GUÍA DOCENTE
2026 - 2027

FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Conceptualización de la Oferta Gastronómica
Código	E000015465
Título	Graduado o Graduada en Gastronomía e Innovación Culinaria por la Universidad Pontificia Comillas [GGIC 23]
Impartido en	Grado en Gastronomía e Innovación Culinaria [Cuarto Curso]
Nivel	Reglada Grado Europeo
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	6,0 ECTS
Carácter	Optativa (Grado)
Departamento / Área	Madrid Culinary Campus (MACC)
Descriptor	La asignatura aborda el proceso de conceptualización y diseño de ofertas gastronómicas innovadoras y viables, analizando los modelos de gestión aplicados a la restauración, la hotelería y el sector turístico. Estudia la creación, desarrollo y evolución de modelos de negocio, la definición de productos y servicios gastronómicos, y la identificación de los elementos diferenciales que configuran una propuesta de valor. Asimismo, profundiza en el análisis del mercado, las tendencias de consumo, la segmentación de clientes y la adecuación de la oferta a las necesidades del público objetivo. Se analizan también aspectos relacionados con el diseño de espacios, la gestión integral de la oferta de comida y bebida, los manuales operativos y las herramientas básicas para evaluar la viabilidad y el posicionamiento de proyectos gastronómicos.

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	Elena Pozueta Iarios
Departamento / Área	Madrid Culinary Campus (MACC)
Correo electrónico	epozueta@comillas.edu

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura

Aportación al perfil profesional de la titulación

La gastronomía contemporánea trasciende el ámbito de la restauración tradicional y se desarrolla en sectores tan diversos como la hotelería, el retail, la salud, la educación, el ocio o los espacios de trabajo. En este contexto, los futuros profesionales necesitan ser capaces de integrar conocimientos, analizar entornos complejos e identificar oportunidades para desarrollar propuestas gastronómicas relevantes, capaces de generar valor para las personas, las organizaciones y la sociedad.

Esta asignatura proporciona al estudiante una metodología para comprender problemas, investigar el contexto, identificar oportunidades y conceptualizar propuestas gastronómicas relevantes, viables y sostenibles. Para ello, integra los conocimientos y competencias adquiridos a lo largo del grado, favoreciendo una visión estratégica, sistémica y crítica que permite tomar decisiones fundamentadas y desarrollar propuestas adaptadas a las necesidades de distintos sectores y modelos de negocio.

Como parte de la Mención en Creatividad Gastronómica, la asignatura contribuye al desarrollo de una actitud analítica, creativa y orientada a la innovación, promoviendo la capacidad de conceptualizar propuestas gastronómicas capaces de evolucionar y responder a los retos actuales y futuros del sector.

Prerrequisitos

Aunque la asignatura no establece prerrequisitos específicos, se apoya en los conocimientos y competencias adquiridos previamente en materias relacionadas con la gestión, el diseño, la innovación y el marketing gastronómico. Se espera que el estudiante sea capaz de integrar los conocimientos y competencias adquiridos para abordar el proceso de conceptualización desde una perspectiva crítica, estratégica e interdisciplinar.

Resultados del proceso de formación y aprendizaje

GENERALES

CG01	Capacidad para el pensamiento analítico y sistémico aplicado en el ámbito de la gastronomía.	
	RA1	Describe, relaciona e interpreta situaciones y planteamientos sencillos
	RA2	Selecciona los elementos más significativos y sus relaciones en textos complejos
	RA3	Identifica las carencias de información y establece relaciones con elementos externos a la situación planteada.
CG05	Capacidad de pensar y gestionar estratégicamente en el contexto de la gastronomía.	
	RA1	Reflexiona sobre las mejores estrategias aplicables a cada situación.
	RA2	Gestiona situaciones diversas de manera dinámica, e identifica los conocimientos y destrezas aplicables en cada caso.
CG07	Capacidad crítica y autocrítica en el ámbito de la gastronomía	
	RA1	Analiza su propio comportamiento buscando la mejora de sus actuaciones
	RA2	Se muestra abierto a la crítica externa sobre sus actuaciones
CG08	Capacidad de adaptación al entorno y a nuevas situaciones generadas en el ámbito de la gastronomía.	
	RA1	Mantiene el dinamismo y el control en situaciones de presión de tiempo, desacuerdo, oposición o adversidad.
	RA2	Aplica conocimientos y formas de actuación contrastadas en situaciones conocidas a otras que son nuevas o inesperadas.
CG09	Capacidad de toma de decisiones y resolución de problemas aplicadas en el ámbito gastronómico	

	RA1	Identifica y define adecuadamente el problema y sus posibles causas.
	RA2	Plantea posibles soluciones pertinentes y diseña un plan de acción para su aplicación.
	RA1	Dispone de la capacidad para tomar decisiones de una forma autónoma.
CG10	Capacidad de trabajo en equipo en el ámbito gastronómico.	
	RA1	Participa de forma activa en el trabajo de grupo compartiendo información, conocimientos y experiencias.
	RA2	Se orienta a la consecución de acuerdos y objetivos comunes
CG11	Capacidad creativa, innovadora y de emprendimiento en gastronomía	
	RA1	Elabora trabajos adoptando enfoques originales.
	RA2	Resuelve casos prácticos aportando soluciones nuevas y diferentes ante problemas y situaciones habituales en la práctica profesional.
CG12	Habilidad para planificar y gestionar el tiempo en la actividad gastronómica.	
	RA1	Planifica su trabajo personal de una manera viable y sistemática.
	RA2	Se integra y participa en el desarrollo organizado de un trabajo en grupo.
CG14	Compromiso ético aplicado a la gestión gastronómica.	
	RA1	Adecua su actuación a los valores propios del humanismo y la justicia.
	RA2	Procura defender los derechos humanos y los valores de la ética medioambiental ante sus compañeros
CG15	Capacidad de comunicación oral y escrita en el entorno gastronómico	
	RA1	Expresa sus ideas de forma estructurada, inteligible y convincente.
	RA2	Escribe con corrección.
	RA3	Elabora, cuida y consolida un estilo personal de comunicación, tanto oral como escrita, y valora la creatividad en estos ámbitos
ESPECÍFICAS		
CE10	Diseñar y planificar la elaboración de menús, oferta gastronómica y eventos adaptados a las expectativas del cliente y el entorno.	

	RA1	Aprender a planificar, diseñar y realizar un evento, teniendo en cuenta diversos ámbitos: comunicación, comercialización, gestión y control de gastos, así como los condicionantes legales, institucionales, sociales y culturales que influyen en su planificación.
	RA2	Dominar los distintos tipos de protocolos, conjunto de reglas, formales, de cortesía, sociales o establecidas por costumbres que rigen los distintos actos, ceremonias y otros eventos.
CE17	Conocer y analizar las tendencias actuales y la conceptualización de las propuestas en el ámbito gastronómico.	
	RA1	Conocer las estructuras en el sector turístico y tendencias relacionadas con la gastronomía, experiencias entorno al turismo gastronómico, así como ser capaces de identificar, analizar e implementar dichas estructuras.
	RA2	Conocer los factores claves en el diseño de negocios relacionado con la gastronomía. La importancia de los detalles que transmiten personalidad y dan sentido a la conceptualización de la empresa: arquitectura, interiorismo, mobiliario, vajillas, vestimenta, etc.
	RA3	Saber llevar a cabo la creación y el desarrollo de un proyecto, anudando los diversos puntos claves para su conceptualización y definición: Oferta, producto, servicio, ubicación, gestión, líneas de venta, target, etc.
ESPECÍFICAS DE OPTATIVIDAD		
CEOMCG06	Capacidad de generar y conceptualizar una oferta basada en una visión analítica de las tendencias, estilos y movimientos gastronómicos actuales.	
	RA1	Conoce y analiza las distintas tendencias y modelos de éxito, así como los estilos y movimientos gastronómicos del momento.
	RA2	Capacidad de generar una oferta fundamentada en el estudio de mercado

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

Contenidos – Bloques Temáticos

Bloque I Fundamentos de la conceptualización gastronómica y análisis del contexto

Introducción al proceso de conceptualización gastronómica como herramienta estratégica. Análisis del contexto, del entorno, de las tendencias y de los factores que condicionan el desarrollo de propuestas gastronómicas en distintos ámbitos del sector.

Bloque II Investigación, identificación de oportunidades y definición de la propuesta de valor

Métodos de investigación y análisis orientados a comprender las necesidades de las personas, identificar oportunidades y definir propuestas de valor coherentes con el contexto, el mercado y los objetivos del proyecto

Bloque III Conceptualización y desarrollo de propuestas gastronómicas

Desarrollo de propuestas gastronómicas integrando los conocimientos adquiridos a lo largo del grado para dar respuesta a retos reales del ámbito gastronómico, considerando la experiencia, la viabilidad, la sostenibilidad y los distintos elementos que configuran un

concepto gastronómico.

Bloque IV Validación, implementación y evolución de propuestas gastronómicas

Evaluación del desempeño de las propuestas gastronómicas mediante indicadores, obtención de evidencias y procesos de mejora continua que favorezcan su adaptación y evolución en entornos cambiantes.

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

La asignatura adopta una metodología activa, experiencial y centrada en el estudiante, orientada al desarrollo de competencias profesionales mediante la resolución de retos reales de conceptualización gastronómica.

El proceso de aprendizaje se estructura en torno al desarrollo progresivo de un proyecto de conceptualización que acompaña al estudiante durante todo el semestre, integrando los conocimientos y competencias adquiridos previamente en el grado y aplicándolos a situaciones reales del ámbito gastronómico. A través de este proyecto, el alumnado desarrollará una metodología de trabajo basada en el análisis, la investigación, la creatividad, la toma de decisiones fundamentadas, la validación de propuestas y la mejora continua.

Las sesiones combinarán exposiciones participativas, talleres prácticos, análisis de casos reales, dinámicas colaborativas, presentaciones y sesiones de feedback. Como apoyo al proceso de aprendizaje, la asignatura podrá incorporar la participación de profesionales del sector y otras experiencias que acerquen al alumnado a la realidad profesional.

La conceptualización se abordará como un proceso iterativo y evolutivo, en el que la observación del entorno, el contacto con las personas, el análisis de evidencias y la incorporación del feedback permiten revisar y mejorar progresivamente las propuestas desarrolladas.

Metodología Presencial: Actividades

Clases expositivas y participativas Las sesiones combinarán la presentación de los fundamentos conceptuales de cada bloque con la participación activa del alumnado mediante preguntas, reflexión, debate y análisis crítico. El profesorado proporcionará el marco metodológico necesario para interpretar la realidad gastronómica y establecer conexiones entre los contenidos de la asignatura y los conocimientos adquiridos previamente en el grado.	CG01, CG07, CG14, CG05, CG08, CG09, CG11, CE10, CE17, CEOMCG06
Actividades prácticas / resolución de problemas Se desarrollarán talleres de conceptualización, análisis de casos y resolución de retos reales. Mediante dinámicas individuales y colaborativas, el alumnado identificará problemas y oportunidades, generará propuestas, tomará decisiones, validará hipótesis e incorporará el *feedback* recibido.	CG01, CG07, CG10, CG14, CG05, CG08, CG09, CG11, CE10, CEOMCG06

Trabajos individuales / grupales El alumnado desarrollará progresivamente un proyecto de conceptualización gastronómica, integrando los aprendizajes adquiridos en los diferentes bloques temáticos. El proyecto se desarrollará mediante entregas parciales y procesos de revisión, validación y mejora continua.	CG01, CG07, CG10, CG14, CG08, CG09, CG11, CE10, CEOMCG06
Exposiciones individuales / grupales El alumnado presentará la evolución y los resultados de su proyecto, explicando el proceso seguido, las decisiones adoptadas y las evidencias utilizadas. Estas exposiciones permitirán desarrollar la capacidad de comunicación, argumentación, síntesis y defensa de las propuestas.	CG01, CG07, CG15, CE10, CEOMCG06
Tutorización Las tutorías estarán destinadas a orientar el desarrollo del proyecto, resolver dudas y acompañar el proceso de aprendizaje individual y grupal durante el semestre.	CG01, CG07, CG14, CG15, CG05, CG08, CG09, CG11, CG12, CE10, CE17, CEOMCG06
Metodología No presencial: Actividades	
Estudio personal y documentación El alumnado realizará actividades de estudio, investigación y documentación orientadas al análisis del contexto, el mercado, las tendencias, las personas, los modelos de negocio y los referentes nacionales e internacionales relevantes para el proyecto de conceptualización.	CG01, CG07, CG14, CG05, CG08, CG09, CG11, CG12, CE10, CE17, CEOMCG06

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES				
AF3. Actividades prácticas / resolución de problemas	AF4. Trabajos individuales / grupales	AF5. Exposiciones individuales / grupales	AF6. Tutorización	AF1. Clases participativas y expositivas
20.00	7.50	2.50	10.00	20.00
HORAS NO PRESENCIALES				
AF2. Estudio personal y documentación	AF3. Actividades prácticas / resolución de problemas	AF4. Trabajos individuales / grupales	AF5. Exposiciones individuales / grupales	
30.00	30.00	22.50	7.50	
CRÉDITOS ECTS: 6,0 (150,00 horas)				

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

El uso de IA para crear trabajos completos o partes relevantes, sin citar la fuente o la herramienta o sin estar permitido expresamente en la descripción del trabajo, será considerado plagio y regulado conforme al Reglamento General de la Universidad.

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso

SE01. Examen oral individual	**Dominio de los conceptos. Capacidad de análisis, argumentación y pensamiento crítico. Coherencia en el razonamiento y capacidad para justificar decisiones en contextos gastronómicos.**	40
SE02. Actividades prácticas y resolución de problemas	**Aplicación de la metodología de conceptualización. Capacidad de análisis, creatividad, fundamentación de las decisiones y resolución de retos planteados durante el curso.**	15
SE03. Proyecto de conceptualización gastronómica (trabajo individual o grupal)	**Calidad del proceso de investigación y conceptualización. Coherencia de la propuesta. Integración de criterios de viabilidad, sostenibilidad y experiencia de usuario. Evolución del proyecto e incorporación del feedback recibido durante el semestre.**	20
SE04. Presentación y defensa del proyecto	**Claridad expositiva. Capacidad de síntesis y comunicación. Solidez de la argumentación. Capacidad para responder preguntas y defender las decisiones adoptadas.**	15
SE06. Participación activa en clase	**Participación constructiva en debates, talleres y actividades colaborativas. Contribución al aprendizaje del grupo y actitud durante el desarrollo de la asignatura.**	10

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

Adrià, F. (2017). *Sapiens. Comprender para crear*. elBulli Foundation.

Brown, T. (2009). *Change by Design: How Design Thinking Creates New Alternatives for Business and Society*. Harper Business.

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014). *Value Proposition Design*. John Wiley & Sons.

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy*. Harvard Business School Press.

Plattner, H., Meinel, C., & Leifer, L. (Eds.). (2011). *Design Thinking: Understand – Improve – Apply*. Springer.

Ries, E. (2011). *The Lean Startup*. Crown Business.

Stickdorn, M., Hormess, M., Lawrence, A., & Schneider, J. (2018). *This Is Service Design Doing*. O'Reilly Media.