



## FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Planificación y Definición del Diseño Gastronómico
Código	E000014451
Título	<a href="#">Graduado o Graduada en Gastronomía e Innovación Culinaria por la Universidad Pontificia Comillas</a>
Impartido en	Grado en Gastronomía e Innovación Culinaria [Tercer Curso]
Nivel	Reglada Grado Europeo
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	3,0 ECTS
Carácter	Obligatoria (Grado)
Departamento / Área	Madrid Culinary Campus (MACC)

## Datos del profesorado

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

### Contextualización de la asignatura

#### Aportación al perfil profesional de la titulación

La asignatura explora el diseño como herramienta estratégica y creativa para construir proyectos gastronómicos con identidad propia. A través de la metodología Sapiens, el alumno se aproximará al *branding* y aprenderá a conceptualizar, visualizar y comunicar experiencias gastronómicas completas, desde el *namimg* hasta la identidad espacial.

#### Prerrequisitos

Ninguno

## Competencias - Objetivos

### Competencias

#### 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.
CG02	Capacidad de aplicar los conocimientos a la gestión gastronómica	



	<b>RA1</b>	Determina el alcance y la utilidad práctica de las nociones teóricas.
	<b>RA2</b>	Identifica correctamente los conocimientos aplicables a cada situación.
	<b>RA3</b>	Relaciona los conocimientos con las distintas aplicaciones profesionales o prácticas.
	<b>RA4</b>	Resuelve casos prácticos que presentan una situación profesional real.
<b>CG05</b>	Capacidad de pensar y gestionar estratégicamente en el contexto de la gastronomía.	
	<b>RA1</b>	Reflexiona sobre las mejores estrategias aplicables a cada situación.
	<b>RA2</b>	Gestiona situaciones diversas de manera dinámica, e identifica los conocimientos y destrezas aplicables en cada caso.
<b>CG07</b>	Capacidad crítica y autocrítica en el ámbito de la gastronomía	
	<b>RA1</b>	Analiza su propio comportamiento buscando la mejora de sus actuaciones
	<b>RA2</b>	Se muestra abierto a la crítica externa sobre sus actuaciones
<b>CG08</b>	Capacidad de adaptación al entorno y a nuevas situaciones generadas en el ámbito de la gastronomía.	
	<b>RA1</b>	Mantiene el dinamismo y el control en situaciones de presión de tiempo, desacuerdo, oposición o adversidad.
	<b>RA2</b>	Aplica conocimientos y formas de actuación contrastadas en situaciones conocidas a otras que son nuevas o inesperadas.
<b>CG09</b>	Capacidad de toma de decisiones y resolución de problemas aplicadas en el ámbito gastronómico	
	<b>RA1</b>	Identifica y define adecuadamente el problema y sus posibles causas.
	<b>RA2</b>	Plantea posibles soluciones pertinentes y diseña un plan de acción para su aplicación.
	<b>RA1</b>	Dispone de la capacidad para tomar decisiones de una forma autónoma.
<b>CG10</b>	Capacidad de trabajo en equipo en el ámbito gastronómico.	
	<b>RA1</b>	Participa de forma activa en el trabajo de grupo compartiendo información, conocimientos y experiencias.
	<b>RA2</b>	Se orienta a la consecución de acuerdos y objetivos comunes
<b>CG11</b>	Capacidad creativa, innovadora y de emprendimiento en gastronomía	
	<b>RA1</b>	Elabora trabajos adoptando enfoques originales.
	<b>RA2</b>	Resuelve casos prácticos aportando soluciones nuevas y diferentes ante problemas y situaciones habituales en la práctica profesional.



<b>CG12</b>	Habilidad para planificar y gestionar el tiempo en la actividad gastronómica.	
	<b>RA1</b>	Planifica su trabajo personal de una manera viable y sistemática.
	<b>RA2</b>	Se integra y participa en el desarrollo organizado de un trabajo en grupo.
<b>CG13</b>	Capacidad para diseñar y gestionar proyectos en el ámbito gastronómico.	
	<b>RA1</b>	Planifica un proyecto complejo recogiendo información del entorno.
<b>CG14</b>	Compromiso ético aplicado a la gestión gastronómica.	
	<b>RA1</b>	Adecua su actuación a los valores propios del humanismo y la justicia.
	<b>RA2</b>	Procura defender los derechos humanos y los valores de la ética medioambiental ante sus compañeros
<b>CG15</b>	Capacidad de comunicación oral y escrita en el entorno gastronómico	
	<b>RA1</b>	Expresa sus ideas de forma estructurada, inteligible y convincente.
	<b>RA2</b>	Escribe con corrección.
	<b>RA3</b>	Elabora, cuida y consolida un estilo personal de comunicación, tanto oral como escrita, y valora la creatividad en estos ámbitos
<b>ESPECÍFICAS</b>		
<b>CE10</b>	Diseñar y planificar la elaboración de menús, oferta gastronómica y eventos adaptados a las expectativas del cliente y el entorno.	
	<b>RA1</b>	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.
	<b>RA2</b>	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.
<b>CE12</b>	Comprender las características distintivas de la organización de una empresa del sector de la restauración, de la hotelería y/o de la alimentación.	
	<b>RA1</b>	1 Aunar los conocimientos previos relacionados con la creación y puesta en marcha de un modelo de negocio vinculado al sector de la restauración.
	<b>RA2</b>	Poder auditar a una empresa en funcionamiento e implementar los diversos manuales de operación y de control para optimizar su funcionamiento.
	<b>RA3</b>	Entender las diversas tipologías de estructuras de organización, gestión y funcionamiento en el sector hotelero y los diferentes modelos existentes relacionados con la gastronomía y el alojamiento.



	<b>RA4</b>	Gestionar y desarrollar proyectos de investigación, siguiendo todas las etapas del mismo, haciendo hincapié en la protección de la propiedad intelectual, los modelos de cooperación empresarial, la búsqueda de financiación y la generación de bases de datos.
<b>CE17</b>		Conocer y analizar las tendencias actuales y la conceptualización de las propuestas en el ámbito gastronómico.
	<b>RA1</b>	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.
	<b>RA2</b>	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.
	<b>RA3</b>	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.
<b>ESPECÍFICAS DE OPTATIVIDAD</b>		
<b>CEOMCG05</b>		Identificar, enumerar y determinar los procesos para el desarrollo de un proyecto de investigación.
	<b>RA1</b>	Especifica los pasos necesarios para el desarrollo de una investigación.
	<b>RA2</b>	Detalla los parámetros para planificar cada proceso dentro del proyecto.
<b>CEOMCG06</b>		Capacidad de generar y conceptualizar una oferta basada en una visión analítica de las tendencias, estilos y movimientos gastronómicos actuales.
	<b>RA1</b>	Conoce y analiza las distintas tendencias y modelos de éxito, así como los estilos y movimientos gastronómicos del momento.
	<b>RA2</b>	Capacidad de generar una oferta fundamentada en el estudio de mercado
<b>CEOMGG06</b>		Identificar, valorar y seleccionar las materias primas en base a la calidad de las mismas y, a las necesidades de compra y actuaciones de negociación, el abastecimiento y la logística.
	<b>RA1</b>	Discernir las tipologías de materias primas preferentes para servicios de gastronomía incluidos grandes colectivos.
	<b>RA2</b>	Dominar y aplicar estrategias usadas en procesos de negociación para la compra de producto, estudiando ofertas y comparativas.
	<b>RA3</b>	Planificar y programar las operaciones de abastecimiento, logística, compra y suministro.
	<b>RA4</b>	Integrar en la compañía la gestión y control de inventarios y el aprovisionamiento, controlando documentos y stocks, entrada y revisión de materias, almacenaje y costes de gestión.



<b>CEOMGG07</b>	Saber gestionar el abastecimiento, la logística y los procesos de producción en el ámbito organizacional de una empresa dentro del sector gastronómico, mediante la implementación los diferentes elementos de un sistema de planificación.	
	<b>RA1</b>	Conocer y analizar los factores determinantes que intervienen en la gestión de la oferta de alimentación y bebidas de una empresa vinculada a la gastronomía.
	<b>RA2</b>	Control y seguimiento de la propuesta utilizando las herramientas adecuadas para ello.
	<b>RA3</b>	Describir los elementos que participan en la prestación de servicios y la configuración de la oferta.
	<b>RA4</b>	Analizar las oportunidades de mercado, seleccionando, planificando y ejecutando la operativa en función de estas.

## BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

### Contenidos – Bloques Temáticos

#### Bloque 1 | Comprender

1.1.- Metodología Sapiens

1.2.- Introducción a la cultura de marca

1.3.- Análisis de casos de éxito y tendencias actuales -

1.4.- Identidades estratégicas e identidades expresivas: puntos de contacto

#### Bloque 2 | Crear

2.1.- Estrategia de marca: propósito, valores, posicionamiento y personalidad

2.2.- Creación de narrativas de marca

2.3.- "Naming" e identidad verbal

2.4.- Visualización el concepto: de las corrientes visuales al "moodboard"

2.5.- Identidad visual: logotipo, tipografía, paleta de color, aplicaciones

#### Bloque 3 | Innovar

3.1.- Cohesión entre identidad visual y atmósfera del espacio

3.2.- Canales y estrategia de comunicación

3.3.- Presentación de marca: Storytelling aplicado al "pitch"

3.4.- Proyecto final integral en grupo

## METODOLOGÍA DOCENTE

### Aspectos metodológicos generales de la asignatura

La asignatura combina clases expositivas y participativas con talleres prácticos y análisis de casos. El aprendizaje se orienta a la práctica aplicada, fomentando la creatividad, el pensamiento estratégico y la capacidad crítica. Se requiere además trabajo autónomo para el estudio de referentes y el desarrollo progresivo de un proyecto final integral.



## Metodología Presencial: Actividades

AF1. Clases expositivas y participativas:

AF3. Actividades prácticas / resolución de problemas (40% presencial)

AF4. Trabajos individuales / grupales (25% presencial)

AF5. Exposiciones individuales / grupales (25% presencial)

AF6. Tutorización

## Metodología No presencial: Actividades

AF2. Estudio personal y documentación

AF3. Actividades prácticas / resolución de problemas (60% no presencial)

AF4. Trabajos individuales / grupales (75% no presencial)

AF5. Exposiciones individuales / grupales (75% no presencial)

## RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES				
Clases participativas y expositivas	Actividades prácticas / resolución de problemas	Trabajos individuales / grupales	Exposiciones individuales / grupales	Tutorización
18.00	4.00	3.00	3.00	2.00
HORAS NO PRESENCIALES				
Estudio personal y documentación	Actividades prácticas / resolución de problemas	Trabajos individuales / grupales	Exposiciones individuales / grupales	
23.00	6.00	9.00	7.00	
<b>CRÉDITOS ECTS: 3,0 (75,00 horas)</b>				

## 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



<b>SE01. Prueba teórico-práctica</b>	Capacidad para relacionar conceptos, conectar ideas y traducirlas en propuestas.  Claridad expositiva y el rigor en la argumentación.	40 %
<b>SE03. Trabajos individuales / grupales (incluye proyecto final) I</b>	Solidez conceptual y coherencia de principio a fin.  Originalidad de la propuesta creativa junto a la adecuación a la cultura y el mercado gastronómico.  La calidad formal y expresiva de la entrega será también un criterio relevante.	15 %
<b>SE03. Trabajos individuales / grupales (incluye proyecto final) II</b>	Solidez conceptual y coherencia de principio a fin.  Originalidad de la propuesta creativa junto a la adecuación a la cultura y el mercado gastronómico.  La calidad formal y expresiva de la entrega será también un criterio relevante.	15 %
<b>SE04. Exposiciones y presentaciones</b>	Capacidad de síntesis y persuasión en la comunicación oral.  Ser capaz de emocionar y convencer, no sólo explicar.  Uso eficaz y expresivo de recursos visuales	20 %
<b>SE06. Participación activa</b>	Actitud propositiva y colaborativa en talleres, debates y tutorías.  Capacidad de aportar referencias, descubrimientos y recursos que enriquezcan la discusión.  Colaboración en equipo y la actitud crítica constructiva.	10 %

## Calificaciones

### Convocatoria ordinaria

La evaluación se distribuirá en: prueba teórico-práctica (SE01) 40%, trabajos individuales y grupales, incluido el proyecto final (SE03) 30%, exposiciones y presentaciones (SE04) 20%, y participación activa (SE06) 10%. Para que la evaluación continua pueda aplicarse, será necesario obtener al menos un 4/10 en la prueba teórico-práctica.

### Convocatoria extraordinaria



Se mantendrán las calificaciones obtenidas en la evaluación continua siempre que sean iguales o superiores a 5 y resulten favorables. En caso contrario, la calificación final se basará exclusivamente en la prueba teórico-práctica

### Tercera y ulteriores convocatorias

El estudiante podrá optar por mantener la evaluación continua o ser evaluado únicamente mediante examen final.

### Dispensa de escolaridad

Los estudiantes con dispensa autorizada serán evaluados mediante prueba teórico-práctica y proyecto final.

### Asistencia obligatoria

Se exige un mínimo del 70% de asistencia. La inasistencia injustificada a más de un tercio de las clases puede suponer la pérdida de convocatoria ordinaria y extraordinaria, conforme a las Normas Académicas del MACC (art. 5).

### Uso de IA generativa

Se permite el uso de herramientas de inteligencia artificial generativa como parte del proceso de aprendizaje y creación (texto, imagen u otros formatos). Su utilización deberá ser intencional y crítica, de forma que aporte valor al proyecto y no derive en soluciones superficiales. La IA es una herramienta más: solo adquiere sentido cuando se emplea con criterio y dirección creativa.

## BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

### Bibliografía Básica

Wheeler, A. (2003). *Designing Brand Identity*. Wiley

Milá, M. (2019). *Lo esencial*. Lumen

*Abstract: The Art of Design* (2017–2019). Netflix

### Bibliografía Complementaria

*Milton Glaser: To Inform and Delight* (2008). Dir. Wendy Keys

*Helvetica* (2007). Dir. Gary Hustwit

*Objectified* (2009). Dir. Gary Hustwit

*Chefs Table* (2015) Netflix

*El Bulli: Cooking in Progress* (2011). Dir. Gereon Wetzel.

*Sin pan ni postre* (2024). Dir. Paco Plaza

*El Xef* (2016). Dir. David F. Miralles