

# PLAN DOCENTE

## GRADO EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN GASTRONÓMICA

**Asignatura:** Diseño de experiencias gastronómicas para alta gastronomía y franquicias

**Materia:** Gastronomía y emprendimiento

**Créditos:** 6 ECTS

**Tipología:** Optativa

**Programa:** Grado Universitario en Dirección y Gestión Gastronómica

**Curso/Semestre:** Tercero / Primero

## CONTENIDOS

1.	PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA.....	3
1.1.	DESCRIPCIÓN .....	3
1.2.	APLICACIONES PROFESIONALES RELEVANTES .....	4
2.	RESULTADOS DE APRENDIZAJE.....	4
2.1.	RESULTADOS DE APRENDIZAJE DEL TÍTULO .....	4
2.2.	RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LA MATERIA.....	6
3.	CONTENIDOS .....	6
4.	METODOLOGÍAS DOCENTES .....	7
5.	EVALUACIÓN .....	8
5.1.	EVALUACIÓN CONTINUA .....	8
5.2.	EVALUACIÓN ÚNICA.....	8
6.	BIBLIOGRAFÍA .....	8

# **1. PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA**

## **1.1. DESCRIPCIÓN**

Esta asignatura es crucial para proporcionar a nuestros estudiantes las herramientas necesarias para destacar en un sector altamente competitivo y en constante evolución. La alta gastronomía y las franquicias representan dos vertientes significativas dentro de la industria gastronómica. La alta gastronomía requiere una comprensión profunda de la creatividad culinaria, la presentación y el servicio excepcional, factores que contribuyen a crear una experiencia gastronómica memorable. Por otro lado, las franquicias demandan la capacidad de replicar dicha experiencia a gran escala, asegurando consistencia y calidad en cada punto de venta. Esta asignatura prepara a los estudiantes para abordar ambos desafíos, combinando conocimientos teóricos con aplicaciones prácticas que les permitan diseñar experiencias culinarias únicas y adaptarlas a diferentes contextos operacionales.

Además, el diseño de experiencias gastronómicas va más allá del simple acto de comer. Incluye aspectos sensoriales, culturales y emocionales que deben ser cuidadosamente orquestados para generar un impacto duradero en el comensal. Los estudiantes aprenderán a integrar elementos como la ambientación del espacio, la interacción del personal, la narrativa del menú y la innovación en la oferta gastronómica. Todo esto, con el objetivo de crear experiencias que no solo satisfagan el paladar, sino que también construyan una conexión emocional con los clientes, fomentando la lealtad y el boca a boca positivo.

Finalmente, en un mercado donde la diferenciación es clave para el éxito, la capacidad de diseñar experiencias gastronómicas distintivas se convierte en un activo invaluable. Esta asignatura equipará a los estudiantes con una comprensión integral de cómo transformar una simple comida en una experiencia inolvidable, ya sea en un restaurante de alta cocina o en una franquicia. Con estos conocimientos, los futuros profesionales estarán mejor preparados para innovar y liderar en la industria

gastronómica, asegurando su relevancia y éxito en un entorno dinámico y en constante cambio.

## **1.2. APLICACIONES PROFESIONALES RELEVANTES**

Los egresados podrán trabajar como directores creativos en restaurantes de alta cocina, diseñando menús y conceptos que destaquen por su originalidad y sofisticación. Además, estarán capacitados para asumir roles de gerencia en franquicias, donde garantizarán la estandarización y calidad de la experiencia gastronómica en múltiples locales. También podrán trabajar como consultores especializados, ayudando a diversas empresas del sector a mejorar su oferta culinaria y la experiencia del cliente. Asimismo, tendrán las habilidades necesarias para emprender sus propios proyectos gastronómicos, desde restaurantes boutique hasta cadenas de franquicias, aplicando estrategias innovadoras que aseguren el éxito y la satisfacción del cliente.

## **2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

### **2.1. RESULTADOS DE APRENDIZAJE DEL TÍTULO**

#### **2.1.1. CONOCIMIENTO**

RAK2 Identificar de forma sistemática los distintos modelos de negocio en el sector de la gastronomía y los factores que lo transforman.

#### **2.1.2. HABILIDADES**

RAS1 Revisar críticamente el funcionamiento de los distintos departamentos de las empresas y organizaciones gastronómicas.

RAS2 Revisar críticamente los planes estratégicos de adaptación de las empresas y organizaciones gastronómicas al mercado.

- RAS4 Formular soluciones en los distintos departamentos que conforman las empresas y las organizaciones gastronómicas en su adaptación al mercado y a cambios estratégicos.
- RAS5 Formular soluciones en los distintos departamentos que conforman las empresas y las organizaciones gastronómicas en su adaptación a los procesos de digitalización.
- RAS6 Elaborar productos gastronómicos innovadores para cada modelo de negocio y atendiendo al público al cual se dirige a partir de los avances en el sector.
- RAS7 Sintetizar las dimensiones que explican las demandas y necesidades de la sociedad en el sector.
- RAS8 Secuenciar tareas y mapas de procesos en la cotidianidad y en los cambios estratégicos de las empresas y organizaciones gastronómicas.
- RAS10 Enunciar de forma comprensible para un público experto y no experto visiones globales, integradas y sistémicas de los conocimientos y complejidad de los fenómenos que conforman la gastronomía.

### 2.1.3. COMPETENCIAS

- RAC1 Integrar actitudes y comportamientos, acordes al contexto, en la expresión de la crítica y la autocrítica, en la autorregulación y en la integración de conocimientos.
- RAC2 Ejercer de manera responsable el puesto de trabajo asignado en la gestión cotidiana de las empresas y organizaciones gastronómicas respetando los derechos humanos, la diversidad y la perspectiva de género.
- RAC3 Tomar decisiones efectivas en cambios estratégicos de las empresas y organizaciones gastronómicas mediante la aplicación de pensamiento crítico.
- RAC4 Ejercer un liderazgo constructivo mostrando actitudes coherentes y concepciones éticas y deontológicas.
- RAC5 Colaborar en proyectos bajo el principio de resolución de conflictos.

## 2.2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LA MATERIA

HCC12	Analizar la evolución de las medidas de sostenibilidad e igualdad en los entornos gastronómicos.
HABCOM1	Expresarse oralmente y por escrito en catalán y castellano y en una tercera lengua, con dominio del lenguaje especializado de la disciplina.
HABCOM2	Manifiestar visiones integradas y sistémicas con análisis y comprensión de la complejidad de los fenómenos que enfrenta la gastronomía.
HABCOM3	Enunciar visiones globales y de aplicación de los saberes en la práctica, demostrando capacidad de integración y aplicación de los conocimientos adquiridos en situaciones reales.
ENTAPR1	Expresar crítica y autocrítica de manera constructiva mediante la evaluación objetiva, la identificación de fortalezas y áreas de mejora, y la retroalimentación constructiva en los procesos de aprendizaje.
ENTAPR2	Autorregularse de forma autónoma y con capacidad de análisis, reflexión, síntesis, visión global, razonamiento experto y aplicación de saberes en situaciones nuevas o complejas en los procesos de aprendizaje en el ámbito académico.
ENTAPR3	Integrar nuevos conocimientos y actitudes con la aplicación efectiva y creativa de nuevas ideas y perspectivas adquiridas en situaciones relevantes en su campo de trabajo.

## 3. CONTENIDOS

### Tema 1: El diseño de experiencias gastronómicas

- Definición y conceptos clave
- Historia y evolución de las experiencias gastronómicas
- Diferencias entre alta gastronomía y franquicias

### Tema 2: Elementos sensoriales en la experiencia gastronómica

- Percepción sensorial y su impacto en el comensal
- Técnicas de presentación y emplatado

- Música, iluminación y ambientación

### **Tema 3: Narrativa y concepto gastronómico**

- Creación de conceptos temáticos
- Storytelling aplicado a la gastronomía
- Desarrollo de menús narrativos

### **Tema 4: Innovación y creatividad culinaria**

- Técnicas de cocina avanzada
- Tendencias actuales en alta cocina
- Incorporación de tecnología en la experiencia gastronómica

### **Tema 5: Gestión de la experiencia en franquicias**

- Estandarización y calidad en cadenas de restaurante
- Adaptación del diseño de experiencias a diferentes mercados
- Estrategias de expansión y replicación de conceptos

### **Tema 6: Marketing experiencial**

- Técnicas de marketing sensorial
- Estrategias de branding en alta gastronomía y franquicias
- Uso de redes sociales y medios digitales

## **4. METODOLOGÍAS DOCENTES**

<b>METODOLOGÍA</b>	<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>MODALIDAD DE ENSEÑANZA</b>
<b>Clase magistral</b>	Actividad teórica	Presencial
<b>Estudio de casos</b>	Actividad tutelada	Presencial y no presencial
<b>Elaboración de trabajos</b>	Actividad tutelada	Presencial y no presencial

## 5. EVALUACIÓN

### 5.1. EVALUACIÓN CONTINUA

La nota final de la asignatura se calcula en base a la ponderación de los siguientes tres bloques de evaluación:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN
Evaluación continua (ejercicios, problemas, elaboración de informes, trabajos, casos de estudio)	40%
Prueba de evaluación parcial	20%
Prueba de evaluación final	40%

Si el estudiante no se presenta al examen final, la nota final del curso es “No presentado”.

En caso de que la asignatura quede suspendida, el estudiante puede recuperar el examen final con una prueba de evaluación adicional. Con el resultado obtenido, se procederá al recálculo de la nota final de la asignatura según los criterios anteriores.

### 5.2. EVALUACIÓN ÚNICA

La evaluación única consta de un único examen que equivale al 100% de la nota de la asignatura. El examen y, por tanto, la asignatura, se aprueba con una calificación igual o superior a 5.00 sobre 10. En caso de que la calificación obtenida sea inferior a 5.00, el estudiante tiene derecho a un examen de recuperación.

Para acogerse a la evaluación única, es necesario enviar a coordinación una solicitud por escrito durante los primeros 15 días hábiles desde el inicio lectivo.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

Aguilar, C., & Gómez, P. (2021). *Innovación y creatividad en la alta cocina*. Editorial Gastronómica.

Martínez, R. (2020). *Marketing experiencial en gastronomía: Estrategias y aplicaciones prácticas*. Ediciones Culinarias.

Pérez, L., & Sánchez, M. (2022). *Diseño y gestión de franquicias gastronómicas*. Editorial Empresarial.

Ramírez, F. (2021). *Percepción sensorial y diseño de ambientes gastronómicos*. Ediciones Sensoriales.

Velázquez, N. (2022). *Narrativa y storytelling en la creación de experiencias gastronómicas*. Editorial Creativa.