

## Guía Docente de *Empresa y gastronomía*

### 1. DATOS DE LA ASIGNATURA

<b>Nombre</b>	<b>Empresa y gastronomía</b>				
<b>Materia</b>	Gestión empresarial				
<b>Código</b>	GGCC02				
<b>Titulación</b>	Grado en Ciencias Gastronómicas y Artes Culinarias				
<b>Centro</b>	Facultad de Ciencias Gastronómicas - Basque Culinary Center				
<b>Tipo</b>	Formación básica				
<b>Año académico</b>	2017-2018	<b>Curso</b>	1 <sup>er</sup> curso	<b>Periodo lectivo</b>	2 <sup>º</sup> semestre
<b>Itinerario</b>	--				
<b>Idioma</b>	Inglés				
<b>ECTS</b>	6				
<b>Horario</b>	Consultar en Moodle.				
<b>Aula/Taller</b>	Consultar en Moodle.				

### 2. DATOS DEL PROFESORADO

<b>Profesor</b>	POZUETA, Elena
-----------------	----------------

### 3. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

#### 3.1. Presentación

Este curso ofrece una visión general de la empresa, gestión, sistemas de gestión por procesos de calidad y marketing. Aspira a introducir al alumno en los conceptos, habilidades y técnicas que se utilizan para gestionar empresas y mercados. La teoría y los conceptos más abstractos son aplicados a través de estudios de casos, ejemplos, grupos de discusión, trabajos escritos y proyectos. Se requerirá la asistencia regular y la participación plena en todas las actividades individuales y de grupo.

#### 3.2. Objetivos

El alumno tendrá una visión teórica global y particular, así como de su aplicación en el mundo profesional, del espíritu empresarial, la gestión de la empresa, gestión por procesos y marketing. Interiorización y de la adquisición de conocimientos de los elementos críticos del empresario y la empresa de gestión.

#### 3.3. Conocimientos previos requeridos

No se requieren.

## 4. COMPETENCIAS

### 4.1. Competencias específicas o técnicas

**C.04:** Identificar y aplicar herramientas y técnicas de gestión de los diferentes procesos (procesos de apoyo al servicio, procesos de producción y procesos de comercialización y marketing), atendiendo a la orientación al cliente, a la rentabilidad del negocio y a la normativa vigente.

**C.07:** Definir y desarrollar una propuesta innovadora de negocio viable y sostenible en el ámbito gastronómico, o incorporar mejoras a las ya existentes.

**C.09:** Participar en el diseño e implementación de proyectos de trabajo realizados a partir de una solicitud de asesoría en el ámbito gastronómico, actuando de manera sistemática, profesional y rigurosa.

### 4.2. Competencias transversales

CT. 01: Planificación y organización

CT. 04: Trabajo en equipo

CT. 06: Aprender a aprender

CT. 09: Uso de las TIC

## 5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS Y METODOLOGÍA DOCENTE

		Actividades formativas (%)						Total % / Actividad formativa	Evaluación propuesta (ECTS)			Total ECTS / Evaluación propuesta
		Presentación en el aula en clases participativas, de conceptos y procedimientos asociados a las materias.	Resolución de ejercicios, problemas y/o casos, individualmente y/o en equipo.	Realización de prácticas en talleres y/o laboratorios.	Desarrollo, redacción y presentación de proyectos individuales o en equipo y del trabajo final de grado individual.	Estudio y trabajo individual y/o en equipo, pruebas y exámenes.	Ponencias, jornadas, visitas a empresas.		Pruebas escritas y orales individuales para la evaluación de competencias técnicas de la materia.	Informes de realización de ejercicios y de estudio de casos, prácticas en taller y/o en laboratorio.	Capacidad técnica, implicación en el proyecto, trabajo realizado, resultados obtenidos, documentación entregada, presentación y defensa técnica.	
<b>Resultado de aprendizaje</b>												
<b>RA2.07</b>	Describir y analizar los procesos de apoyo al servicio (equipos e instalaciones, espacios, protocolo y modelo de servicios, reservas, contrataciones, calidad de los servicios, seguridad, carta, stocks, bodega...) tomando en consideración tanto la orientación al cliente como las diferentes variables que inciden en la rentabilidad del negocio.	10	20		40	30		100%	0,8	0,6	1,6	3
<b>RA2.08</b>	Elaborar un plan de creación de una nueva empresa, desde su constitución hasta la puesta en marcha.	10	20	20	40		10	100%		0,2	1	1,2
<b>RA2.09</b>	Redactar informes valorativos que incluyan recomendaciones y las oportunidades de mejora identificadas o creación de nuevos negocios, priorizándolas con criterios de rentabilidad del negocio y orientación al cliente.	20	20		50	10		100%		0,6	1,2	1,8

### Mecanismos de recuperación

Se realizarán pruebas de recuperación parcial en función de las acciones evaluadoras que se realicen.

## 6. CONTENIDOS

### 6.1. Contenidos

- Empresa: naturaleza y evolución.
- Empresas de servicios (organización, funciones, etc.).
- El empresario y la función empresarial.
- Dirección de la empresa gastronómica: planificación estratégica, organización, coordinación, liderazgo, competencia comunicativa, toma de decisiones.
- Modelos de empresas en gastronomía y alimentación.
- Introducción a la creación de nuevas empresas.

## 7. RECURSOS DIDÁCTICOS Y BIBLIOGRAFÍA

### 7.1. Recursos didácticos necesarios

- Aulas multifuncionales equipadas con pizarra, proyector, mobiliario adaptable para trabajo en equipo, conexiones eléctricas y conexión WiFi.
- Talleres equipados para la aplicación práctica y adquisición de competencias.
- Plataforma Moodle.
- Material docente.

### 7.2. Bibliografía

#### **Bibliografía recomendada**

- ALONSO PUIG, Mario. *Ahora yo: ¿y si creas tu propio futuro en lugar de encontrártelo?* Barcelona: Plataforma Editorial, 2011. ISBN 978-84-15115-78-6
- BARLOW, Nigel May. *Re-think: piensa diferente*. Barcelona: Alienta, 2007. ISBN 978-84-9356-260-1.
- BRANSON, Richard. *Hagámoslo: las claves del éxito del fundador de Virgin*. Barcelona: ArcoPress, 2008. ISBN 84-96632-23-7.
- CHOUINARD, Yvon. *Let my people go surfing: the education of a reluctant businessman*. New York: Penguin Books, 2006. ISBN 0-14-303783-8.
- CHOUINARD, Yvon. *Que mi gente vaya hacer surf: la educación de un empresario rebelde*. Madrid: Desnivel, 2006. ISBN 84-9829-031-7.
- GODIN, Seth. *Tribus: necesitamos que tú nos lideres*. Barcelona: Gestión 2000, 2009. ISBN 84-9875-036-9.
- GOLDRATT, Eliyahu M. *La meta: un proceso de mejora continua*. 3ª ed. Madrid: Díaz de Santos, 2005. ISBN 84-7978-718-X.
- GOLDRATT, Eliyahu M. *No es cuestión de suerte*. Madrid: Díaz de Santos, 1995. ISBN 84-7978-200-5.
- KIM, Chan W.; MAUBORGNE, Renée. *La estrategia del océano azul: cómo crear en el mercado espacios no disputados en los que la competencia sea irrelevante*. Barcelona: Granica, 2005. ISBN 84-7577-411-3.
- KOEGEL, Timothy J. *The exceptional presenter: a proven formula to open up! and own the room*. Austin, TX: Greenleaf Book Group Press, 2007. ISBN 978-1-929774-44-9.
- KOTLER, Philip. *Dirección de marketing*. 12ª ed. Madrid: Prentice Hall, 2010. ISBN 84-205-4463-9.
- REYNOLDS, Garr. *Presentación zen: ideas sencillas para el diseño de presentaciones*. Edición. Madrid: Pearson Educación, 2010. ISBN 978-84-8322-637-7.
- ROSELL SALVÓ, Jordi. *Gestión del bar y cafetería: estrategias de éxito para su creación, organización y control*. [Vigo]: Ideaspropias, D.L. 2013. ISBN 978-84-9839-389-7.
- SAINZ DE VICUÑA ANCÍN, José María. *El plan de marketing en la práctica*. 16ª ed. rev. y act. Pozuelo de Alarcón: ESIC, 2011. ISBN 978-84-7356-800-5.
- WHEELER, Alina. *Diseño de marcas: una guía esencial para todo el equipo de diseño de una marca*. 4ª ed. Madrid: Anaya Multimedia, 2013. ISBN 978-84-415-3453-7.