

4.3 Objetivos generales relacionados.

MÓDULO FORMATIVO 3: MF1048_2

UNIDAD FORMATIVA

- a. Identificar las distintas zonas vitivinícolas y las características fundamentales de cada una de ellas.
- b. Saber Clasificar los distintos tipos de vino relacionándolos con sus procesos de elaboración.
- c. Identificarlos diferentes tipos de clientes y tipos de venta de vino más efectivas y los procedimientos para interpretar y resolver necesidades de información, reclamaciones y quejas.
- d. Desarrollar un proceso predeterminado de servicio de vinos, utilizando las técnicas más apropiadas para cada tipo y normas de servicio.
- e. Identificar los componentes del vino para poder analizar la influencia que en la degustación tienen.
- f. Realizar catas sencillas de los tipos de vinos más significativos, identificando sus características y sabores básicos, empleando el vocabulario adecuado y utilizando las fichas de cata.
- g. Calcular necesidades de aprovisionamiento externo de vinos de consumo habitual conforme a ofertas gastronómicas y expectativas de venta predeterminadas.
- h. Efectuar la recepción de los vinos para su posterior almacenaje y distribución.
- i. Describir sistemas de almacenamiento de vinos en bodega, controlar consumos y ejecutar las operaciones inherentes a su conservación.
- j. Desarrollar un proceso de aprovisionamiento interno de vinos de acuerdo con determinadas órdenes de servicio o planes de trabajo diarios, controlando en la bodeguilla o cava del día su temperatura de servicio.
- k. Definir cartas sencillas de vinos, adecuadas a diferentes ofertas gastronómicas, que resulten atractivas para clientelas potenciales y favorezcan la consecución de objetivos de venta de supuestos establecimientos.
- l. Promover el consumo responsable del vino.

4.4 Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

MF1048_2: Servicio de vinos.
Unidad Formativa 3: Servicio de vinos.

Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación
<p>Desarrollar los procesos de preservicio, servicio y postservicio de vinos, aplicando con autonomía las técnicas correspondientes en las diversas fases del proceso, acogiendo y atendiendo al cliente, realizando catas sencillas, calculando necesidades, efectuando la recepción, almacenaje y conservación de vinos, definiendo cartas sencillas, armonizando vinos y comida, teniendo en cuenta las normas de servicio responsable de alcohol y consumo de vino con moderación, consiguiendo la calidad y objetivos económicos establecidos y respetando las normas y prácticas de manipulación de alimentos y prevención de riesgos laborales y enfermedades profesionales.</p>	<ul style="list-style-type: none">a. Se han identificado los conceptos básicos de viticultura y enología.b. Se han identificado los diferentes tipos de clientes y las técnicas de venta de vinos más efectivas.c. Se ha identificado el proceso de servicio de vinos y se aplican las técnicas apropiadas a cada tipo y normas de servicio.d. Se realizan catas sencillas de los tipos de vinos que se adaptan a la oferta de comida y zona, identificando sus características, empleando el vocabulario adecuado y utilizando fichas de cata.e. Se calculan necesidades de aprovisionamiento de vino, se efectúa su recepción, almacenaje y conservación, y se ejecutan las operaciones inherentes a su conservación.f. Se realizan cartas sencillas de vinos, teniendo en cuenta su armonización con las ofertas gastronómicas y las características de los potenciales clientes.g. Se han realizado todas las operaciones teniendo en cuenta las normas que le son de aplicación.

4.5. Análisis de los contenidos (I).

Conceptuales	Procedimentales	Actitudinales
<ul style="list-style-type: none"> - Necesidad de conocer conceptos básicos de viticultura y enología. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ciclo anual de la vid. Factores de cultivo y crecimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> - Concienciación de la obligación de ofrecer a los clientes, una correcta atención basada en el conocimiento del vino, de su armonía con la oferta gastronómica y de las normas de prestación del servicio.
<ul style="list-style-type: none"> - Necesidad de analizar profundamente el mercado potencial al que el bar-cafetería dirige su oferta de vinos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Procesos de elaboración del vino. - Procedimiento de atención al cliente. - Procedimientos de cata. 	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de posibles perjuicios para el establecimiento causados por una inadecuada prestación del servicio de vinos.
<ul style="list-style-type: none"> - Necesidad de conocer las técnicas de servicio de vinos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cumplimentación de fichas de cata. - Proceso de aprovisionamiento de alimentos, bebidas y demás géneros. 	
<ul style="list-style-type: none"> - Necesidad de analizar profundamente el mercado potencial al que establecimiento dirige su oferta de vinos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Procedimiento de selección y evaluación de suministros de proveedores. 	
<ul style="list-style-type: none"> - Necesidad de conocer los distintos tipos y fases de cata. 	<ul style="list-style-type: none"> - Procedimiento de recepción y almacenamiento de vinos. 	
<ul style="list-style-type: none"> - Necesidad de describir las características organolépticas de los vinos y su vocabulario. 	<ul style="list-style-type: none"> - Libro de bodega. - Procedimiento para la elaboración de cartas de vino. 	
<ul style="list-style-type: none"> - Necesidad de conocer las principales zonas vitivinícolas de España, identificando las principales D.O. y Vinos de la Tierra. 	<ul style="list-style-type: none"> - Estructura de las cartas de vinos. 	
<ul style="list-style-type: none"> - Necesidad de conocer el ciclo de compra de vinos, su gestión y control. 		
<ul style="list-style-type: none"> - Necesidad de 		

conocer los elementos que componen las cartas de vinos.		
------------------------------------------------------------------	--	--

Análisis de los contenidos (II).

Conceptuales	Procedimentales	Actitudinales
<ul style="list-style-type: none">- La necesidad de establecer una relación directa entre contenidos y presentación de la carta de vinos con la tipología del establecimiento y sus ofertas gastronómicas.- Necesidad de reconocer la importancia del maridaje.- La necesidad de conocer las combinaciones armónicas de vinos y platos, así como de las dificultades que entrañan en determinadas ocasiones.- Necesidad de conocer los riesgos del consumo abusivo de alcohol así como la legislación vigente sobre la materia.- La necesidad de conocer los principios de moderación y consumo responsable de alcohol.- La necesidad de conocer los efectos del alcohol ocasionados por un consumo abusivo.	<ul style="list-style-type: none">- Procedimientos de armonización de vinos y ofertas gastronómicas.- Tasa de alcoholemia y límites permitidos.- Restricciones reglamentarias: venta a menores y conducción.	<ul style="list-style-type: none">- Concienciación de la obligación de ofrecer a los clientes, una correcta atención basada en el conocimiento del vino, de su armonía con la oferta gastronómica y de las normas de prestación del servicio.- Valoración de posibles perjuicios para el establecimiento causados por una inadecuada prestación del servicio de vinos.