

Carrera: Sommelier Internacional

Objetivos

- Formar a sommeliers capaces de comunicar profesionalmente las cualidades del vino.
- Obtener las herramientas específicas para el servicio de bebidas y productos gourmet.
- Desarrollar profesionales en el área de enoturismo, comercialización y comunicación del sector vitivinícola.

Perfil de los participantes

Esta carrera está dirigida a personal de bodegas de sector tanto técnico como comercial, como así también al sector gastronómico y turístico. Aquellas personas apasionadas por el vino.

Programa

Primer Año / Primer Semestre

1. Cultura del vino

Breve reseña histórica de la Vid y el Vino en el mundo. Llegada de la Vid a Argentina. Cepajes que se cultivan en Argentina. Híbridos. Concepto de Terroir. Ampelografía. Características de la Vitis Vinífera. Taxonomía de la vid. Origen de la vitivinicultura. Teorías. Historia de la elaboración. La Phylloxera. La industria del vino. Desarrollo en Argentina. Consumo en el país y el mundo. Viejo y nuevo mundo vitivinícola. El servicio del vino en Argentina y el mundo. Historia de la Sommellerie. La figura del Sommelier. Incumbencias, utilidad, inserción laboral. Campo laboral. Organismos de la Sommellerie en el mundo y Argentina.

2. Viticultura

Fisiología de la Vid. Ciclo vegetativo. Factores Externos. Prácticas culturales en viñedos.

Clima: temperatura, precipitaciones, humedad, adversidades. Suelo: profundidad, textura, estructura. Riego, potencial hídrico.

Métodos de riego: no presurizados, presurizados. Poda, objetivos y elementos de poda. Época de realización.

Sistema de conducción: Objetivo y clasificación. Enfermedades y plagas de la vid. Estrategia y medios de lucha

Ampelografía: identificación y descripción de variedades.

3. Enología

Proceso y técnicas de elaboración de un vino blanco, tinto y rosado.

Fermentación alcohólica: controles y operaciones.

Elaboración de espumantes: métodos e influencia de la elaboración en los aromas. Clasificación de espumantes. Elaboración de vinos especiales. Clasificación. Ley general de vinos.

Alteraciones del vino: defectos y quebraduras. Detección a nivel sensorial.

4. Cata

Concepto de Cata. Estímulos, interacción entre ellos. Umbrales. Aspectos psicofisiológicos de la cata. Vocabulario de cata.

Fase visual, atributos que se analizan, descripción de los colores del vino. Vinos efervescentes.

El Olfato: caracterización del aroma. Metodología de cata. Clasificación de aromas.

Sabor y tacto: sensaciones en boca. Evolución de las percepciones en boca. Armonía del vino. Equilibrio de sabores y olfatogustativos. Principales Cepajes.



WINE INSTITUTE

FORMACIÓN VITIVINÍCOLA

5. Análisis Sensorial

Análisis Sensorial de los alimentos. Concepto y objetivos del Análisis Sensorial. Función en la industria.

Organización del análisis sensorial. Tipos de Jueces y su entrenamiento (jurado o panel). Sala de degustación.

Las muestras y tipos de copas. Pruebas Sensoriales y su aplicación en vinos. Clasificación y descripción

Perfil Sensorial: armado de perfil y su uso. Sensaciones complejas. Prácticas de pruebas sensoriales.

6. Servicio del Vino

Sommellerie, origen. Actitudes del Sommelier. Reglas del servicio. Imagen corporal y gestual.

Mise en Place: elementos del servicio del vino. Pasos para servir un vino. Temperaturas de servicio. Secuencia correcta de servicio. Tipos de carta.

Elementos de un vino: Botella, tapón y cápsulas.

Cata de vinos al momento del servicio. Defectos en el vino, qué hacer al encontrarlos. Servicio en restaurant.

Primer Año / Segundo Semestre

1. Productos I: Aceite de Oliva - Quesos

Agronomía del olivo. Método de elaboración de aceite. Clasificación. Catación. Condiciones de cata. Técnica de degustación de aceites. Aromas. Principales características, atributos y defectos. Apuntes de salud. Los cultivos argentinos más importantes. Variedades. Quesos. Concepto. Composición química. Etapas del proceso de elaboración. Clasificación. Defectos en los quesos. Denominaciones de Origen. Análisis sensorial de los quesos, metodologías de cata. Maridajes.

2. Oratoria

El proceso de comunicación. Axiomas de la comunicación humana. Paul Watzlawick. Barreras y fallas en el proceso de comunicar. Comunicación eficaz. Concepto de oratoria. La oratoria moderna. Objetivos e importancia de la oratoria. El discurso. Como elaborar un discurso, sus partes y formas. Condiciones del discurso. Cómo diseñar presentaciones exitosas. Técnicas de expresión oral. Clases de público. El miedo escénico. Sistema de creencias. Técnica de reenfoque. Técnica de la imaginación. Relajación 4x4x4x4.

7. Argentina Vitivinícola

República Argentina. Características generales, clima, suelos, altitudes, terruños. Datos relevantes de la industria.

Región Noroeste: características geográficas. Valles Calchaquíes. Panorama Vitivinícola en Jujuy, Tucumán, Catamarca y Salta. Bodegas y vinos. Enoturismo de la región.

Región Cuyo: Características generales. Panorama vitivinícola en La Rioja, San Juan y Mendoza. Terruños, bodegas y vinos de la zona. Enoturismo en la región.

Región Patagónica: Características generales. Panorama vitivinícola de Neuquén, Río Negro, La Pampa y Buenos Aires. El terruño. Bodegas y Vinos. Zonas emergentes de Argentina. Bodegas de Entre Ríos, Chubut, San Luis Córdoba y Santiago del Estero. Descripción del terruño, Bodegas y Vinos.

3. Inglés Vitivinícola I

Historia del vino: orígenes. Desarrollo alrededor del mundo. Llegada a América. Orígenes de la filoxera.

Historia de la Vitivinicultura en Argentina y Mendoza: Vitivinicultura tradicional, Vitivinicultura Moderna y Reconversión. Fisiología de la vid. Descripción y función de las partes de la uva y de la vid. Uvas de mesa y para vinificación. Elaboración de vinos blancos y tintos. Equipamiento de bodega. Servicio del vino, herramientas y accesorios útiles.

Cata: Concepto, Familia de aromas de vinos blancos y tintos, Etapas y Cómo describirla/realizarla.

4. Nociones básicas de cocina

Técnicas y vocabulario gastronómico. Métodos de cocción, cortes en la cocina. Relación Chef- Sommelier. Composición de un plato y el menú. Funciones del Sommelier. Diferentes Cortes de Verduras. Cocina Argentina. Comidas regionales, platos tradicionales. Degustación.



WINE INSTITUTE

FORMACIÓN VITIVINÍCOLA

Segundo Año / Primer Semestre

1. Marketing y comercialización de vinos

Análisis del Mercado Interno. Problemática. Características de la industria. Estrategias predominantes. Evolución. Qué es el Marketing. Concepto. Marketing estratégico las 4 p. La investigación y segmentación del mercado. Criterios de segmentación. Diferenciación. Posicionamiento. Marca. Concepto. Principios del Marketing Táctico. Ciclo de vida del producto. Publicidad – comunicación. Distribución- Canales Comerciales. Precio.

2. Cata Profesional

La catación y sus componentes. Los sentidos que intervienen en la cata. Estimulo- Sensación.
Planillas de Cata: clasificación. Concursos Internacionales de vinos.
Terminología Sensorial: sensaciones visuales; tacto-olfativas y gustativas. Sensaciones complejas. El Origen de los aromas. Aroma y Bouquet. Evolución de los vinos en barricas de roble. Extracción de constituyentes de la madera. Equilibrio de aromas y sabores. Caracteres gustativos y olfativos del vino. Interacciones entre sabor y olor. Sabores básicos, origen y evolución. Descategorización de vinos y otros tipos de vinos.

3. Productos II: Cervezas – Destilados - Coctelería

Historia de la cerveza. Materia prima. Proceso de elaboración y producción. Técnicas de Cata. Estilos de cervezas. Defectos y atributos de la cerveza. Descriptores aromáticos. Maridajes con estilos de cervezas. Destilados, concepto. Historia de la destilación. Procesos y tipos de destilación, destilación simple y continua. Cata de destilados, descriptores aromáticos, caracteres positivos y negativos. Destilados reconocidos. Coctelería. Concepto de Cocktail. Bartender, función. Partes de una barra. Cocteles, herramientas, cristalería y componentes de un cocktail. Clasificación de los cocteles. Elaboración de cocteles a partir de una receta.

4. Productos III: Puros y Chocolates

Puros. Anatomía del habano. Ciclo de producción. Cultivo. Técnicas de elaboración. Estilos de presentación. Añejamiento y conservación. Características sensoriales. Servicio de un Cigar. Pasos de la cata en frío y en caliente. Chocolates. Historia del cacao. Proceso de elaboración. Calidad y tipos de chocolates. Cata y Maridaje.

5. Atlas del Vino: Viejo Mundo

Estilos de Vinos. Comercialización y Mercadeo. Superficie cultivada en el mundo. Superficie de viñedos en el mundo. Producción global de uvas. Consumo Mundial de Vino. Francia Vitivinícola. Regiones, descripción del terroir. Denominaciones de Origen. Pirámide de calidad. Italia. Regiones vitivinícolas. Denominaciones de origen. España vitivinícola. Regiones. Sistema de Denominaciones. Elaboración del Jerez. Alemania vitivinícola, Clasificaciones alemanas. Pirámide de calidad. Portugal Vitivinícola. Principales regiones. Vinos de Oporto y Madeira. Hungría, Suiza, Grecia y Austria.

Segundo Año / Segundo Semestre

1. Atlas mundial: Nuevo Mundo

Chile, Australia, Nueva Zelanda, Estados Unidos, Brasil, Uruguay, China y Sudáfrica. Regiones vitivinícolas productivas de cada país. Varietales emblemáticos. Tipos de vinos. Diferenciación. Bodegas.

2. Gastronomía y maridajes

Concepto. Objetivo-Meta. Reconocimiento de texturas y sabores. Reglas básicas y teorías del maridaje. Tipos de maridajes. Enemigos del vino. Maridajes en el mundo. Gastronomía Italiana, Española y Francesa, principales regiones y platos típicos.

3. Productos IV: Infusiones

La planta y su proceso de elaboración. Variedades, Sub variedades y Blends. Propiedades y beneficios de cada variedad. Notas de cata. Infusión. Temperaturas de infusión. Cata del té y sus maridajes.

4. Inglés Vitivinícola II

Olive Oil. Elaboration. Clasification. Tasting steps. Cheese. What is? Varieties. Tasting Cheese. The World of Beer. Types and styles. Beer elaboration stages. Spirits elaboration. Destillation process. Parts of spirits. Types. Tasting.

5. Armande de Carta y Evaluación de Proyectos

La Carta. Pasos para su elaboración y planificación. Herramientas y Categorías. Diseño de Menús y cartas; apariencia, estilo y calidad. Estrategias de neuromarketing en restaurantes. Control de costos. Tipos de Cartas. Carta de Vinos y bebidas. Criterios a tener en cuenta. Formatos de carta. Evaluación de Proyecto. Concepto de proyecto. Actividad Económica. Formulación de un proyecto, pasos a seguir, viabilidad. Etapas y tipos de proyectos. Factores productivos. Beneficios y costos. Horizonte de evaluación. Principales indicadores de rentabilidad.