



FICHA IDENTIFICATIVA

DATOS DE LA ASIGNATURA

Código: 36394

Nombre: Creación de empresas gastronómicas

Ciclo: Grado

Créditos ECTS: 6

Curso académico: 2025-26

TITULACIONES

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1212 - Grado en Ciencias Gastronómicas	Facultat de Farmàcia i Ciències de L'alimentació	4	Primer cuatrimestre

MATERIAS

Titulación	Materia	Carácter
1212 - Grado en Ciencias Gastronómicas	Creación de empresas gastronómicas	OPTATIVA

COORDINACIÓN

COMECHÉ MARTINEZ JOSE MANUEL

RESUMEN

En entornos cada vez más globalizados y competitivos la figura del emprendedor adquiere un papel protagonista en el contexto económico y social de una comunidad. De hecho, los emprendedores son personas que, con capacidad de iniciativa y de forma innovadora, desarrollan actividades que conllevan un riesgo desconocido. En el ámbito específico de la actividad empresarial, emprendedor es la persona que, mediante la innovación, la asunción de riesgos y la detección y explotación de oportunidades, crea una empresa y la dinamiza. Pues bien, con la asignatura "Creación de Empresas Gastronómicas" se pretende apoyar al alumno y capacitarlo para enfrentarse con mayores posibilidades de éxito en el proceso de creación y gestión de nuevas empresas, en esta ocasión tratando el ámbito y peculiaridades de las empresas gastronómicas.

El planteamiento didáctico de la asignatura es eminentemente práctico y los alumnos serán estimulados a involucrarse en un amplio abanico de ejercicios y trabajos de carácter totalmente aplicado agrupados en un gran proyecto: la creación de una empresa.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS DE LA MISMA TITULACIÓN



No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

OTROS TIPOS DE REQUISITOS

No requeridos. Aunque se considera conveniente haber cursado la optativa de "Emprendimiento y Plan de Negocio".

COMPETENCIAS / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

-

Adquirir la formación básica para formular hipótesis, recoger e interpretar la información para la resolución de problemas siguiendo el método científico y comprendiendo la importancia y las limitaciones del pensamiento científico.

Elaborar y manejar los escritos, informes y procedimientos de actuación más idóneos para los problemas suscitados y utilizando un lenguaje no sexista.

Planificar, ordenar y encauzar actividades de manera que se eviten en lo posible los imprevistos, se prevean y minimicen los eventuales problemas y se anticipen soluciones.

Poseer y comprender los conocimientos del área en el ámbito de las Ciencias Gastronómicas.

Ser capaz de iniciarse en nuevos campos de la gastronomía en general, a través del estudio independiente.

Ser capaz de trabajar en equipo y de organizar y planificar actividades, teniendo en cuenta, siempre, una perspectiva de género.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. El emprendedor

- 1.1. Perfil y competencias básicas
- 1.2. Características y Capacidades
- 1.3. Triángulo P S E: ¿por qué emprendemos?

2. Elementos clave del proyecto empresarial

- 2.1. Estructura: cohesión y coherencia
- 2.2. Enfrentamiento con la realidad: financiación y puesta en marcha
- 2.3. Marketing para el emprendedor: una herramienta para el combate.
- 2.4. La Gestión diaria, el equipo humano: confianza y responsabilidad.



VOLUMEN DE TRABAJO (HORAS)

ACTIVIDADES PRESENCIALES

Actividad	Horas
Teoría	15,00
Prácticas en aula	45,00
Total horas	60,00

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

Actividad	Horas
Asistencia a otras actividades	0,00
Elaboración de trabajos individuales o en grupo	0,00
Estudio y trabajo autónomo	0,00
Preparación de clases	0,00
Preparación de actividades de evaluación	0,00
Resolución de casos prácticos	0,00
Total horas	0,00

METODOLOGÍA DOCENTE

Clases **teórico-prácticas presenciales**. - El desarrollo habitual de las clases será el siguiente:

1. Inicialmente las clases servirán para la presentación por parte del profesorado de los conceptos y contenidos más importantes de cada tema con la finalidad de que el/la estudiante adquiera los conocimientos relacionados con la materia, potenciando la participación. Se potenciará la resolución de problemas con espíritu crítico.
2. En el transcurso y de forma simultánea con las primeras sesiones, se procederá implementar de forma específica y práctica los conocimientos que los y las estudiantes hayan adquirido en las clases de teoría; para ello, se pretende generar la dinámica propia del proceso de creación de una empresa, incidiendo en aspectos más orientados a la problemática de gestión diaria y de personal. Proyecto ideado por un grupo de estudiantes (en número no mayor de 4).

EVALUACIÓN

La evaluación del aprendizaje se realizará de DOS FORMAS: a través de la realización de un examen en la fecha oficial establecida y, además, por el sistema de evaluación continua. El examen representará el 70% de la calificación final y la evaluación continua el 30% restante. Para aprobar la asignatura se debe obtener como mínimo 5 puntos sobre 10 en el examen en primera convocatoria y aprobar, igualmente, la evaluación continua; esta parte (EC) no será recuperable en segunda convocatoria. La nota máxima, por lo tanto, en segunda convocatoria no podrá ser superior a 7 puntos.



La evaluación continua está compuesta por (los detalles serán explicados en la primera sesión de apertura):

- Realización grupal de un Proyecto de creación de empresa.

Todos los trabajos (executive summary) entregados, deben tener una carátula donde se recojan los datos básicos del trabajo y se evaluarán de acuerdo a tres criterios:

- Calidad y coherencia del proyecto.
- Análisis y desarrollo del Proyecto.
- Presentación.

El trabajo no debe tener una extensión inferior a 10 folios ni superior a 20 folios.

BIBLIOGRAFÍA

- Castro Albacéns, I. (2016). De la start-up a la empresa. Ed. Pirámide. Madrid.
- Jiménez, J.A. (coord.) (2012). Creación de Empresas. Tipología de empresas y viabilidad estratégica. Ed. Pirámide. Madrid.
- Gómez Gras, J.M. et al. (2012). Manual de casos sobre creación de empresas en España. McGraw Hill. Madrid.
- March, I. (2010). Innovadores o vencidos: tiempo de emprender en la nueva economía. Universitat de València. Valencia.
- Medina, A. (2012). Hoja de ruta para emprendedores. Crear una empresa en tiempos difíciles. Ed. Pirámide. Madrid.