

# PLAN DOCENTE

## GRADO EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN GASTRONÓMICA

**Asignatura:** Emprendimiento e innovación en modelos de negocio gastronómico

**Materia:** Gastronomía y emprendimiento

**Créditos:** 6 ECTS

**Tipología:** Optativa

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

**Curso/Semestre:** Tercero / Segundo

## CONTENIDOS

1.	PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA.....	3
1.1.	DESCRIPCIÓN .....	3
1.2.	APLICACIONES PROFESIONALES RELEVANTES .....	3
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 .....	9

# **1. PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA**

## **1.1. DESCRIPCIÓN**

La gastronomía, como cualquier otra industria, está en constante evolución y exige profesionales capaces de identificar oportunidades de negocio innovadoras y viables. Esta asignatura prepara a los estudiantes para desarrollar habilidades emprendedoras que les permitan no solo crear y gestionar nuevos conceptos gastronómicos, sino también transformar y revitalizar negocios existentes, asegurando su relevancia y éxito en el mercado.

Además, el enfoque en la innovación dentro del emprendimiento es crucial para enfrentar los desafíos contemporáneos de la industria gastronómica, tales como la sostenibilidad, la digitalización y la experiencia del cliente. A través de esta asignatura, los estudiantes aprenderán a incorporar tecnologías emergentes, diseñar estrategias de sostenibilidad y crear experiencias únicas que diferencien a sus negocios en un mercado saturado. La capacidad de innovar no solo impulsa el crecimiento empresarial, sino que también contribuye a la evolución de la cultura gastronómica y a la satisfacción de las necesidades cambiantes de los consumidores.

Por último, la asignatura fomenta un espíritu crítico y creativo que es esencial para cualquier futuro líder en la gestión gastronómica. Al estudiar casos de éxito y fracaso, y al participar en proyectos prácticos, los estudiantes adquieren una comprensión profunda de lo que implica lanzar y mantener un negocio gastronómico. Este conocimiento aplicado les da las herramientas necesarias para anticipar y mitigar riesgos, así como para capitalizar oportunidades emergentes.

## **1.2. APLICACIONES PROFESIONALES RELEVANTES**

Los conocimientos adquiridos permiten a los estudiantes identificar oportunidades de mercado y desarrollar planes de negocio innovadores, facilitando la creación y gestión de nuevos negocios como restaurantes, cafés, food trucks, y servicios

de catering. Además, capacita a los egresados para ofrecer servicios de consultoría a otros negocios gastronómicos, ayudando en la reestructuración de modelos de negocio y la implementación de nuevas estrategias de mercado y prácticas sostenibles. Por último, las habilidades adquiridas son altamente valoradas en el mercado laboral, permitiendo a los estudiantes desempeñarse en roles de gestión de la innovación, desarrollo de productos o dirección de operaciones en empresas existentes, donde su capacidad para implementar nuevas ideas y mejorar procesos será crucial para el crecimiento y la sostenibilidad del negocio. Estas aplicaciones profesionales demuestran la versatilidad y la importancia de la asignatura, proporcionando a los estudiantes un conjunto de habilidades y conocimientos que les abren múltiples caminos en su carrera profesional dentro de la industria gastronómica.

## **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

HCC13	Aplicar diversos principios científicos a la técnica gastronómica en la elaboración de productos innovadores, saludables y sostenibles en empresas gastronómicas según modelo de negocio.
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 emprendimiento gastronómico

- Definición y características del emprendimiento
- Tipos de emprendimiento gastronómico
- El ecosistema emprendedor en la industria gastronómica

**Tema 2: Generación y evaluación de ideas de negocio**

- Técnicas de creatividad y generación de ideas
- Evaluación de la viabilidad de ideas de negocio

**Tema 3: Modelos de negocio innovadores**

- Concepto y componentes del modelo de negocio
- Herramientas para diseñar modelos de negocio
- Técnicas de planificación a largo plazo

**Tema 4: Planificación y estrategia empresarial**

- Elaboración de planes de negocio
- Estrategias de marketing y posicionamiento
- Planificación financiera

**Tema 5: Financiación de emprendimientos gastronómicos**

- Fuentes de financiación: propias, externas, públicas y privadas
- Elaboración de propuestas de inversión
- Relación con inversores y presentación de proyectos

**Tema 6: Transformación digital en la gastronomía**

- Impacto de la tecnología en el sector gastronómico
- Herramientas digitales para la gestión de negocios
- Marketing digital y redes sociales

**Tema 7: Caso práctico**

- Desarrollo de una oferta gastronómica en restaurante:
  - En menú degustación
  - En carta de especialidades

## **4. METODOLOGÍAS DOCENTES**

Los resultados de aprendizaje de la asignatura son los siguientes:

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

<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN</b>
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

Alegre, J. & Chiva, R. (2008). Innovación organizativa y rendimiento empresarial: El papel de la innovación en la gestión de la calidad y en la gestión del conocimiento. *Economía Industrial*, 370, 43-55.

Casson, M. (2010). *Emprendedores: Claves para su éxito*. Pirámide.

Díaz, A. M. & Solís, E. (2016). *Manual de creación de empresas: De la idea a la puesta en marcha*. ESIC Editorial.

Drucker, P. (2015). *Innovación y emprendimiento*. Ediciones Deusto.

García, M. L. (2019). *Emprendimiento e innovación: El camino hacia el éxito empresarial*. Ecoe Ediciones.

Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio: Un manual para visionarios, revolucionarios y retadores*. Deusto.

Porter, M. E. (2008). *Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. Editorial CECSA.

Ries, E. (2012). *El método Lean Startup: Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua*. Deusto.

Robinson, P. & Knight, P. (2009). *La cocina sostenible: Gastronomía y medio ambiente*. Icaria.

Sánchez, J. C. (2014). *Emprender: De la intención a la acción*. ESIC Editorial.