

PLAN DOCENTE

GRADO EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN GASTRONÓMICA

Asignatura: Gastronomía, Turismo y Modelos de Negocio

Materia: Gastronomía y emprendimiento

Créditos: 6 ECTS

Tipología: Optativa

Programa: Grado Universitario en Dirección y Gestión Gastronómica

Curso/Semestre: Cuarto / Primero



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.....	5
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 asignatura "Gastronomía, Turismo y Modelos de Negocio" está diseñada para estudiantes de cuarto año del grado en Dirección y Gestión de Empresas Gastronómicas. Este curso explora la intersección entre la gastronomía y el turismo, analizando cómo la cultura culinaria puede ser un motor clave para el desarrollo turístico y la creación de experiencias únicas. Se examinan las tendencias actuales en turismo gastronómico y su impacto en la economía local y global.

A lo largo del curso, se profundiza en diversos modelos de negocio que integran la gastronomía y el turismo, desde restaurantes temáticos hasta rutas culinarias y festivales gastronómicos. Se estudian casos de éxito y se analizan estrategias de gestión y marketing que han permitido a estas iniciativas prosperar en mercados competitivos.

Además, se enfatiza la importancia de la sostenibilidad y la mentalidad emprendedora en la creación y gestión de productos turísticos gastronómicos. Los estudiantes desarrollan habilidades para entender y diseñar experiencias culinarias que respeten el medio ambiente y utilicen herramientas digitales para su promoción y operación, preparándolos para enfrentar los desafíos contemporáneos del sector

1.2. APLICACIONES PROFESIONALES RELEVANTES

Los conocimientos adquiridos en esta asignatura capacitan a los estudiantes para desempeñar roles clave en la industria del turismo gastronómico, como gestores de destinos culinarios, consultores en desarrollo de productos turísticos gastronómicos, emprendedores de negocios que combinan gastronomía y turismo, y especialistas en marketing y comunicación para eventos y experiencias culinarias. Además, están preparados para colaborar con instituciones públicas y privadas en proyectos que buscan potenciar la oferta turística a través de la gastronomía, contribuyendo al desarrollo económico y cultural de las regiones.

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 y generación de consensos.

2.2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LA MATERIA

- HCC12 Analizar la evolución de los ámbitos de sostenibilidad, modelos de negocio, inclusión 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: Introducción de la asignatura

- Panorama global del sector turístico: situación actual y perspectivas.
- Turismo gastronómico: concepto, evolución histórica y tendencias actuales.
- Tendencias internacionales en enoturismo, oleoturismo, agroturismo y turismo de experiencias culinarias.
- Modelos de negocio en el ámbito de la restauración
- Oportunidades en el marco de la contratación pública y sus modelos de negocio.
- El papel de la gastronomía en la marca-país y la promoción turística.
- Explicación del “Método del Caso”.

Tema 2: Organización y gestión de empresas turísticas

- Aspectos claves de la organización y dinámicas de las empresas turísticas.
- Particularidades de una empresa turística y de restauración.
- Estructuras de organización
- Procesos de planificación y control
- La estrategia de “Océano Azul” Circo Du Solei
- Gestión de la experiencia del cliente y hospitalidad
- Costes relativos de la calidad
- Casos prácticos para analizar y desarrollar en el aula.



Tema 3: Modelos de Negocio

- Modelos de negocios en el ámbito de la restauración y turismo.
 - Modelos tradicionales y de formato clásico
 - Modelos de concesión y colaboraciones
 - Modelos de eventos y oportunidades temporales
 - Modelos Logísticos y de servicio externo
 - Modelos de Experiencia y nicho
- Diseño y desarrollo de modelos de negocio gastronómicos: productos, servicios y experiencias centradas en el cliente.
- Casos Prácticos (Individuales y Grupales).

Tema 4: Mentalidad Emprendedora

- Competencias de toda persona emprendedora
- Bloqueos al espíritu emprendedor
- Ideas de negocio
- Ejercicios prácticos y de autodiagnóstico.
- Casos Prácticos en el ámbito de la restauración.

Tema 5: Turismo, Planificación Estratégica y Competitividad

- Determinantes de desarrollo turístico de un destino
- Metodologías y etapas de un plan de desarrollo turístico
- Gobernanza turística y participación
- Sistemas de distinción y certificación de destinos turísticos, en calidad y sostenibilidad: El Caso de SICTED y Biosphere.
- Casos Prácticos y dinámicas de *role-playing*

4. METODOLOGÍAS DOCENTES

Los resultados de aprendizaje de la asignatura son los siguientes:

METODOLOGÍA	ACTIVIDAD FORMATIVA	MODALIDAD DE ENSEÑANZA
Clase magistral	Actividad teórica	Presencial
Estudio de casos	Actividad tutelada	Presencial y no presencial
Elaboración de trabajos	Actividad tutelada	Presencial y no presencial
Dinámicas de Roles	Actividad tutelada	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%

La prueba de evaluación final deberá tener una nota mínima de 4 (en base 10). Si el estudiante no se presentara al examen final, la nota final del curso es “No presentado”.

En caso de que la asignatura quede suspendida (o que el final tenga una nota menor a 4) 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

Esta asignatura no permite la opción de evaluación única, salvo que el alumno sea repetidor. De ser así, la evaluación única constará 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

Cerezo, A. (2019). Introducción al turismo y la gastronomía [Material docente]. Universidad de Málaga.

Dueñas Espinoza, F. X. (2022). Nuevos modelos de negocios en áreas turísticas protegidas [Tesis doctoral, Universidad de Córdoba]. UCOPress.

elBullifoundation & CaixaBank. (s.f.). Modelo de gestión de un restaurante: Cómo abrirlo, cómo hacerlo funcionar, cómo hacerlo evolucionar. elBullifoundation; CaixaBank.

Fenollosa Gallardo, A. (2015). Estudio de viabilidad de un proyecto empresarial turístico referido al producto gastronómico en la ciudad de Gandía. *Una apuesta por el gastroturismo* [Trabajo Fin de Grado, Universidad Politécnica de Valencia]. Repositorio institucional UPV.

Jiménez Rodríguez, A., Rico Cánovas, E., & Moltó Mantero, E. (2023). Análisis de la cadena de valor del turismo gastronómico y sus relaciones desde un enfoque territorial: criterios de funcionalidad y jerarquización. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (97). <https://doi.org/10.21138/bage.3353>

Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2011). Marketing turístico (5ª ed.). Pearson Educación.



Organización Mundial del Turismo (OMT) (2023). *World Tourism Barometer*. Recuperado de: UNWTO Tourism Barometer. <https://www.unwto.org/es/barometro-del-turismo-mundial-de-onu-turismo>

Pérez Priego, M. A. (2021). Análisis del perfil, la motivación y la satisfacción de los turistas en la Costa del Sol (*Málaga*) en relación con la gastronomía [Tesis doctoral, Universidad de Córdoba]. UCOPress.

Pla Rusca, E. (2021). Turismo y gastronomía: una propuesta de modelo metodológico para el análisis territorial del turismo gastronómico [Tesis doctoral, Universitat Oberta de Catalunya]. Repositorio institucional Universitat Oberta de Catalunya.

Sansó, M. (Dir.). (s.f.). El turismo gastronómico en España. Ostelea Tourism Management School.

Secretaría de Estado de Turismo. (2022). Plan Turístico Nacional 2022: Enogastronomía. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

Subdirección General de Coordinación de la Contratación Electrónica, Dirección General de Patrimonio del Estado (2024). Guía de Operador Económico en la Plataforma de contratación del Sector Público. (versión 5.1)