



PROGRAMA SOMMELLERIE UNIVERSITARIO

PRESENTACIÓN

El Programa Ejecutivo de Sommelierie está dirigido a quienes deseen realizar un correcto servicio y protocolo del vino, conocer acerca de los procesos de elaboración, realizar una efectiva comunicación, y aprender acerca de la gestión administrativa y las técnicas de comercialización.

FORMACIÓN PROFESIONAL

El Sommelier Universitario contará con la formación para:

- Poner en valor la cadena de servicios gastronómicos, hoteleros y demás áreas vinculadas a la comercialización y difusión del vino, bebidas, alimentos y otras delicatessen.
- Reconocer las características sensoriales de los distintos vinos del mundo, sus cepas, denominaciones de origen y demás atributos que permitan realizar sugerencias adecuadas para su compra y consumo.
- Desarrollar labores de consultoría con énfasis en vinos, aceite de oliva, café y otros alimentos gourmet.
- Conducir degustaciones dirigidas al menos en dos idiomas.
- Producir artículos periodísticos especializados.
- Desarrollar eventos eno gastronómicos.
- Aprenderán acerca de las técnicas de venta y negociación, gestión presupuestaria y administración contable.

METODOLOGÍA

Los docentes con amplia trayectoria profesional brindarán a los participantes sólidos conceptos teóricos, y práctica por medio de la cata de vinos de diferentes características y zonas geográficas.

Se presentarán técnicas y herramientas que permitirán a los participantes aplicarlas en el análisis, desarrollo de estrategias y en planes de acción.

DURACION : 75 CLASES



PLAN DE ESTUDIOS

BLOQUE 1 INTRODUCCIÓN A CATA DE VINO, SERVICIO, MARIDAJES y ENOTURISMO

CLASE 1. LA DEGUSTACIÓN.

CLASE 2. VINOS BLANCOS.

CLASE 3. VINOS ROSADOS.

CLASE 4. VINOS TINTOS.

CLASE 5. MARIDAJE I

CLASE 6. MARIDAJE II

CLASE 7. MARIDAJE III

CLASE 8. EL SERVICIO.I

CLASE 9. EL SERVICIO II.

CLASE 10. EL SERVICIO III

CLASE 11. REGIÓN DE CUYO I.

CLASE 12. REGIÓN DE CUYO II.

CLASE 13. REGIÓN NOROESTE.

CLASE 14. REGIÓN CENTRAL.

CLASE 15. REGIÓN PATAGÓNICA.

CLASE 16. TERROIR. INTRODUCCIÓN A LA VITICULTURA.

CLASE 17. FUNDAMENTOS DE VITICULTURA.

CLASE 18. INTRODUCCIÓN A LA VINIFICACIÓN.

CLASE 19. VINIFICACIÓN.

CLASE 20. FUNDAMENTOS DE ENOLOGÍA.

CLASE 21. ENOLOGIA

CLASE 22. CHAMPAGNE. ESPUMOSOS. CAVAS. VINOS DULCES Y ESPECIALES.

CLASE 23. VINOS DEL VIEJO MUNDO. ESPAÑA.

CLASE 24. VINOS DEL VIEJO MUNDO. ITALIA.



CLASE 25. VINOS DEL VIEJO MUNDO. FRANCIA

CLASE 26. VINOS DEL VIEJO MUNDO. ALEMANIA

CLASE 27. VINOS DEL VIEJO MUNDO. PORTUGAL

CLASE 28. VINOS DEL NUEVO MUNDO. ESTADOS UNIDOS.

CLASE 29. VINOS DEL NUEVO MUNDO. CHILE . URUGUAY. BOLIVIA. BRASIL

CLASE 30. VINOS DEL NUEVO MUNDO. ESTADOS UNIDOS

CLASE 31. VINOS DEL NUEVO MUNDO. SUDAFRICA

CLASE 32. VINOS DEL NUEVO MUNDO. AUSTRALIA.

EXAMEN

BLOQUE 2 PRODUCTOS GOURMET, DESTILADOS Y MARIDAJES

CLASE 33. - INTRODUCCIÓN A LA SOMMELLERIE.

CLASE 34. -SERVICIO Y PROTOCOLO I.

CLASE 35. - SERVICIO Y PROTOCOLO II.

CLASE 36. - SERVICIO Y PROTOCOLO III.

CLASE 37. - ACUERDOS GASTRONÓMICOS I.

CLASE 38. - ACUERDOS GASTRONÓMICOS II.

CLASE 39. - ACUERDOS GASTRONÓMICOS III.

CLASE 40. - APRECIACIÓN SENSORIAL DE PRODUCTOS.

CLASE 41. - QUESOS Y EMBUTIDOS. CARACTERÍSTICAS.

CLASE 42. - CHOCOLATES. HABANOS. CARACTERÍSTICAS.

CLASE 43. - INFUSIONES. TÉ. CAFÉ.

CLASE 44. - DEGUSTACIÓN ACEITE DE OLIVA.

CLASE 45. – **EXAMEN PARCIAL.**

CLASE 46. - BEBIDAS DESTILADAS I.

CLASE 47. - BEBIDAS DESTILADAS II.

CLASE 48. - COCTELERÍA I.

CLASE 49. - COCTELERÍA II.



CLASE 50. - WHISKY. TIPOS Y CARACTERÍSTICAS.

CLASE 51. - CERVEZA. TIPOS Y CARACTERÍSTICAS.

CLASE 52. - INGLÉS VITIVINÍCOLA I.

CLASE 53. - INGLÉS VITIVINÍCOLA II.

CLASE 54. - INGLÉS VITIVINÍCOLA III.

CLASE 55. - INGLÉS VITIVINÍCOLA IV.

BLOQUE 3 COMUNICACIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN.

CLASE 56. - COMUNICACIÓN DEL VINO.

CLASE 57. - COMUNICACIÓN ENOGASTRONÓMICA.

CLASE 58. - LAS TENDENCIAS Y EL CONSUMIDOR.

CLASE 59. - CUSTOMER EXPERIENCE.

CLASE 60. - ORGANIZACIÓN DE EVENTOS I.

CLASE 61. - ORGANIZACIÓN DE EVENTOS II.

CLASE 62. - INSTANCIAS GASTRONÓMICAS EN EVENTOS.

CLASE 63. - PLAN DE PRENSA.

CLASE 64. - COMO ARMAR UN PLAN COMERCIAL.

CLASE 65. - GESTIÓN DE VENTA.

CLASE 66. - TÉCNICAS DE VENTA Y NEGOCIACIÓN I.

CLASE 67. - TÉCNICAS DE VENTA Y NEGOCIACIÓN II.

CLASE 68. - ADMINISTRACIÓN CONTABLE.

CLASE 69.- COSTOS I.

CLASE 70. - COSTOS II.

CLASE 71. - GESTIÓN PRESUPUESTARIA.

CLASE 72. - MANEJO DE CARRERA PROFESIONAL.

CLASE 73. - ORATORIA.

EVALUACIÓN FINAL.