



Fecha inicio:
23 de Mayo

Fechas:

Del 23 de Mayo al 05 de Diciembre de 2018

Modalidad:

Presencial

Tipo:

Diploma

Valor:

\$ 2.200.000

Horario

Todos los Lunes y
Miercoles 19:00 a 21:15
hrs.

Duración

100 horas cronológicas.

Lugar de realización

Centro de Extensión UC

Facultad

Facultad de Agronomía e
Ingeniería Forestal

Contacto

Paula Aramayo Chavez
paramayo@uc.cl
23544608

**Consulta pagos &
matrículas**

Josefa Andrea Castro
jocastrop@uc.cl
23546532/ 23546580

Descuentos

[Consulte por empresas en convenio](#)

10% descuento Socios La Cav

20% descuento Afiliados a Caja Los Andes.

15% Ex alumnos UC (Pregrado-Postgrados-Diplomados),funcionarios UC, profesionales de servicios públicos.

10% Grupo de tres o más personas de una misma institución, funcionarios empresas en convenio, ex alumnos-alumnos DUOC

Diplomado en Vino chileno: producción, elaboración, comercialización y degustación

Este diplomado busca que los participantes conozcan y comprendan los procesos productivos de su elaboración y los manejos que están involucrados para conseguir una alta gama en los vinos, necesarios para el manejo de los viñedos, como los utilizados en la producción, elaboración y conservación del mismo.

10% descuento Socios La Cav
20% descuento Afiliados a Caja Los Andes.

Descripción

Actualmente, Chile es el séptimo productor y cuarto exportador de vino en el mundo. En consecuencia, el vino chileno es posible adquirirlo y degustarlo tanto en el mercado nacional como en múltiples mercados del mundo. No obstante lo anterior, a nivel local, la cultura asociada a su producción, comercialización y consumo, como así también a los productos derivados de él, es escasa, siendo imperativo desarrollarla.

Esta cultura incluye conocimiento de los procesos productivos para su elaboración, su comercialización, como así también criterios para un moderado consumo del vino y para la evaluación de su calidad. Ello incluye un conocimiento de la diversidad de los vinos y el carácter propio de cada uno de ellos. En Chile, esta cultura es aún incipiente y no guarda relación con la importancia del país como productor y exportador de vinos de alta gama.

En este contexto, se busca con este diplomado que los participantes, conozcan y comprendan los procesos productivos de su elaboración y los manejos que están involucrados para conseguir una alta gama en los vinos, tanto los necesarios para el manejo de los viñedos como los utilizados en la producción, elaboración y conservación del vino. Además, es necesario que se interioricen de los procedimientos involucrados en la gestión de comercialización de los vinos.

Por otra parte, a través de talleres de evaluación sensorial, manejen conceptos teóricos y prácticos, como así también, un vocabulario pertinente, que les permitirá comunicarse con conocedores del vino o con los distintos agentes, tanto profesionales como empresariales que conforman la industria vitivinícola, chilena y mundial.

Dirigido a

A este programa de diplomado pueden postular Ingenieros Comerciales, Profesionales de áreas relacionadas al Marketing, Ingenieros Agrónomos, Enólogos, Periodistas, Comunicadores o cualquier profesional universitario, técnico o persona que demuestre experiencia en el área de la agronomía, administración, marketing o de las comunicaciones o que se desempeñan preferentemente en instituciones o empresas relacionadas con la industria del vino, en cargos ejecutivos, administrativos o comunicacionales.

Prerrequisitos

Este programa de diplomado ha sido concebido como una herramienta para todas aquellas personas que de una u otra forma están vinculadas al sector vitivinícola y que por su formación profesional o experiencia laboral previa no poseen los conocimientos necesarios para mejorar su gestión comercial o productiva. No obstante lo anterior, el diplomado no es excluyente para todo "amante" del vino que desee incrementar sus conocimientos en torno a la vid, el vino, su comercialización y su evaluación sensorial.

UC
5% Estudiantes de
postgrado otras
universidades

**Descuentos no
acumulables, y válidos
sólo al momento de la
matrícula**

Formas de pago

• "A las personas matriculadas que se retiren de la actividad antes de la fecha de inicio, se les devolverá el total pagado menos el 10% del total del arancel "

- **Documentos de postulación: Curriculum Vitae y Certificado de Título o Grado Académico.**

Objetivo de aprendizaje

- Describir y relacionar los principales componentes del ecosistema vitícola y de la producción de vino.
- Conocer y comprender los principales aspectos de la legislación, comercialización y marketing relacionados con la industria del vino.
- Desarrollar capacidades sensoriales que permitan describir un vino desde un punto de vista organoléptico.

Desglose de cursos

Curso 1: Ecosistema vitícola y producción de vinos.

Total horas: 50 horas cronológicas lectivas. | Total créditos: 10 créditos

Objetivos específicos:

- Describir y relacionar los principales componentes del ecosistema vitícola: clima, suelo, planta y manejo.
- Describir y relacionar las principales operaciones unitarias relacionadas a la producción, elaboración y conservación de vino.

Contenidos:

- Introducción: historia del vino, regiones vitivinícolas del mundo y viticultura chilena.
- La planta, morfología y principios de fisiología de la vid. Patrones, variedades y clones.
- Influencia de clima y suelo.
- Manejo de la vid. Sistemas de conducción, poda, equilibrio vegetativo/productivo. Sanidad del cultivo, plagas y enfermedades.
- El racimo de uva y su composición.
- Operaciones unitarias generales de la vinificación.
- Vinificación en blanco, tinto y rosado.
- Fermentación alcohólica, maloláctica y enfermedades de los vinos.
- Cuidados del vino nuevo.
- Clarificación y estabilización de los vinos.
- Maduración y envejecimiento.

Curso 2: Comercialización, marketing y legislación del vino.

Total horas: 25 horas cronológicas lectivas. | Total créditos: 5 créditos

Objetivos específicos:

- Conocer y comprender aspectos del marketing aplicados a la industria del vino.
- Conocer y comprender aspectos del marketing aplicados a la industria del vino.
- Conocer los principales aspectos de la legislación vitivinícola chilena y peculiaridades frente a otras legislaciones mundiales

Contenidos:

- Concepto de indicaciones de procedencia y denominación de origen.
- Legislación vitivinícola chilena.
- Mercados internos y externos.
- Modelo de negocios para la industria vitivinícola.
- Estrategias comerciales para la industria vitivinícola y el CRM como herramienta.
- Marketing: comportamiento del consumidor, estrategias del producto, estrategias distribución, estrategias de promoción, concursos de vinos y enoturismo.

Curso 3: Evaluación sensorial y maridaje del vino.

Total horas: 25 horas cronológicas lectivas. | Total créditos: 5 créditos

Objetivos específicos:

- Desarrollar capacidades sensoriales.
- Adquirir habilidades para describir un vino desde un punto de vista organoléptico.

Contenidos:

- Soluciones básicas.
- Defectos del color, olor y sabor de los vinos.
- Evaluación de vinos varietales blancos.
- Evaluación de vinos varietales tintos.
- Evaluación de vinos nacionales y extranjeros.
- Maridaje: vino y comidas.
- Vino y salud.

Equipo docente

JEFE DE PROGRAMA

Consuelo Ceppi de Lecco. Ingeniero Agrónomo, Enólogo. Profesora de la Facultad de Agronomía e Ingeniería Forestal UC. Directora de la Asociación Nacional de Ingenieros Agrónomos Enólogos de Chile.

EQUIPO DOCENTE

Carolina Arnello. Ingeniero Agrónomo, Enólogo. Enólogo de Viña Portal del Alto. Ex Presidente de la Asociación Nacional de Ingenieros Agrónomos Enólogos de Chile.

Edmundo Bordeu. Ingeniero Agrónomo, Enólogo. Postítulo en Francia. Ph .D., Universidad de California, Davis, EE.UU. Profesor de la Facultad de Agronomía e Ingeniería Forestal UC. Ex Director de la Asociación Nacional de Ingenieros Agrónomos Enólogos de Chile. Asesor técnico en diversas empresas del área vitivinícola.

Natalia Brossard. Ingeniero Agrónomo, Enóloga. Ph. D. Pontificia Universidad Católica de Chile. Profesora de Enología de la Facultad de Agronomía e Ingeniería Forestal UC. Especialista en mediciones instrumentales de astringencia.

Consuelo Ceppi de Lecco. Ingeniero Agrónomo, Enólogo. Profesora de la Facultad de Agronomía e Ingeniería Forestal UC. Directora de la Asociación Nacional de Ingenieros Agrónomos Enólogos de Chile.

Alejandro Hernández. Ingeniero Agrónomo, Enólogo. Postítulo en Francia. Profesor Emérito de la Facultad de Agronomía e Ingeniería Forestal UC. Enólogo de Viña Portal del Alto. Ex Presidente de la Asociación Nacional de Ingenieros Agrónomos Enólogos de Chile. Ex Presidente de la Cofradía del Mérito Vitivinícola. Ex Presidente de la Organización Internacional de la Vid y el Vino (O.I.V). Asesor técnico en diferentes empresas del área vitivinícola.

Andrés Ibañez. Ingeniero Comercial, P. Universidad Católica de Chile; MBA J.L.Kellogg School, Northwestern University; Diversos cursos de perfeccionamiento en Harvard, Kellogg y UCLA. Área de Especialidad: Marketing Profesor Fulltime.

Pablo Lacoste. Historiador. Doctor en Historia. Doctor en Estudios Americanos. Profesor Titular de la Universidad de Santiago. Director de la Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad (RIVAR).

Philippo Pszczółkowski. Ingeniero Agrónomo, Enólogo. Postítulo en Chile, España y Francia. Enólogo de Viña Alta Alcurnia. Ex Presidente de la Asociación Nacional de Ingenieros Agrónomos Enólogos de Chile. Asesor técnico en diferentes empresas del área vitivinícola.

Vesna Rojic. Ingeniero Agrónomo, Enólogo. Ex Directora de la Asociación Nacional de Ingenieros Agrónomos Enólogos de Chile. Asesor técnico en diversas empresas del área vitivinícola.

Inés Urquiaga. Bioquímico. Ph .D., Ciencias Biológicas, mención biología celular y molecular Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile. Coordinadora unidad de comunicación e informática, Centro de nutrición molecular y enfermedades crónicas. Pontificia Universidad Católica de Chile.

Metodología

- Cátedras con clases expositivas.
- Estudio personal complementario.
- Laboratorios con soluciones básicas y específicas para una certera evaluación sensorial de vinos.
- Tres salidas a terreno: visita a viñedos y/o bodegas (con evaluación). El horario de las salidas es preferentemente sábado en la mañana o bien, jueves o viernes por la tarde, según disponibilidad de las viñas.
- Elaboración de informes.

Evaluación

Curso 1: Ecosistema vitícola y producción de vinos (10 créditos). 50% total diplomado

- Dos evaluaciones escritas con un 40% c/u y dos de tres informes, con un 10% c/u de la

ponderación total del curso 1.

Curso 2: Comercialización, marketing, historia y legislación del vino (5 créditos). 25% total diplomado

- Evaluación escrita de marketing 65%, evaluación escrita de historia 25% , evaluación escrita sobre legislación 10% de la ponderación total del curso 2.

Curso 3: Evaluación sensorial y maridaje del vino (5 créditos). 25% total diplomado

- Dos evaluaciones prácticas con un 40% c/u de la ponderación total
- Informes descriptivos de evaluación de vinos 20% de la ponderación total del curso 3

Requisitos de aprobación

Para aprobar el diplomado, el alumno debe cumplir con dos requisitos:

- Un mínimo de asistencia de 75% a todo evento.
- Requisito académico: Se cumple aprobando todos los cursos con nota mínima 4,0. El alumno sólo podrá reprobado un curso, y en este caso la aprobación total del diplomado queda sujeta a que el promedio de todos los cursos sea igual o superior a 5,0. **Con dos cursos reprobados (bajo nota 4,0), el alumno reprueba automáticamente todo el programa.**

Los alumnos que aprueben las exigencias del programa recibirán un certificado de aprobación otorgado por la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Nota: Las personas que no cumplan con el requisito de aprobación no recibirán ningún tipo de certificación.

Bibliografía

Curso 1: Ecosistema vitícola y producción de vinos.

-ANÓNIMO 1995. Catalogue des variétés et clones de vigne cultivés en France. Editeur ENTAV. Francia.
-BERTRAND, A., R.-M. CANAL-LLAUBÈRES, M. FEUILLAT, G. HARDY, F. LAMADON, A. LONVAUD-FUNEL, P. PELLERIN y N. VIVAS. 2000. Produits de traitement et auxiliaires d'elaboration des moûts et des vins. Editions Féret, Bordeaux, Francia.
-BLOUIN, J y E. PEYNAUD. 2001. Connaissance et travail du vin. Dunod. Paris.
-BLOUIN, J. y G. GUIMBERTEAU. 2000. Maturation et maturité des raisins. Editions Féret, Bordeaux, Francia.
-BORDEU, E. y SCARPA, J. 1999. Análisis Químico del Vino. Ediciones Universidad Católica de Chile. Santiago, Chile.
-CALO, A., A. SCIENZA, A. COSTACURTA. 2006. Vitigni d' Italia. Edagricole Edizioni. Bologna, Italia.
-DE ROSA, T. 1998. Tecnología de los vinos blancos. Ediciones Mundi Prensa, Madrid, España.
-FLANZY, C. 2003. Enología: Fundamentos científicos y tecnológicos. Mundi Prensa.
-FREGONI, M. 2005. Viticoltura di Qualità. Phytoline Editore. Affi (Vr), Italia.
-GIL, G. y Ph. PSZCZOLKOWSKI. 2007. Viticultura: Fundamentos para optimizar producción y calidad. Ediciones Universidad Católica de Chile. Santiago, Chile.
-GILLMORE, F. y R. POBLETE. 1999. Manual de bodegas 1999. Corporación Chilena Del Vino. Santiago, Chile.
-GLATRE, E. y B. BOIDRON, 2006. La Champagne et ses vins. Editions Féret, Bordeaux, Francia.
-HERNÁNDEZ, A., 2000. Introducción al vino de Chile. Aquaprint Impresores. Santiago, Chile.
-MAGALHÃES, N. 2008. Tratado de viticultura, 2008. Chaves Ferreira Publicações. Lisboa, Portugal.
-PSZCZOLKOWSKI, Ph. y C. CEPPI DE LECCO. 2011. Manual de vinificación: Guía práctica para la elaboración de vinos. Ediciones Universidad Católica De Chile. Santiago, Chile.
-RANKINE, B. C. 1998. Making good wine, A manual of winemaking practice for Australia and New Zealand. Sun, Pan Macmillan, Australia.
-TROOST, G. 1985. Tecnología del vino. Ediciones Omega. Barcelona, España.
-VAUDOURE, E. 2003. Les terroirs viticoles. Dunod. París, Francia

Curso 2: Comercialización, marketing y legislación del vino.

-CAMILLO, A. 2012. A strategic investigation of the determinants of wine consumption in China. International Journal of Wine Business Research. 24 (1): 68-92.
-DEWALD, B. (2008) The role of the sommelier and their influence on US restaurant wine sales. International Journal of Wine Business Research. 20 (2): 111-123.
-DUFOUR, Y. y P. STEANE, 2010. Building a good solid family wine business: Casella Wines. International Journal of Wine Business Research. 22 (2): 122-132.

- GILL, D., B. BYLSMA y R. OUSCHAN. 2007. Customer perceived value in a cellar door visit: the impact on behavioural intentions. *International Journal of Wine Business Research*. 19 (4): 257-275.
- JENSTER, P., y Y. CHENG. 2008. Dragon wine: developments in the Chinese wine industry. *International Journal of Wine Business Research*. 20 (3): 244-259.
- JOHNSON, R. y J. BRUWER. 2007. Regional brand image and perceived wine quality: the consumer perspective. *International Journal of Wine Business Research*. 19 (4): 276-297.
- KING, E., T. JONHSON, S. BASTIAN, P. OSIDASZ y I. FRACIS. 2012. Consumer liking of white wines: segmentation using self-reported wine liking and wine knowledge (2012) *International Journal of Wine Business Research*. 24(1): 33-46.
- KOLYESNIKOVA, N., T. DODD, T. y F. DUHAN, F. 2008. Consumer attitudes towards local wines in an emerging region: a segmentation approach. *International Journal of Wine Business Research*. 20 (4): 321-334.
- Mc CUTCHEON, E., J. BRUWER y E. LI. 2009. Region of origin and its importance among choice factors in the wine-buying decision making of consumer. *International Journal of Wine Business Research*. 21 (3): 212-234.
- PAN, F., S. SU y Ch. CHIANG. 2008. Dual attractiveness of winery: atmospheric cues on purchasing. *International Journal of Wine Business Research*. 20 (2): 95-110.
- WILCOX, J.,D. LAVERIE, N. KOLYESNIKOVA, D. DUHAN y T. DODD. 2008. Facets of brands equity and brand survival: a longitudinal examination. *International Journal of Wine Business Research*. 20(3): 202-214.

Curso 3: Evaluación sensorial y maridaje del vino.

- AMERINE, M., R. PANGBORN y E. ROWSSLER. 1965. *Principles of sensory evaluation of food*. Academic Press New York, USA.
- DELTEIL, D. 1999. *Evaluation sensorielle du profil gustatif*. Conferencias científicas Lallemand, Montreal, Canadá.
- JELLINEK, G. 1985. *Sensory evaluation of food*", Ellis Horwood Ltd., U.K. LAWLESS, H.T. y B. P. KLEIN. 1991. "Sensory science theory and applications in foods". Marcel Dekker, Inc., USA.
- MEILGAARD, M., G. V. CIVILLE y B. T. CARR, 1991. *Sensory Evaluation Techniques*", CRC Press Inc, USA.
- MUÑOZ A.M., G. V. CIVILLE y B. T. CARR. 1992. *Sensory evaluation in quality Control*, Van Nostrand Reinold, New York, USA.
- O'MAHONY, M. 1986. *Sensory evaluation of food: Statistical methods and Procedures*", Marcel Dekker Inc., New York, USA.
- PEDRERO, D.L. y R. M. PANGBORN. 1989. "Evaluación sensorial de los alimentos - Métodos Analíticos, Editorial Alhambra Mexicana . S.A., México.
- PIGGOTT, J. R. 2012. *Alcoholic beverages. Sensory evaluation and consumer research*. Woodhead Publishing. Series in Food Science, Technology and Nutrition: Number 225. United Kingdom.
- PIGGOTT, J. R. 1984. *Sensory analysis of foods*", Elsevier Applied Science Publishing.
- STONE, H. y J. L. SIDEL. 1985. *Sensory evaluation practices*", Academic Press Inc., Florida, USA.

Proceso de Admisión

Las personas interesadas deberán completar la ficha de postulación ubicada al lado derecho de esta página web. Un correo de confirmación solicitará enviar los siguientes documentos a la coordinación a cargo de Paula Aramayo (paramayo@uc.cl):

- Curriculum Vitae actualizado.
 - Fotocopia Carnet de Identidad.
 - Fotocopia simple del Certificado de Título o del Título.
- Las postulaciones son hasta una semana antes del inicio del Diplomado/Curso o hasta completar las vacantes.
- No se aceptarán postulaciones incompletas.
- El postular no asegura el cupo, una vez aceptado en el programa, se debe cancelar el valor para estar matriculado.
- El Programa se reserva el derecho de suspender la realización del diplomado/curso si no cuenta con el mínimo de alumnos requeridos. En tal caso se devuelve a los alumnos matriculados la totalidad del dinero en un plazo aproximado de 10 días hábiles con un vale vista que deberá ser retirado en el Banco Santander.
 - A las personas matriculadas que se retiren de la actividad antes de la fecha de inicio, se les

devolverá el total pagado menos el 10% del total del arancel. A las personas que se retiren una vez iniciado el programa por motivos de fuerza mayor, se les cobrarán las horas cursadas hasta la fecha de la entrega de solicitud formal de retiro más el 10% del valor total del programa. En ambos casos la devolución demorará 15 días hábiles y se efectuará a través de un vale vista que deberá ser retirado en el Banco Santander.