

PLAN DOCENTE

Grado en Dirección y Gestión Gastronómica

Asignatura	**Fundamentos de empresa y modelos de negocio gastronómico**
Materia	**Fundamentos de la empresa**
Créditos	**6 ECTS**
Año académico	**2024-2025**
Curso / semestre	**Primero / Primero**

RED DE EDUCACIÓN SUPERIOR
Planeta Formación Universidades

CENTRO ADSCRITO
Universitat de Barcelona

CONTENIDOS

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

1. PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

1.1. DESCRIPCIÓN

En esta asignatura se exploran los principios fundamentales de la gestión empresarial aplicados específicamente al sector gastronómico, desde los conceptos básicos de empresa, creación y desarrollo de una idea de negocio hasta la gestión operativa y estratégica de un establecimiento gastronómico. Se analizan las diferentes estructuras organizativas, las funciones empresariales clave, y cómo se interrelacionan para lograr un funcionamiento eficiente y exitoso. Además, se profundiza en la importancia de la planificación financiera, la gestión de recursos humanos, y la administración de la calidad y el servicio, aspectos esenciales para el éxito en el competitivo mundo de la gastronomía. Los estudiantes tendrán la oportunidad de desarrollar y presentar su propio modelo de negocio gastronómico, aplicando los conocimientos adquiridos para diseñar propuestas viables y sostenibles. Esta asignatura proporciona una base sólida para aquellos que aspiran a liderar y gestionar con éxito negocios en el apasionante ámbito de la gastronomía.

1.2. APLICACIONES PROFESIONALES RELEVANTES

Los conocimientos adquiridos permiten a los estudiantes desarrollar habilidades críticas para la creación y gestión de negocios gastronómicos, desde restaurantes y cafeterías hasta servicios de catering y food trucks. La comprensión de estructuras organizativas, planificación financiera, y gestión de recursos humanos es esencial para la administración eficiente de una empresa, mientras que el análisis de modelos de negocio y estrategias de marketing ofrece las herramientas necesarias para innovar y diferenciarse en un mercado altamente competitivo. Además, la integración de prácticas sostenibles y responsabilidad social en la gestión empresarial responde a las demandas actuales de consumidores y regula la industria, fortaleciendo la reputación y el éxito a largo plazo del negocio.

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.

RAS5 Formular soluciones en los distintos departamentos que conforman las empresas y las organizaciones gastronómicas en su adaptación a los procesos de digitalización.

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.

2.1.3. COMPETENCIAS

RAC2 Ejercer de manera responsable el puesto de trabajo asignado en la gestión cotidiana de la empresas y organizaciones gastronómicas respetando los derechos humanos, la diversidad y la perspectiva de género.

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

RAB1 Explicar la evolución y los motivos de la aparición de la gastronomía como disciplina académica en el ámbito universitario.

RAB2 Clasificar de forma crítica las distintas teorías y conceptos sobre las organizaciones empresariales y los modelos de negocio en el sector de la gastronomía.

RAB3 Describir los tipos de estructuras empresariales, sus departamentos y formas de organización interna en el sector de la gastronomía.

RAB5 Describir los principales métodos de investigación en el estudio de las empresas y modelos de negocio en el ámbito de la gastronomía.

RAE1	Clasificar las diferentes tipologías de empresas y modelos de negocio en función de la evolución del sector de la gastronomía.
RAE3	Definir la dirección y gestión de los RRHH en los diferentes tipos de organizaciones en el sector de la gastronomía.
HCC3	Distinguir las diferentes estructuras organizativas de RRHH y las distintas culturas empresariales en los modelos de negocio en el sector gastronómico.
HABCOM1	Expresarse oralmente y por escrito en catalán y castellano y en una tercera lengua, con dominio del lenguaje especializado de la disciplina.
HABCOM2	Manifestar 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 a la empresa gastronómica

- Definición de empresa y sus características
- Tipos de empresas en el sector gastronómico
- El ciclo de vida de una empresa gastronómica
- La importancia del espíritu emprendedor en la gastronomía

Tema 2: Estructuras organizativas y funciones empresariales

- Diferentes estructuras organizativas
- Funciones empresariales clave: producción, marketing, finanzas y recursos humanos
- La interrelación entre las funciones empresariales
- Gestión operativa y estratégica

Tema 3: Modelos de negocio gastronómico

- Tipologías de modelos de negocio en gastronomía
- Factores clave de éxito para diferentes tipos de negocio
- Innovación en modelos de negocio gastronómico

Tema 4: Desarrollo y validación de ideas de negocio

- Generación y evaluación de modelos de negocio
- Herramientas para el desarrollo de modelos de negocio
- Validación de modelos de negocio en el mercado

Tema 5: Sostenibilidad y responsabilidad social en gastronomía

- Conceptos de sostenibilidad en el sector gastronómico
- Prácticas sostenibles y su implementación
- Responsabilidad social corporativa

4. METODOLOGÍAS DOCENTES

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

Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation. John Wiley & Sons

Pollan, M. (2017). El Dilema del omnívoro: en busca de la comida perfecta. Debate.

Rodríguez-Monteagudo, E., Marí, T. H., & Segarra-Saavedra, J. (2014). “La gastronomía como producto de entretenimiento. Análisis de restaurantes y programas culinarios de éxito en España desde una perspectiva creativa.” Pangea. Revista de Red Académica Iberoamericana de Comunicación, 5(1), 145-157.

Rosàs Xicota, J. (2021). Más allá del éxito y del fracaso. Los valores que sostienen a las personas ante el éxito y el fracaso. Ediciones Obelisco

Martin Berasategui

CULINARY HUB