

## GUÍA DOCENTE

### DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA

Denominación:	<b>GESTIÓN Y MARKETING DE LA EMPRESA DE RESTAURACIÓN</b>	
Código:	635010	
Plan de estudios:	<b>MÁSTER UNIVERSITARIO EN AVANCES EN CIENCIAS GASTRONÓMICAS</b>	Curso: 1
Créditos ECTS:	4.0	Horas de trabajo presencial: 30
Porcentaje de presencialidad:	30.0%	Horas de trabajo no presencial: 70
Plataforma virtual:		

### DATOS DEL PROFESORADO

Nombre:	HERNÁNDEZ ROJAS, RICARDO DAVID (Coordinador)	
Departamento:	ECONOMÍA AGRARIA, FINANZAS Y CONTABILIDAD	
Área:	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD	
Ubicación del despacho:	Facultad de derecho y ciencias económicas y empresariales	
E-Mail:	et2heror@uco.es	Teléfono: 678588605

### REQUISITOS Y RECOMENDACIONES

#### Requisitos previos establecidos en el plan de estudios

Ninguno

#### Recomendaciones

Ninguna especificada

### COMPETENCIAS

CG3	Que los estudiantes sean capaces de buscar y recopilar información de un tema de interés proveniente de fuentes diversas.
CB6	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
CT2	Que sean capaces de fomentar, en contextos académicos y profesionales, el avance tecnológico, social o cultural dentro de una sociedad basada en el conocimiento.
CE23	Adquirir conocimiento del mundo empresarial e instituciones en temas relacionados con las Ciencias Gastronómicas.

### OBJETIVOS

- Analizar el mercado del sector de restauración diferenciando entre residentes y visitantes.
- Conocer y examinar el marketing de servicios y sus diferencias con otros sectores.
- Analizar el marketing mix en el sector de la restauración.Examinar las acciones de promoción en restauración con el uso de las TICs.
- Reconocer y valorar el papel de las RRSS en restauración.
- Conocer y analizar la cuenta de resultados de una empresa de restauración junto a las implicaciones que puede llegar a tener el marketing
- Conocer y analizar el balance en una empresa de restauración

## GUÍA DOCENTE

### CONTENIDOS

#### 1. Contenidos teóricos

1. Flujos en la empresa alimentaria de restauración
2. Marketing de restauración Gestión global y de procesos específicos
3. Conceptos básicos sobre gestión económica de restauración.
4. Visión global de la empresa desde la perspectiva de la restauración.
5. La cuenta de explotación en hostelería. Gestión de Ingresos, materia prima, costes de personal y generales.
6. El balance en una empresa de restauración.

#### 2. Contenidos prácticos

Trabajos de cálculo de cuenta de resultados o de explotación de una empresa de hostelería

### OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE RELACIONADOS CON LOS CONTENIDOS

Igualdad de género  
Ciudades y comunidades sostenibles

### METODOLOGÍA

#### Aclaraciones

Las estrategias metodológicas y el sistema de evaluación contempladas en esta Guía Docente serán adaptadas de acuerdo a las necesidades presentadas por estudiantes con discapacidad y necesidades educativas especiales en los casos que se requieran. Igualmente se estudiará el caso individualizado para alumnado a tiempo parcial

#### Actividades presenciales

Actividad	Total
<i>Lección magistral</i>	18
<i>Ponencia</i>	6
<i>Trabajos en grupo (cooperativo)</i>	6
<b><i>Total horas:</i></b>	<b>30</b>

#### Actividades no presenciales

Actividad	Total
<i>Análisis</i>	34
<i>Búsqueda de información</i>	24
<i>Consultas bibliográficas</i>	6
<i>Ejercicios</i>	6
<b><i>Total horas:</i></b>	<b>70</b>

## GUÍA DOCENTE

### MATERIAL DE TRABAJO PARA EL ALUMNO

Presentaciones PowerPoint  
 Referencias Bibliográficas  
 Resúmenes de los temas

### EVALUACIÓN

Instrumentos	Porcentaje
Asistencia (lista de control)	10%
Exámenes	50%
Trabajos y proyectos	40%

#### Periodo de validez de las calificaciones parciales:

Las calificaciones parciales se mantendrán hasta la siguiente convocatoria dentro del mismo curso académico

#### Aclaraciones:

La asistencia se valorará mediante la discusión, intervención y actitud activa del alumno en las diferentes sesiones

#### Aclaraciones:

## BIBLIOGRAFIA

### 1. Bibliografía básica

ARIAS HORCAJADAS, M.I. y CAÑADAS SORIANO (2016): Introducción al Marketing (GADE). Guía Didáctica. Fleming, Granada.

CAÑADAS SORIANO, P. y ARIAS HORCAJADAS, M.I. (compilado por) (2015): Introducción al Marketing (GADE), Pearson, Madrid.

HERNANDEZ ROJAS, R Y CABALLERO MUÑOZ, J.(2019):Gestión Económica de Restauración. Editorial Universitarias Don Folio. Córdoba.

KOTLER, P., AMSTRONG, G. (2017): Fundamentos de Marketing. 13ª Ed. Pearson, Madrid.

KOTLER, P. y KELLER, K. (2016): Dirección de Marketing. 15ª Ed. 13ª Ed. Pearson, Madrid.

### 2. Bibliografía complementaria

Ninguna

Las estrategias metodológicas y el sistema de evaluación contempladas en esta Guía Docente serán adaptadas de acuerdo a las necesidades presentadas por estudiantes con discapacidad y necesidades educativas especiales en los casos que se requieran.