

Guía Docente de *Nuevas tendencias e innovación en procesos de servicio*

1. DATOS DE LA ASIGNATURA

Nombre	Nuevas tendencias e innovación en procesos de servicio				
Materia	Itinerario: Innovación, negocio y emprendizaje				
Código	GGHH01				
Titulación	Grado en Ciencias Gastronómicas y Artes Culinarias				
Centro	Facultad de Ciencias Gastronómicas - Basque Culinary Center				
Tipo	Optativa				
Año académico	2017-2018	Curso	3 ^{er} curso	Periodo lectivo	2 ^o semestre
Itinerario	Innovación, negocio y emprendizaje				
Idioma	Inglés				
ECTS	3				
Horario	Consultar en Moodle.				
Aula/Taller	Consultar en Moodle.				

2. DATOS DEL PROFESORADO

Profesor	SANTAMARÍA, Oskar
-----------------	-------------------

3. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

3.1. Presentación

En la asignatura de Nuevas Tendencias e Innovación en procesos de servicio, el alumno aprenderá a realizar un análisis crítico de la información de carácter divulgativo referente a las tendencias que están ocurriendo además de a los procesos de innovación en el servicio, además de a lograr mejorar y potenciar sus habilidades y competencias específicas.

Al mismo tiempo le permite identificar no sólo buenas e innovadoras prácticas en servicio, sino conocer y aplicar herramientas.

A lo largo del curso, el alumno tendrá actividades cotidianas relacionadas con el servicio que le proporcionarán una visión amplia y global de diferentes modelos de negocio y servicio. Para ello se realizarán visitas, y además tendrán la oportunidad de trabajar en retos reales, experiencias de aprendizaje propuestas por empresas del sector con el fin de que los alumnos planteen soluciones, y las presenten y defiendan.

Las clases serán participativas tanto en su aspecto teórico como en talleres. Además, se presentarán trabajos y tareas de aprendizaje semanales tanto escritos como orales para analizar la evolución de aprendizaje a lo largo del curso.

3.2. Objetivos

- Sensibilizar sobre la relevancia de la atención al cliente en el sector y la implicación de todas las personas del equipo
- Adquirir una visión global de la importancia de la incorporación de procesos innovadores y de mejora en el servicio.
- Comprender las distintas etapas y momentos de contacto en el servicio y conocer e implantar herramientas de mejora en los “momentos de la verdad” en la atención
- Analizar y conocer situaciones y tendencias para poder ofrecer propuestas adaptadas a las diferentes nacionalidades y segmentos de cliente
- Entender la importancia de la comunicación eficaz e implementar herramientas y técnicas eficaces y eficientes.

3.3. Conocimientos previos requeridos

No se requieren

4. COMPETENCIAS

4.1. Competencias específicas o técnicas
C.02: Identificar y valorar la aplicación de procesos innovadores en el ámbito del servicio y atención al cliente con el fin de realizar una oferta gastronómica más completa y de calidad elevada.
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.06: Identificar y valorar los principales aspectos y tendencias de la cultura gastronómica tanto nacional como internacional, reconociendo posibles espacios de dicho ámbito en los que puedan realizarse cambios e innovaciones que permitan el desarrollo de nuevas ideas y/o actividades.
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.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. 03: Flexibilidad
CT. 04: Trabajo en equipo
CT. 05: Orientación al cliente
CT. 06: Aprender a aprender
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 (%)						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.	
Resultado de aprendizaje												
RA6.16	Definir un modelo de servicios desde una visión estratégica hasta el análisis de los procesos operativos necesarios para llevarlo a la práctica.	25	20		25	25	5	100%	0,30	0,50	0,40	1,2
RA6.17	Aplicar las palancas organizativas para la gestión de la innovación en empresas de servicios, así como los elementos que, desde la innovación, generan ventajas sostenibles en servicios.	25	15		25	25	10	100%	0,40	0,20	0,30	0,9
RA6.18	Diseñar la propuesta de valor y dominar las herramientas para el análisis y rediseño de la experiencia de clientes.	25	20		20	25	10	100%	0,30	0,30	0,30	0,9

Mecanismos de recuperación

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

6. CONTENIDOS

6.1. Contenidos

- Conceptos generales sobre la innovación y sobre los procesos de servicios empresariales.
- El modelo de procesos de un establecimiento gastronómico.
- El modelo de procesos de la industria alimentaria.
- Principios de innovación en el sector gastronómico: productos, procesos, modelos de negocio, conceptos.
- Modelos de innovación. Aplicación práctica.
- Proyectos de innovación: de la idea al proyecto. Técnicas en la generación de ideas para la innovación en servicios.
- Gestión del cambio: personas, procesos, sistemas y cultura.

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

BETTENCOURT, L. (2010). *Service innovation: How to go from customer needs to breakthrough services*. McGraw Hill Professional.

OSTERWALDER, A., PIGNEUR, Y., BERNARDA, G., & SMITH, A. (2014). *Value proposition design: how to create products and services customers want*. John Wiley & Sons.

AAL, K., DI PIETRO, L., EDVARDSSON, B., RENZI, M. F., & GUGLIELMETTI MUGION, R. (2016). Innovation in service ecosystems: An empirical study of the integration of values, brands, service systems and experience rooms. *Journal of Service Management*, 27(4), 619-651.

NIEVES, J., & DIAZ-MENESES, G. (2016). Antecedents and outcomes of marketing innovation: an empirical analysis in the hotel industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(8).

Bibliografía recomendada

SNIUKAS, M., LEE, P., & MORASKY, M. (2016). *The Art of Opportunity: How to Build Growth and Ventures Through Strategic Innovation and Visual Thinking*. John Wiley & Sons.