

Guía Docente de *Gestión de la restauración*

1. DATOS DE LA ASIGNATURA

Nombre	Gestión de la restauración				
Materia	Gestión empresarial				
Código	GGCC06				
Titulación	Grado en Ciencias Gastronómicas y Artes Culinarias				
Centro	Facultad de Ciencias Gastronómicas - Basque Culinary Center				
Tipo	Obligatoria				
Año académico	2017-2018	Curso	4º curso	Periodo lectivo	1º semestre
Itinerario	--				
Idioma	Inglés				
ECTS	4				
Horario	Consultar en Moodle.				
Aula/Taller	Consultar en Moodle.				

2. DATOS DEL PROFESORADO

Profesora	AGUILERA, Ana María
Profesora	POZUETA, Elena

3. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

3.1. Presentación

Esta asignatura pretende culminar y englobar todos los conocimientos de Gestión impartidos durante el Grado, presentando así una visión 360 grados de la gestión de empresas del sector de la restauración y/o gastronomía a través de conocimiento específicos sobre gestión de personas, control de costes y viabilidad económico-financiera.

3.2. Objetivos

El alumno obtendrá una visión global de la gestión integral de una empresa de restauración, a través de técnicas de gestión de personas, a través de herramientas que faciliten el control de costes y el análisis de viabilidad económico-financiera de distintos modelos de negocio siendo capaces de identificar los factores claves para la optimización de su gestión.

3.3. Conocimientos previos requeridos

No se requieren.

4. COMPETENCIAS

4.1. Competencias específicas o técnicas
C.03: Identificar, definir y aplicar conocimientos y técnicas de gestión de personas en contextos propios del sector.
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.05: Realizar análisis de viabilidad económico-financiera de diferentes modelos de negocio de organizaciones de restauración, que garanticen el equilibrio entre la calidad y servicios ofrecidos y la sostenibilidad del mismo.
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.08: Identificar y analizar las fases del proceso de diseño y desarrollo de nuevos productos, conceptos y servicios gastronómicos, aplicando la legislación y normativa vigente en aspectos sanitarios, higiénicos, ambientales y de prevención y seguridad laboral.
C.11: Diseñar y mantener un sistema sencillo de información y vigilancia para mantenerse actualizado en cuestiones del ámbito gastronómico, con el fin de identificar las necesidades formativas propias que le permitan adquirir conocimientos ulteriores con un alto grado de autonomía.
C.12: Utilizar de forma efectiva diferentes herramientas y medios de información/comunicación tanto para recibir y valorar información generada en torno al sector, como para generar y transmitir información relacionada con distintos aspectos del mismo, en equipos multidisciplinares e, incluso, multiculturales.
C.13: Desarrollar actividades de divulgación y formación basándose en resultados de trabajos y proyectos realizados, dirigidas tanto a profesionales del sector como a personas ajenas al mismo, utilizando diferentes herramientas y soportes de formación.
4.2. Competencias transversales
CT. 01: Planificación y organización
CT. 02: Iniciativa
CT. 05: Orientación al cliente
CT. 07: Resolución de problemas
CT. 08: Comunicación eficiente
CT. 09: Uso de las TIC

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS Y METODOLOGÍA DOCENTE

		Actividades formativas (%)						Evaluación propuesta (ECTS)				
Resultado de aprendizaje												
RA7.09	Conocer las distintas herramientas de gestión de una empresa, la interrelación entre las mismas y las implicaciones de las decisiones departamentales.	60	20			20		100%	0,8	0,3	0,3	1,4
RA7.10	Conocer las funciones clave en la gestión de cualquier negocio, así como su aplicación en ámbitos empresariales ligados a la gastronomía, no necesariamente restauración.	30				40	30	100%	0,8	0,3	0,3	1,4
RA7.11	Capacidad para, en base a un plan de gestión, identificar los puntos críticos de gestión. Control y gestión.	60	40					100%	0,6	0,6		1,2
		Total % / Actividad formativa										
								Total ECTS / Evaluación propuesta				

Mecanismos de recuperación

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

6. CONTENIDOS

6.1. Contenidos

- Conceptos de calidad e innovación en la gestión
- Gestión en el negocio gastronómico
- Diseño de procesos en el negocio gastronómico
- Mecanismos de control de calidad del negocio
- Gestión estratégica y arquitectura organizacional en el sector gastronómico

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 básica

- B.DAVIS, A. LOCKWOOD, S.STONE. Food and beverage management. 5th Edition. Oxon: Routledge, 2012. ISBN 978-0-08-096670-0
- C. OJUGO, Practical Food & Beverage Cost Control. 2nd Edition. Cengage Learning, Inc. 2010. ISBN: 9781428335448
- J. FELIPE GALLEGO, Gestión de Alimentos y Bebidas para Hoteles, Bares y Restaurantes. 1^a Edición. Reimpresión 2012. Madrid: Paraninfo, 2012. ISBN 978-84-283-2805-04
- C. CABRERA, El Celler de Can Roca: generando valor en empresas de servicios. Barcelona: Libbooks Barcelona S.L.L., 2015. ISBN: 978-84-943388-6-1.

Bibliografía recomendada

- ALONSO PUIG, Mario. *Ahora yo: ¿y si creas tu propio futuro en lugar de encontrarlo?* 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*. 3^a 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*. 12^a 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*. 16^a 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*. 4^a ed. Madrid: Anaya Multimedia, 2013. ISBN 978-84-415-3453-7.