

Guía Docente de *Gestión de la bodega*

1. DATOS DE LA ASIGNATURA

Nombre	Gestión de la bodega				
Materia	Sistemas de servicio y atención al cliente				
Código	GGFF06				
Titulación	Grado en Ciencias Gastronómicas y Artes Culinarias				
Centro	Facultad de Ciencias Gastronómicas - Basque Culinary Center				
Tipo	Obligatoria				
Año académico	2017-2018	Curso	3 ^{er} curso	Periodo lectivo	2 ^º semestre
Itinerario	--				
Idioma	Castellano				
ECTS	5				
Horario	Consultar en Moodle.				
Aula/Taller	Consultar en Moodle.				

2. DATOS DEL PROFESORADO

Profesor	CORMAN, Dani
Profesora	GARCÍA-GRANERO, Pilar
Profesora	ZURBITU, Izaskun

3. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

3.1. Presentación

Gestión de la bodega es una asignatura que concierne al tratamiento y uso del vino y alcoholes fundamentalmente en el canal de restauración. Se compone de seis pilares fundamentales:

- La bodega: ubicación, estructura, materiales, tecnología.
- Condiciones de conservación del vino y potencial de envejecimiento.
- Gestión y supervisión de la bodega en el restaurante.
- Optimización del vino y sus usos. El caso de los vinos del Nuevo Mundo.
- Estructura y tipología de alcoholes y su cata.
- Otros canales y modelos de comercialización, marketing y venta del vino.

3.2. Objetivos

- Adquirir los conocimientos apropiados para optimizar la rentabilidad de la bodega del restaurante (conservación, servicio, rotación, envejecimiento y tácticas de venta)
- Profundizar en las técnicas y conocimientos relativos a la armonía entre platos y vinos.
- Adquirir conocimientos sobre la geografía, la producción y el perfil organoléptico de los vinos del Nuevo Mundo.
- Ampliar el conocimiento de los principales alcoholes, la legislación que los ampara y su cata
- Conocer el mundo del vino desde el punto de vista comercial
- Estudiar los potenciales canales de distribución y comercialización del vino y otras bebidas en el mundo

3.3. Conocimientos previos requeridos

No se requieren.

4. COMPETENCIAS

4.1. Competencias específicas o técnicas
C.01: Diseñar y planificar la elaboración de menú y de ofertas gastronómicas novedosas, experimentando con diferentes materias primas y/o procesos, tomando en consideración el contexto, la demanda y las expectativas de los clientes; y aplicando criterios de calidad y de seguridad laboral y alimentaria.
C.02: Identificar y valorar la aplicación de procesos innovadores en el ámbito del servicio y atención al cliente con el fin de realizar una oferta gastronómica más completa y de calidad elevada.
C.04: Identificar y aplicar herramientas y técnicas de gestión de los diferentes procesos (procesos de apoyo al servicio, procesos de producción y procesos de comercialización y marketing), atendiendo a la orientación al cliente, a la rentabilidad del negocio y a la normativa vigente.
C.06: Identificar y valorar los principales aspectos y tendencias de la cultura gastronómica tanto nacional como internacional, reconociendo posibles espacios de dicho ámbito en los que puedan realizarse cambios e innovaciones que permitan el desarrollo de nuevas ideas y/o actividades.
C.12: Utilizar de forma efectiva diferentes herramientas y medios de información/comunicación tanto para recibir y valorar información generada en torno al sector, como para generar y transmitir información relacionada con distintos aspectos del mismo, en equipos multidisciplinares e, incluso, multiculturales.
4.2. Competencias transversales
CT. 01: Planificación y organización
CT. 02: Iniciativa
CT. 04: Trabajo en equipo
CT. 05: Orientación al cliente
CT. 08: Comunicación eficiente

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS Y METODOLOGÍA DOCENTE

		Actividades formativas (%)						Total % / Actividad formativa	Evaluación propuesta (ECTS)			Total ECTS / Evaluación propuesta
		Presentación en el aula en clases participativas, de conceptos y procedimientos asociados a las materias.	Resolución de ejercicios, problemas y/o casos, individualmente y/o en equipo.	Realización de prácticas en talleres y/o laboratorios.	Desarrollo, redacción y presentación de proyectos individuales o en equipo y del trabajo final de grado individual.	Estudio y trabajo individual y/o en equipo, pruebas y exámenes.	Ponencias, jornadas, visitas a empresas.		Pruebas escritas y orales individuales para la evaluación de competencias técnicas de la materia.	Informes de realización de ejercicios y de estudio de casos, prácticas en taller y/o en laboratorio.	Capacidad técnica, implicación en el proyecto, trabajo realizado, resultados obtenidos, documentación entregada, presentación y defensa técnica.	
Resultado de aprendizaje												
RA6.01	Aprender el procedimiento de la gestión del vino: compras, recepción, almacenaje, conservación, control de stock, aplicación de precios, etc.	6,25				6,25		12,5	0,62			0,63
RA6.02	Conocer las condiciones óptimas del servicio: temperatura, servicio por copas, etc.	6,25				6,25		12,5	0,62			0,63
RA6.03	Conocer los puntos determinantes para la elaboración de una carta de vino y otras tácticas de venta	6,25		3,12		3,12		12,5	0,12		0,50	0,63
RA6.04	Conocer e identificar diferentes aguardientes y vinos internacionales.	10		5		5		20	0,5		0,5	1
RA6.05	Conocer, identificar y proponer canales y modelos de comercialización, marketing y venta del vino.	15				15		30	1,25		0,25	1,5

Mecanismos de recuperación

Se realizarán pruebas de recuperación parcial en función de las acciones evaluadoras que se realicen.

6. CONTENIDOS

6.1. Contenidos

- Estructura y tipología de los vinos y alcoholes.
- Geografía de los vinos y nuevo mundo.
- El maridaje, la carta y la bodega.
- La bodega, su estudio: ubicación, estructura, material, espacios, diseño arquitectónico, tecnología, factores humanos, etc.
- Gestión y supervisión de la bodega.
- Optimización del vino y sus usos.
- Canales y modelos de comercialización, marketing y venta del vino.
- Aspectos regulatorios de producción, conservación de otros licores y bebidas...

7. RECURSOS DIDÁCTICOS Y BIBLIOGRAFÍA

7.1. Recursos didácticos necesarios

- Aulas multifuncionales equipadas con pizarra, proyector, mobiliario adaptable para trabajo en equipo, conexiones eléctricas y conexión WiFi.
- Talleres equipados para la aplicación práctica y adquisición de competencias.
- Plataforma Moodle.
- Material docente.

7.2. Bibliografía

Bibliografía básica

JOHNSON, Hugh y Robinson, Jancis. *EL VINO ATLAS MUNDIAL*. Primera Edición en lengua española. Editado por Blume en Barcelona, año 2009. ISBN 978-84-8076-809-2.

HIDALGO Togores, José. *TRATADO DE ENOLOGÍA (Tomos I y II)*. Editado por Mundi-Prensa Libros, en Barcelona, año 2002. ISBN 84-8476-135-5

NOEL GHOSN, David. *EL VINO Y SU SERVICIO*. Editado por Anaya Multimedia en Madrid, año 2011. ISBN 978-84-4152993-9

DOMINÉ, André. *El libro del bar y de los cócteles : el mundo del alcohol y de las bebidas espirituosas*. [s.l.] : h.f. ullmann , 2009. ISBN 978-3-8331-4805-7

JACKSON, Michael. *Guía internacional del bar : aguardientes, aperitivos, combinados, licores*. Barcelona : Folio , 1981. ISBN 84-85902-28-9

WESTERLUND, Örjan. *Whisky : historia, elaboración y disfrute*. Postdam : h.f. ullmann , 2013. ISBN 978-3-8480-0456-0

HALL, C.M. *Wine marketing*. Routledge; 1 edition (November 1, 2007) ISBN 978-0750654203

Bibliografía recomendada

CENTELLES, Ferrán. *QUÉ VINO CON ESTE PATO*. Editado por editorial Planeta en 2016. ISBN 978-84-08-15955-1

JOHNSON, Hugh y Robinson, Jancis. *EL VINO ATLAS MUNDIAL*. Primera Edición en lengua española. Editado por Blume en Barcelona, año 2009. ISBN 978-84-8076-809-2.