

CARRERA DE SOMMELLERIE

TITULO QUE OTORGA

Técnico Superior en Sommellerie con Orientación en Comercialización.

FUNDAMENTOS (POR QUE)

La industria vitivinícola sigue procesando una importante transformación, tanto en el área vitícola como enológica, la cual, inexorablemente trajo aparejado un mejoramiento ostensible de la calidad del Vino. Esta transformación se sigue trasladando cada vez con más fuerza al ámbito cultural, donde el Vino ya despierta otras miradas. La sociedad ha cambiado, y el ámbito de la gastronomía no ha quedado ajeno a ello.

El consumidor, cada vez más calificado, se torna más exigente, y en este contexto, el Vino necesita de un nexo, un eslabón, que intermedie entre el productor de Vinos y el consumidor final. Para esto, cobra vital importancia la figura del Sommelier.

FUNDAMENTOS (PARA QUE)

Objetivos Cognitivos

El alumno contará con una formación que le permitirá combinar conocimientos: Vitícolas – Enológicos – Cata - Regiones vitivinícolas del mundo - Otras bebidas - Productos gourmet – Servicio – Oratoria - Ceremonial aplicado - Idioma técnico con el fin de poder cubrir las demandas de los consumidores y productores, como así también, conocer el Marketing especializado y la comercialización de Vinos y Bebidas.

Objetivos Procedimentales

Incorporación de métodos, técnicas, herramientas y procedimientos, para una más eficiente gestión en el mercado laboral.

Objetivos Actitudinales

Formación de futuros profesionales en el arte de la Sommellerie, con valores éticos de respeto y pasión por el Vino y quienes lo disfrutan, y actitudes en su comportamiento, coherentes con dichos valores, capaces de generar mejoras, cambios y difusión de la actividad gastronómica y vitivinícola.

COMPETENCIA DEL TITULO

El título de Sommelier, habilita para insertarse en los cuadros de Sommeliers dentro del ámbito gastronómico. Su orientación en comercialización le permitirá además desarrollar las competencias y habilidades para trabajar en bodegas, distribuidoras, vinotecas y empresas de bebidas; cumpliendo tareas de asesoramiento o desempeñándose en las áreas de venta y/o comercialización.

Armar estrategias y portfolios de productos según las necesidades de los diferentes mercados.

Formar parte del staff de divulgadores especializados, participando con la producción de artículos, entrevistas y publicaciones gráficas y / o electrónicas.

El título de Técnico Superior en Sommellerie orientado en comercialización, acredita para el desempeño de las tareas correspondientes a la gestión, servicio y comercialización de Vinos, Bebidas y Productos Gourmet, entre otros.

CARGA HORARIA TOTAL DE LA CARRERA

Primer año	En horas cátedra	560	En horas reloj	373
Segundo año	En horas cátedra	640	En horas reloj	427
Tercer año	En horas cátedra	1.200	En horas reloj	800
Total General	En horas cátedra	2.400	En horas reloj	1.600

SECUENCIA ORGANIZATIVA DEL PLAN DE ESTUDIOS

ESPACIOS CURRICULARES	Tipo de Unidad	Duración		Horas Alumno			
		Cuatrimstral	Horas cátedras DOCENTE	Horas Clase Semanales	Tr. Autónomo Tr. Campo	Práctica Profesionalizane	Horas Cátedra Total
PRIMER AÑO							
Primer Cuatrimestre							
Fundamentos de Viticultura y Enología	M	x	5	5	Tr. A 40		120
Introducción A la Degustación	M	x	5	5			80
Geografía Vitivinícola de Argentina	M	x	5	5			80
Carga horaria total del cuatrimestre: En horas cátedra: 280 En horas reloj: 187							
Segundo Cuatrimestre							
Servicio I	M	x	5	5	Tr. C 40		120
Enología	M	x	5	5			80
Degustación Aplicada	M	x	5	5			80
Carga horaria total del cuatrimestre: En horas cátedra: 280 En horas reloj: 187							
Carga horaria total final anual: En horas cátedra: 560 En horas reloj: 373							
SEGUNDO AÑO							
Primer Cuatrimestre							
Servicio II	M	x	5	5	Tr. C 40		120
Inglés	M	x	2	2			32
Introducción al Marketing	M	x	3	3			48
Geografía Vitivinícola del Viejo Mundo	M	x	5	5			80
Carga horaria total del cuatrimestre: En horas cátedra: 280 En horas reloj: 187							
Segundo Cuatrimestre							
Ética y Deontología Profesional	M	x	2	2			32
Sommellerie	M	x	5	5	Tr. C 40		120
Geografía Vitivinícola del Nuevo Mundo	M	x	5	5			80
Bebidas Espirituosas y Licores	M	x	3	3			48
Práctica Profesionalizante I	P					80	80
Carga horaria total del cuatrimestre: En horas cátedra: 360 En horas reloj: 240							
Carga horaria total anual: En horas cátedra: 640 En horas reloj: 427							

TERCER AÑO							
Primer Cuatrimestre							
Trabajo Final Integrador	P	x	2		Tr. A 112		112
Tendencias Enológicas	M	x	3	3			48
Cata Comercial I	M	x	5	5			80
Gestión y Organización Comercial Vitivinícola	M	x	5	5			80
Marketing y Comercialización de Vinos y Bebidas I	M	x	3	3			48
Práctica Profesionalizante II	P				Tr. C 48	240	288
Carga horaria total del cuatrimestre: En horas cátedra: 656 En horas reloj: 437							
Segundo cuatrimestre							
Práctica Profesionalizante III	P				Tr. C 48	240	288
Productos Gourmet	M	x	5	5			80
Cata Comercial II	M	x	5	5			80
Comercio Exterior de Vinos	M	x	3	3			48
Marketing y Comercialización de Vinos y Bebidas II	M	x	3	3			48
Carga horaria total del cuatrimestre: En horas cátedra: 544 En horas reloj: 363							
Carga horaria: total final anual: En horas cátedra: 1200 En horas reloj: 800							
Carga horaria total : En horas cátedra: 2400 En horas reloj: 1600							

RESUMEN CARGA HORARIA TOTAL DE LA CARRERA

Primer año	En horas cátedra	560	En horas reloj	373
Segundo año	En horas cátedra	640	En horas reloj	427
Tercer año	En horas cátedra	1.200	En horas reloj	800
Total General	En horas cátedra	2.400	En horas reloj	1.600

RESUMEN CARGA HORARIA POR AREAS

AREA	HS. CATEDRA	H. RELOJ
GENERAL	264 11 %	176
FUNDAMENTO	568 23.66 %	379
TECNICA ESPECIFICA	800 33.33 %	533
PRÁCTICA PROFESIONALIZANTE	768 32%	512
TOTAL	2.400 100%	1.600

DESCRIPCION DE LOS ESPACIOS CURRICULARES

Fundamentos de Viticultura y Enología:

Objetivos:

Que los alumnos:

- Conozcan los aspectos básicos de la planta de la vid.
- Entiendan la interacción entre la cepa, el entorno y el hombre y su impacto en la calidad de los vinos.
- Generen reconocimiento y respeto por el trabajo del hombre en la viña.
- Entiendan la enología como ciencia y arte.
- Conozcan la materia prima del vino: El mosto de uva y la microbiología involucrada en los fenómenos biológicos de la vinificación.

Contenidos mínimos:

La vid: Clasificación. Principales características. Ciclo de maduración de la vid. Constitución del racimo de uva. Variedades más importantes. Análisis sensorial de la uva. Factores que inciden en la calidad y cantidad de la uva. Las denominaciones de origen argentinas. El trabajo anual en la viña. Acciones del hombre sobre la cepa, el clima y el suelo. Resumen de las últimas cosechas.

La enología: Definición. Evolución de la enología. El Vino: Definición, clasificación. Panorama vitivinícola mundial. Ubicación de la Argentina en el contexto mundial. Composición química del mosto. Correcciones de los mostos. El anhídrido sulfuroso. Las levaduras. Las bacterias lácticas. Los fenómenos biológicos de la vinificación. La fermentación alcohólica de los azúcares del mosto de uva. Fermentación alcohólica de los aminoácidos. Fermentación maloláctica.

Introducción a la Degustación:

Objetivos:

Que los alumnos:

- Conozcan la fisiología básica de nuestro sensorio.
- Automaticen cada una de las etapas de la degustación.
- Agudicen sus percepciones sensoriales.
- Reconozcan sus potencialidades y límites sensoriales.
- Reconozcan los distintos atributos sensoriales del Vino.
- Conozcan los distintos aspectos de la degustación (entorno, fisiológicos, emocionales, etc.).
- Identifiquen sensorialmente los distintos perfiles de los vinos varietales y / o genéricos.
- Internalicen y generen respeto por el Vino a través de la cata.

Contenidos mínimos:

Algunas definiciones de cata. Vocabulario general. Diferencias entre gusto y sabor, entre aroma y sabor, entre ácido y agrio. El comportamiento de los sentidos. Los umbrales. La atención y la memoria. Metodología de la cata. La copa normalizada de degustación. El análisis visual. El análisis olfativo. El análisis gustativo. La astringencia. El tanino. La estructura de los Vinos. Evolución de aromas y sabores en el post-gusto. Pruebas sensoriales: Umbrales gustativos y táctiles. Vocabulario específico de la degustación. Inconvenientes de la cata. El catador y los agentes externos e internos. Distintos tipos, estilos y categorías del Vino. Los principales ejes de la calidad del Vino. Motivos para decantar. Aspectos físicos de la temperatura de los Vinos. Los apuntes de cata. Cata a ciegas. Evaluación de calidad.

Geografía Vitivinícola Argentina:

Objetivos:

Que los alumnos:

- Comprendan los factores que determinarán la calidad de los Vinos argentinos.
- Analicen la realidad argentina vitivinícola, su producción, consumo y regiones.
- Promuevan el estudio y la apreciación del Vino en general con especial énfasis en la realidad regional y nacional.

Contenidos mínimos:

Panorama vitivinícola mundial. Introducción. Ubicación geográfica de la Argentina. Relieve e hidrografía. Visión global de las regiones de Argentina. Tendencias de la vitivinicultura argentina. Ubicación de la Argentina en el contexto mundial. La Argentina y sus regiones vitivinícolas: Valles Calchaquies; Valles de Catamarca; Valles de La Rioja; Valles de San Juan; Mendoza y sus cinco regiones, Valles de la Patagonia. Otras regiones menores. Las potenciales regiones vitivinícolas del país.

Servicio I:**Objetivos:**

Que los alumnos:

- Comprendan la organización de un servicio de excelencia.
- Clasifiquen las principales empresas del sector de la restauración.
- Identifiquen cada una de las posiciones de trabajo.
- Comprendan e internalicen las responsabilidades y obligaciones de cada uno de los roles y funciones del personal involucrado.
- Aprendan el correcto procedimiento para el servicio del Vino.
- Comprendan las normas básicas de atención al cliente y el valor del mismo.
- Entiendan y puedan manejar el lenguaje verbal y no-verbal.
- Conozcan las técnicas de la imagen personal.

Contenidos mínimos:

Historia de la restauración. Clasificación de las empresas que forman parte del sector. Restauración Colectiva y Comercial. Concepto de servicio. Características del servicio. Calidad y excelencia en el servicio. Fundamentos del servicio. El servicio como profesión. Expectativas del cliente. Tratamiento y tipología de clientes. Normas de atención al cliente. Manejo de quejas. Accidentes en el servicio. Organigramas, Brigadas de Trabajo y funciones del personal de cocina y salón. Características y atributos del personal de Servicio. Imagen Personal. Normas generales de Protocolo. Relación cocina-salón. Sistemas de propinas. Reglas básicas de seguridad en gastronomía. Contaminación cruzada. Uso de productos de químicos y de limpieza. Uso correcto de la bandeja.

"Mise en place" del Sommelier. Temperaturas adecuadas de Vinos. Las copas. Secuencias correctas de servicio. Servicio de "Vinos Tranquilos y Espumantes" paso a paso. Utilidades del decantador. Decantación. Trasvasado. Materiales y técnica.

Enología:**Objetivos:**

Que los alumnos:

- Entiendan la problemática de la vinificación y sus distintos métodos; conservación y añejamiento de los "Vinos Tranquilos, Espumosos y Fortificados".
- Conozcan los principales insumos enológicos: Barrica, botella, corcho y cápsula: tipos y funciones.

Contenidos mínimos:

La vinificación. Análisis de tenor azucarino. Control sanitario de la uva que ingresa a la bodega. Operaciones comunes a todas las vinificaciones. Sistema tradicional de vinificación en "Tinto, Blanco y Rosado". Vinificaciones especiales. Fenómenos físicos que se producen en la transformación del mosto en Vino. Composición del Vino. Cuidados del "Vino Nuevo". Correcciones de los Vinos. Las alteraciones de los Vinos. Crianza y añejamiento de los Vinos. La barrica de roble. Fenómenos que ocurren dentro de la barrica. La botella de vidrio. El corcho. La cápsula. Los "Vinos Espumantes". Champagne. Sistema de elaboración tradicional. Sistema Charmat. Categorías comerciales. Asti espumante, Vinos gasificados, frizantes y espumosos frutados. Los "Vinos Generosos". La destilación de los Vinos. El Vino y la salud. Elaboración de "Vino Casero": Pautas y procedimientos sugeridos por el Instituto Nacional de Vitivinicultura. Como prepara los assemblages el catador: Teoría de la mezcla.

Degustación Aplicada:

Objetivos:

Que los alumnos:

- Perciban a través de distintos ensayos sensoriales los principales componentes del Vino.
- Perciban a través de distintos ensayos sensoriales las diferencias entre Vinos normales y defectuosos.
- Aprecien las características dominantes de los principales Vinos varietales.

Contenidos mínimos:

Los gustos básicos: Su identificación. Umbrales. El perfil sensorial de cada degustador. La acidez y el dulzor en el vino. Las percepciones de textura. La astringencia y la salobridad. La pungencia, el frío, el calor, el ardor. Los aromas primarios, secundarios y terciarios.

Los sentidos utilizados en la cata: Influencia de la vista y el olfato en el gusto. Los principales defectos esperables de encontrar en los Vinos. Los cepajes nobles y su tipicidad varietal.

Servicio II:

Objetivos:

Que los alumnos:

- Conozcan los estilos de servicio utilizados en la restauración y las técnicas de servicio de calidad.
- Comprendan la importancia del planeamiento del menú como así también el buen funcionamiento del bar y su servicio.

Contenidos mínimos:

La carta y el menú. Clasificación de menús. Composición del menú: Métodos de preparación. Objetivos. Procedimientos para la planeación del menú. El menú y el servicio. Tipos de menú. Normas y criterios de diseño de cartas. Conceptos básicos de cocina y apreciación gastronómica, métodos de cocción. Glosario gastronómico. Características del bar. Servicio de bar. Equipamiento de la barra. Clasificación de la cristalería. Bebidas fundamentales de la barra.

Estación de trabajo y "Mise en place" del bar. Coctelería básica. Métodos de preparación de cocktails. Recetario de tragos clásicos. Confección de la carta de bebidas. Costeo de tragos. Estilos de Servicio. Funciones a realizar en la puesta a punto. "Mise en place". Briefing o Charla Pre-Servicio. Montaje de Mesas. Desayuno, desayuno de trabajo, servicio de café, coffe break, servicio de té, brunch, almuerzo de trabajo, vino de honor - cocktails, recepción, buffet, cena protocolar - Sobremesa o "après diner", etc. Uso de la bandeja. Transporte de platos. Acciones de Post-Servicio.

Inglés:

Objetivos:

Que los alumnos:

- Usen formas de salutación y presentación acordes al nivel de formalidad de la situación.
- Brinden información personal y sobre otros.
- Se desenvuelvan en situaciones sociales sencillas.
- Comprendan conversaciones básicas angloparlantes. Se refieran a experiencias y a eventos que ocurrieron en un pasado reciente.
- Apliquen los conocimientos básicos del idioma para una correcta pronunciación de una etiqueta o denominación de origen de habla inglesa, como así también una correcta interpretación de texto.

Contenidos mínimos:

Presente Simple y Continuo. Pasado Simple y Continuo. Formas Perifrásticas Futuras. Fórmulas de uso social. Expresiones de cantidad.

Presente Perfecto Simple y Continuo. Comparativos y superlativos. Fórmulas escritas de uso social. Verbos Auxiliares de Modalidad.

Introducción al Marketing:

Objetivos:

Que los alumnos:

- Comprendan las bases del marketing.
- Relacionen la teoría con aspectos, funciones y roles del ámbito de la Sommellerie.

Contenidos mínimos:

Panorama general de marketing. Principales herramientas. Marketing estratégico. El plan básico de marketing. Los distintos canales de venta y procesos de gestión de los mismos. Análisis de la competencia. El mercado argentino: Categorías. El Vino argentino en el contexto mundial; como diferenciamos. Potencialidad competitiva del Vino argentino.

Geografía Vitivinícola del Viejo Mundo:

Objetivos:

Que los alumnos:

- Entiendan el porqué de las diferencias de características y perfiles de los Vinos en función de los aspectos agroclimáticos de las regiones vitivinícolas del viejo mundo.
- Conozcan los antecedentes históricos que expliquen el porqué de los distintos estilos de Vinos de los países del viejo mundo.

Contenidos mínimos:

Regiones vitivinícolas de España:

Principales denominaciones de origen. Aspectos históricos, agronómicos y productivos. Principales bodegas y Vinos característicos.

Regiones vitivinícolas de Italia:

Principales denominaciones de origen. Aspectos históricos, agronómicos y productivos Principales bodegas y Vinos característicos.

Geografía Vitivinícola de Francia:

Principales denominaciones de origen: Alsacia, Jura, Saboya, Valle de Loire, Champagne, Borgoña, Burdeos, Provenza y Ródano, Sudoeste y Languedoc-Rosellon. Aspectos históricos, agronómicos y productivos. Principales bodegas y Vinos característicos.

Regiones Vitivinícolas de Portugal.

Regiones Vitivinícolas de Alemania, Europa Occidental y Europa Oriental.

Ética y Deontología Profesional:

Objetivos:

Que los alumnos:

- Relacionen la problemática ética en general, con los avatares de la ética profesional.
- Adopten una reflexión crítica sobre la razonabilidad de la acción humana, desde un acceso al hecho moral.
- Conozcan los problemas éticos que plantea la práctica profesional del Sommelier a través del estudio de casos.

Contenidos mínimos:

La problemática constitutiva de la ética. Diferentes conceptualizaciones. Ética, moral y deontología: Características, fundamentos y diferencias. La dimensión normativa de la ética profesional. Herramientas deontológicas: Origen y construcción de la moral. Progreso histórico y progreso moral. Problemática constitutiva de la Ética. Normas: Norma moral, norma jurídica, norma social. Conceptualización. Semejanzas y diferencias. Valores. Responsabilidad moral. Determinismo y Libertad. Códigos de ética y Leyes de Ejercicio Profesional. Ética y Responsabilidad. Responsabilidad social de los profesionales. Análisis de aspectos éticos y deontológicos implicados en las diferentes prácticas de la Sommellerie. Responsabilidad social de los profesionales. Los Derechos Humanos. La ética hoy. Ética y ciencia.

Sommellerie:

Objetivos:

Que los alumnos:

- Adquieran fluidez y seguridad en su expresión oral.
- Adquieran fluidez, seguridad y desenvoltura oral y gestual cuando se desenvuelven en la conducción de degustaciones dirigidas.
- Conozcan los principios teóricos de las interacciones entre los alimentos y las bebidas.
- Adquieran los conocimientos y herramientas necesarias para organizar y conducir degustaciones de Vinos.

Contenidos mínimos:

Historia de la Sommellerie y figura del Sommelier. Roles y funciones específicas del Sommelier. El Sommelier en la actualidad. Campo laboral de la Sommellerie.

Introducción a la oratoria. Estructura y desarrollo de discursos. La degustación dirigida: Aspectos y organización. Condiciones y cualidades del orador. Preparación del orador. Obstáculos psicológicos a la comunicación. Preparación del discurso. El estilo. Las figuras retóricas. Los recursos fonéticos y visuales. El coloquio posterior.

Ventas y consultoría: Wine bar, vinotecas, supermercados. Los precios de venta: Criterios para su fijación. La cava y su administración. Organización de stock, inventario y gestión de compra. Introducción al maridaje: Principios generales. Interacciones del Vino con distintas materias primas y productos. Sugerencias de maridaje. Los fiambres y los Vinos. Las tapas y los Vinos. Las salsas y los Vinos. Los postres y los Vinos. Los quesos y los vinos.

Geografía Vitivinícola del Nuevo Mundo:

Objetivos:

Que los alumnos:

- Entiendan el porqué de las diferencias de características y perfiles de los Vinos en función de los aspectos agroclimáticos de las regiones vitivinícolas del nuevo mundo.
- Conozcan los antecedentes históricos que expliquen el porqué de los distintos estilos de Vinos de los países del nuevo mundo.

Contenidos mínimos:

Aspectos históricos, agronómicos y productivos. Principales bodegas y vinos característicos de:

Regiones vitivinícolas de Chile.

Regiones vitivinícolas de Uruguay y Brasil.

Regiones vitivinícolas de USA y Canadá.

Regiones vitivinícolas de Australia.

Regiones vitivinícolas de Nueva Zelanda.

Regiones vitivinícolas de Sudáfrica.

Otros países productores.

Bebidas Espirituosas y Licores:

Objetivos

Que los alumnos:

- Conozcan la elaboración / fabricación de distintas bebidas y su perfil organoléptico.
- Adquieran habilidad para usar bebidas destiladas en maridajes y aperitivos.
- Realicen ensayos reales de Coctelería.

Contenidos mínimos:

Whisky: Elaboración, clasificación, principales países productores.

Otros destilados: Vodka, Ron, Gin, Tequila. Aperitivos a base de Vino y aperitivos a base de alcohol. Licores. Tragos largos. Coctelería.

Práctica Profesionalizante I:

Objetivos:

Realicen una experiencia práctica en la que puedan aplicar los conocimientos teóricos adquiridos en la institución educativa incorporando las herramientas y técnicas relacionadas con su profesión. Este espacio brindará la posibilidad de que los alumnos:

- Reestructuren conocimientos.
- Identifiquen y compensen debilidades.
- Reconozcan y capitalicen fortalezas.
- Desarrollen nuevas habilidades y actitudes.
- Enriquezcan su creatividad.
- Desarrollen su sentido crítico.
- Se integren a un ámbito laboral comprendiendo la dinámica y el manejo adecuado de las relaciones interpersonales con los equipos de trabajo.
- Se desempeñen con autodisciplina, responsabilidad y actitud de servicio.

Contenidos mínimos:

Los distintos cepajes de uvas y Vinos – Su degustación en ámbitos culturales y sociales.

Trabajo Final Integrador:

Objetivos

Que los alumnos:

- Integren lo adquirido en su formación durante la carrera y demuestren que han desarrollado las competencias necesarias para ejercer su profesión.
- Desarrollen una investigación circunscripta y acotada.
- Seleccionen y demuestren un manejo básico y adecuado de la metodología y lógica de investigación según el objeto de su estudio.
- Manifiesten un uso correcto del vocabulario del campo elegido, un adecuado conocimiento de la bibliografía específica y se expresen en forma comprensible, rigurosa y fluida.

Tendencias Enológicas:

Objetivos

Que los alumnos:

- Comprendan conocimientos avanzados y específicos sobre viticultura y enología.

Contenidos mínimos

Viticultura avanzada: Viticultura de precisión. Actualización y Perfeccionamiento en: Madurez fenólica de la uva. Maceración prefermentativa en frío. Uso de enzimas. Uso de levaduras seleccionadas. La acidificación biológica. Vinificaciones especiales para Vinos Tintos. Elaboración de Vinos Blancos (Métodos para privilegiar su expresión aromática). El manejo de gases inertes en la conservación y envasado. La centrifugación y la filtración: Últimas tecnologías. Nuevos conceptos de vasijas vinarias en elaboración, conservación y añejamiento. Insumos enológicos autorizados. Nuevas tendencias de envases.

Cata Comercial I:

Objetivos

Que los alumnos:

- Apliquen criterios comerciales en la evaluación de Vinos y otras bebidas.
- Comprendan los atributos de los Vinos en las diferentes categorías comerciales.
- Identifiquen los perfiles de los consumidores de los distintos mercados para el posicionamiento de diferentes productos según sus cualidades organolépticas.

Contenidos mínimos

Cata de Vinos de diferentes estilos. Cata de Vinos de diferentes regiones vitivinícolas. Cata de Vinos por franjas de valor. Cualidades organolépticas competitivas de cada producto. Fichas técnicas y fichas comerciales.

Gestión y Organización Comercial Vitivinícola:

Objetivos

Que los alumnos:

- Conozcan las estructuras organizativas de la actividad.
- Comprendan los pasos de una gestión eficiente.
- Analicen la estructura de costos de vinos y bebidas.

Contenidos mínimos

Estructuración presupuestaria y de costeo. Precios, precios punta y márgenes. Sistema de Información. Proyección de costos. Sistemas de costos para la industria vitivinícola. Análisis del entorno organizacional. Gestión organizacional. Análisis de la cadena de valor y gestión de programas de desarrollo. Liderazgo. Manejo de recursos humanos. Gestión de las comunicaciones.

Dirección Estratégica. Desarrollo de estrategias corporativas y funcionales. La logística y distribución.

Marketing y Comercialización de Vinos y Bebidas I:

Objetivos

Que los alumnos:

- Comprendan las bases de la comercialización de Vinos y bodegas.
- Apliquen los pasos para la confección de un completo plan de marketing de un producto vínico.
- Conozcan y analicen el funcionamiento del área comercial de una bodega.

Contenidos mínimos

El plan de marketing: Su enfoque específico para vinos y/o bebidas: Estrategia, acciones, presupuesto. Investigación de mercado: Fuentes, datos cuantitativos y cualitativos. Producto. Estructura de precio. El packaging. La marca. Herramientas de marketing. El análisis FODA teórico-práctico.

Práctica Profesionalizante II:

Objetivos:

Realicen una experiencia práctica en la que puedan aplicar los conocimientos teóricos adquiridos en la institución educativa incorporando las herramientas y técnicas relacionadas con su profesión. Este espacio brindará la posibilidad de que los alumnos:

- Reestructuren conocimientos.
- Identifiquen y compensen debilidades.
- Reconozcan y capitalicen fortalezas.
- Desarrollen nuevas habilidades y actitudes.
- Enriquezcan su creatividad.
- Desarrollen su sentido crítico.
- Se integren a un ámbito laboral comprendiendo la dinámica y el manejo adecuado de las relaciones interpersonales con los equipos de trabajo.
- Se desempeñen con autodisciplina, responsabilidad y actitud de servicio.

Contenidos mínimos:

La cava y su gestión. La carta de Vinos: Estructura, diseño, materiales, estilos.

Práctica Profesionalizante III:

Objetivos:

Realicen una experiencia práctica en la que puedan aplicar los conocimientos teóricos adquiridos en la institución educativa incorporando las herramientas y técnicas relacionadas con su profesión. Este espacio brindará la posibilidad de que los alumnos:

- Reestructuren conocimientos.
- Identifiquen y compensen debilidades.
- Reconozcan y capitalicen fortalezas.
- Desarrollen nuevas habilidades y actitudes.
- Enriquezcan su creatividad.
- Desarrollen su sentido crítico.
- Se integren a un ámbito laboral comprendiendo la dinámica y el manejo adecuado de las relaciones interpersonales con los equipos de trabajo.
- Se desempeñen con autodisciplina, responsabilidad y actitud de servicio.

Contenidos mínimos:

El servicio en el restaurante. El rol del Sommelier en el restaurante; en vinotecas y en bodegas.

Productos Gourmet:

Objetivos:

Que los alumnos:

- Conozcan distintas materias primas y alimentos, su fabricación y perfil organoléptico.
- Conozcan las distintas infusiones desde la materia prima, sus procesos de elaboración y su perfil organoléptico.

Contenidos mínimos:

El queso; el chocolate; el aceite de oliva; el tabaco; el agua mineral; la cerveza; la sidra; el té; el café: sus procesos de elaboración, tipos y estilos de productos. Su análisis sensorial.

Cata Comercial II:

Objetivos:

Que los alumnos:

- Profundicen en la cata de Vinos y bebidas, oral y escrita.
- Conozcan las formas de transmisión del estilo y carácter del Vino.
- Desarrollen los distintos recursos de la oratoria para la exposición comercial.
- Identifiquen las diferentes herramientas coloquiales en función a las diferentes calidades de Vinos.

Contenidos mínimos:

La cata comercial de vinos: El público o auditorio. Relación con el auditorio. Miedo oratorio y equilibrio personal. Tipología y descripción (defensa) de los Vinos en su concepto competitivo. Lectura del consumidor / consumidor. Terminología a utilizar acorde a los diferentes perfiles de público / interlocutores.

Comercio Exterior de Vinos:

Objetivos

Que los alumnos:

- Conozcan y analicen el consumo de vinos y bebidas a nivel mundial.
- Conozcan los principales mercados vitivinícolas.
- Interpreten los diferentes tipos de consumidor.
- Conozcan el comercio internacional de bebidas.

Contenidos mínimos

Operatoria del comercio internacional. Exportaciones de vinos. Estrategias de ingreso a mercados externos. El contexto del mercado vitivinícola nacional e internacional. El consumidor y su comportamiento de compra. Argentina y su situación competitiva. Marcas y su administración a nivel mundial. Estrategias de comunicación a nivel mundial.

Marketing y Comercialización de Vinos y Bebidas II:

Objetivos

Que los alumnos:

- Comprendan las bases de la publicidad de vinos y bodegas.
- Apliquen los pasos de la venta en el ámbito de la Sommellerie.
- Conozcan y analicen el funcionamiento de una agencia de publicidad en el rubro de Vinos y bebidas.

Contenidos mínimos

Construcción de marcas Premium. Imagen de marca. Publicidad, comunicación. Posicionamiento de la marca, posicionamiento de marcas múltiples. Composición del mercado: ON TRADE / OFF TRADE. Modelo de producción: Aategorización de bodegas. Qué significa vender. Perfil del vendedor. Estrategia de distribución. Barreras legales. Venta de bebidas en supermercados, tiendas especializadas y restaurantes. Nuevas marcas en mercados competitivos. Procedimiento de venta. Cómo armar una orden de pedido. Plazos de venta según cada canal. Medios de pago. Acciones en y con el canal.

Régimen de evaluación

Las asignaturas que se detallan a continuación seguirán el régimen de ***aprobación mediante examen final***; aplicando la normativa vigente en el Reglamento Orgánico (Disposición N° 377/D.G.E.G.P/96):

- Fundamentos de Viticultura y Enología.
- Geografía Vitivinícola Argentina.
- Servicio I.
- Enología.
- Servicio II.
- Introducción al Marketing.
- Geografía Vitivinícola del Viejo Mundo.
- Sommellerie.
- Geografía Vitivinícola del Nuevo Mundo.
- Bebidas Espirituosas y Licores.
- Tendencias Enológicas.
- Gestión y Organización Comercial Vitivinícola.
- Marketing y Comercialización de Vinos y Bebidas I.
- Productos Gourmet.
- Comercio Exterior de Vinos.
- Marketing y Comercialización de Vinos y Bebidas II.

Las asignaturas que se detallan a continuación seguirán el régimen de ***aprobación sin examen final (promoción directa)***; el alumno podrá aprobar con este régimen, las siguientes asignaturas:

- Introducción a la Degustación.
- Degustación Aplicada.
- Inglés.
- Ética y Deontología Profesional.
- Cata Comercial I.
- Cata Comercial II.

Las asignaturas del área de práctica profesionalizante tendrán un régimen de aprobación sin examen final, mediante la calificación “aprobado” o “desaprobado”.

Práctica Profesionalizante

Estos espacios curriculares están conformados por diferentes metodologías de abordaje como prácticas en ámbitos simulados en la Institución, seminarios, participación en ferias y eventos, prácticas en ámbitos reales, los cuales serán dirigidos por docentes. Estos realizarán el seguimiento y evaluación del proceso de aprendizaje de los alumnos. Dichos espacios curriculares se aprobarán con el cumplimiento total de las horas asignadas y la entrega de un informe que dé cuenta de la temática y/o problemática abordada. La calificación conceptual será de Aprobado o Desaprobado. En caso de que el alumno desaprobe o no haya cumplido con la totalidad de las horas deberá cursar nuevamente dicho espacio curricular.

La finalidad de las pasantías consiste en que los estudiantes tengan la oportunidad de complementar su formación teórica, iniciarse en el ejercicio de su profesión e ingresar al ámbito laboral.

Regímenes especiales

Trabajo Final Integrador

Al finalizar la materia los alumnos presentarán su trabajo autónomo (tesina) la calificación del mismo será Aprobado o Desaprobado. En caso de reprobación tendrá dos instancias más para la presentación del mismo.

Tabla de Correlatividades:

Para poder rendir:	Deberá tener aprobado:
Enología	Fundamentos de Viticultura y Enología
Degustación Aplicada	Introducción a la Degustación
Servicio II	Servicio I
Sommellerie	Servicio II
Geografía Vitivinícola del Nuevo Mundo	Geografía Vitivinícola de Argentina
Geografía Vitivinícola del Viejo Mundo	Geografía Vitivinícola del Nuevo Mundo
Cata Comercial II	Cata Comercial I
Marketing y Comercialización de Vinos y Bebidas II	Marketing y Comercialización de Vinos y Bebidas I
Tendencias Enológicas	Enología