

PLAN DOCENTE

GRADO EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN GASTRONÓMICA

Asignatura: Gestión de sala en alta gastronomía y de las franquicias

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	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	8
5.	EVALUACIÓN	8
5.1.	EVALUACIÓN CONTINUA	8
5.2.	EVALUACIÓN ÚNICA.....	9
6.	BIBLIOGRAFÍA	9

1. PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

1.1. DESCRIPCIÓN

En la alta gastronomía, la gestión de sala no solo implica la organización eficiente del personal y la logística, sino también la creación de un ambiente excepcional que complemente la oferta culinaria. Esta asignatura enseña a los estudiantes a manejar todos los aspectos del servicio al cliente, desde la bienvenida y el trato personalizado hasta la resolución de problemas y la anticipación de necesidades, garantizando así una experiencia memorable que fidelice a los comensales y fortalezca la reputación del establecimiento.

Además, la gestión de franquicias en el sector gastronómico presenta desafíos específicos que requieren una formación especializada. Las franquicias deben mantener estándares uniformes de calidad y servicio en todas sus ubicaciones, lo cual demanda habilidades en la implementación de procesos, formación del personal y control de calidad. A través de esta asignatura, los estudiantes adquieren competencias en la estandarización de operaciones, el manejo de la logística y el desarrollo de estrategias de expansión y supervisión, asegurando que cada franquicia opere con la misma eficiencia y excelencia que la original. Esta capacidad es fundamental para el crecimiento sostenible y la coherencia de la marca en el mercado.

Por último, la combinación de alta gastronomía y gestión de franquicias en una sola asignatura proporciona a los estudiantes una visión integral y versátil del sector. Los futuros profesionales no solo aprenden a gestionar establecimientos individuales de alto nivel, sino que también están preparados para escalar modelos de negocio exitosos mediante la franquicia. Esta dualidad en la formación amplía sus oportunidades laborales y les otorga una ventaja competitiva, ya que pueden aplicar sus conocimientos tanto en la gestión de restaurantes exclusivos como en la expansión de cadenas gastronómicas.

1.2. APLICACIONES PROFESIONALES RELEVANTES

Los estudiantes pueden dirigir el equipo de sala en restaurantes de alta gama, asegurando un servicio impecable y una experiencia excepcional para los clientes. Además, están preparados para asumir roles de gestión en cadenas de restaurantes y franquicias, garantizando que todas las ubicaciones mantengan los mismos estándares de calidad y servicio, supervisando operaciones diarias, formando y motivando al personal e implementando procesos estandarizados. Los conocimientos adquiridos también les permiten ofrecer servicios de consultoría a negocios gastronómicos, asesorando en la optimización del servicio al cliente, el diseño de experiencias gastronómicas memorables y la expansión mediante el modelo de franquicia. Asimismo, pueden diseñar y ejecutar programas de formación para el personal de sala, gestionar eventos y servicios de catering de alto nivel, y desarrollar estrategias de expansión para franquicias, identificando oportunidades de mercado y planificando la expansión para maximizar el alcance y la rentabilidad de la marca.

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

- 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: La gestión de sala en alta gastronomía

- Definición y características de la alta gastronomía
- Importancia del servicio de sala en la experiencia del cliente
- Roles y responsabilidades del personal de sala

Tema 2: Organización y operación de la sala

- Diseño y disposición del comedor
- Coordinación y distribución de tareas del equipo de sala
- Gestión de reservas y control de aforo

Tema 3: Protocolo y etiqueta en alta gastronomía

- Normas de protocolo del servicio de mesa
- Técnicas de servicio al cliente y atención personalizada
- Manejo de situaciones especiales y resolución de conflictos
- Servicio y presentación de bebidas en alta gastronomía

Tema 4: Tecnología y herramientas para la gestión de sala

- Sistemas de gestión de reservas y mesas
- Herramientas tecnológicas para la optimización del servicio
- Innovaciones en la gestión de sala

Tema 5: Gestión de la experiencia de cliente

- Creación de experiencias gastronómicas memorables
- Personalización del servicio
- Técnicas de fidelización y manejo del Feedback

Tema 6: Las franquicias gastronómicas

- Concepto y características
- Principios básicos de la gestión de franquicias
- Formación y supervisión del personal de franquicias
- Control de calidad y cumplimiento de estándares

Tema 7: Estrategia de expansión y marketing de franquicias

- Planificación y desarrollo de la red de franquicias
- Selección de franquiciados y ubicaciones
- Gestión de contratos y relaciones con los franquiciados
- Estrategias de marketing
- Gestión de la imagen de marca

Tema 8: Consideraciones especiales en la gestión de la cocina:

- Distribución y organización del trabajo

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

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

Alonso, G. (2018). *Gestión de restaurantes y servicios de comidas*. Paraninfo.

Álvarez, A., & Lázaro, J. (2019). *Manual de gestión de sala y servicio de restaurante*. Editorial Síntesis.

Cruz, J., & Villagrán, E. (2021). *Estrategias de marketing para restaurantes y franquicias*. Trillas.

Hernández, M., & Martínez, L. (2020). *El arte del servicio de sala: Técnicas y habilidades para profesionales de la hostelería*. Editorial Icaria.

Márquez, S., & Rodríguez, P. (2021). *Gestión operativa de restaurantes: Claves para el éxito*. ESIC Editorial.

Pastor, J. (2019). *Franquicias: Cómo desarrollar con éxito una red de franquicias*. Ecoe Ediciones.