba evaluación	50%	2	0,08	1, 2, 5, 3, 4, 6, 9, 7, 8, 10, 11, 12

Bibliografía

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

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

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

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

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

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

Medina, Francesc Xavier, & Tresserras, Jordi (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, Johan, Pratt, Marlene, Saliba, Anthony, & Hirche, Martin (2017). Regional destination image perception of tourists within a winescape context. *Current Issues in Tourism*, 20:2, 157-177.

Scorrano, Paola, Fait, Monica, Iaia, Lea, Rosato, Pierfelice, (2018) The image attributes of a destination: an analysis of thewine tourists' perception. *EuroMed Journal of Business*.

Dixit, Saurabh Kumar (2021). *The Roudledge handbook of gastronomic tourism*. New:York: Roudledge.

Software

No hay