

**PROGRAMA DE ASIGNATURA: DESARROLLO DE NEGOCIOS GASTRONÓMICOS      CLAVE: E-DNG-3**

<b>Propósito de aprendizaje de la Asignatura</b>		El estudiante integrará un plan de gestión de recursos, mediante herramientas de planeación estratégica, financieras y mercadológicas, para la aplicación a un modelo de negocios de la industria gastronómica.			
<b>Competencia a la que contribuye la asignatura</b>		Desarrollar procesos y productos gastronómicos dirigidos a individuos, organizaciones y establecimientos, que permitan transformar el contexto socioeconómico de la región en la que se desempeñe.			
Tipo de competencia	Cuatrimestre	Créditos	Modalidad	Horas por semana	Horas Totales
Específica	9	2.81	Escolarizada	3	45

Unidades de Aprendizaje	Horas del Saber	Horas del Saber Hacer	Horas Totales
	I. Fundamentos del Desarrollo de Negocios Gastronómicos	15	5
II. Desarrollo de negocios	10	15	25
<b>Totales</b>	<b>25</b>	<b>20</b>	<b>45</b>

<b>ELABORÓ:</b>	DGUTYP	<b>REVISÓ:</b>	DGUTYP	<b>F-DA-01-PA-LIC-7.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	DGUTYP	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	SEPTIEMBRE DE 2024	

Funciones	Capacidades	Criterios de Desempeño
<p>Integrar los saberes obtenidos en materia de administración, gestión y desarrollo de procesos, establecimientos y organizaciones gastronómicas con el fin de evaluar y garantizar la calidad y mejora continua de los mismos, haciendo uso de su dominio culinario y financiero, participando de forma proactiva y colaborativa.</p>	<p>Diseñar ideas de negocios acorde a las necesidades del contexto, aplicando los conocimientos y habilidades generados, utilizando su experiencia para influir en la toma de decisiones del proceso.</p>	<p>Genera ideas de emprendimientos que contemplen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El fortalecimiento económico de su zona de impacto,</li> <li>-Las necesidades del contexto</li> <li>- La aplicación de los conocimientos y habilidades aprendidos en materia gastronómica.</li> </ul>

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-7.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

## UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad de Aprendizaje	I. Fundamentos del Desarrollo de Negocios Gastronómicos					
Propósito esperado	El estudiante comprenderá los principios básicos de planificación estratégica, análisis de mercado, gestión financiera y operativa en el sector gastronómico, para aplicarlos de manera crítica en la identificación de oportunidades de negocio.					
Tiempo Asignado	Horas del Saber	15	Horas del Saber Hacer	5	Horas Totales	20

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
Introducción a los negocios	Identificar el concepto de modelo de negocio. Comprender la importancia del modelo de negocio en la industria gastronómica.	Realizar un análisis FODA para identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de un negocio. Determinar el grado de factibilidad del tipo de modelo de negocio relacionado con la propuesta de concepto. Determinar el tipo de establecimiento gastronómico de acuerdo al mercado meta	Demostrar la importancia del valor cultural y su compromiso y responsabilidad para con las comunidades que el estudiante representa.
Modelos de negocios	Describir los tipos de modelos de negocio aplicables a la industria gastronómica. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cola larga</li> <li>• Cebo y anzuelo</li> <li>• Plataformas multilaterales</li> <li>• Disruptivo</li> <li>• Afiliación</li> </ul>	Comprender la importancia de la planificación estratégica en el inicio y desarrollo de negocios. Reconocer los conceptos básicos de marketing y su relevancia en la promoción y crecimiento de una empresa.	

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-7.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Franquicia o licencia</li> <li>• Componente valioso</li> <li>• Artesano</li> <li>• Multicomponente</li> <li>• Líder de mercado</li> </ul> <p>Comprender la importancia de la innovación en la creación y adaptación de modelos de negocio exitosos.</p>	<p>Entender los principios de gestión financiera y su aplicación en la toma de decisiones empresariales. Conocer los aspectos legales y administrativos relacionados con el inicio y operación de un negocio.</p>	
--	--	---	--

Proceso Enseñanza-Aprendizaje			
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo	
		Aula	X
Análisis de casos Simulación	Computadora Internet Pizarrón Equipo multimedia	Laboratorio / Taller	
		Empresa	

Proceso de Evaluación		
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación
Los estudiantes identificarán el concepto de modelo de negocio, su importancia y aplicación en la industria gastronómica	<p>A partir de la selección de un modelo de negocio aplicable a un concepto gastronómico donde los estudiantes integrarán un informe detallado que incluya los siguientes elementos:</p> <p>-Definición del modelo de negocio, explicando sus componentes básicos y su relevancia para el éxito empresarial. -Análisis detallado de la importancia del modelo de negocios en la industria gastronómica, destacando como este</p>	<p>Estudio de caso Lista de cotejo</p>

<b>ELABORÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>REVISÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>F-DA-01-PA-LIC-7.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	<b>SEPTIEMBRE DE 2024</b>	

	<p>enfoque puede ayudar a optimizar la operación y generar ingresos.</p> <p>-Evaluación de la aplicación práctica del modelo de negocios en establecimientos gastronómicos, identificando posibles desafíos y oportunidades.</p> <p>-Conclusiones finales que resumen los hallazgos y reflexiones sobre la importancia y aplicación del modelo de negocios.</p>	
--	---	--

<b>ELABORÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>REVISÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>F-DA-01-PA-LIC-7.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	<b>SEPTIEMBRE DE 2024</b>	

Unidad de Aprendizaje	II. Desarrollo de negocios					
Propósito esperado	El estudiante diseñará estrategias de mercadotecnia, operativas y financieras para el desarrollo y posicionamiento de un modelo de negocios gastronómico					
Tiempo Asignado	Horas del Saber	10	Horas del Saber Hacer	15	Horas Totales	25

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
Desarrollo del modelo de negocios	<p>Identificar y comprender el mercado objetivo</p> <p>Analizar la competencia y el entorno</p> <p>Estructura del modelo de negocio</p> <p>Canvas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Propuesta de valor</li> <li>• Actividades clave</li> <li>• Socios clave</li> <li>• Recursos clave</li> <li>• Relaciones con los clientes</li> <li>• Canales</li> <li>• Segmentos de clientes</li> <li>• Estructura de costos</li> <li>• Fuentes de ingreso</li> </ul>	<p>Diseñar un modelo de negocio adaptado a las necesidades y demandas del mercado.</p> <p>Desarrollar un plan de implementación y ejecución de un modelo de negocio, estableciendo estrategias para su puesta en marcha.</p> <p>Evaluar la viabilidad y la rentabilidad de un modelo de negocio, analizando costos, ingresos y proyecciones financieras.</p> <p>Adaptar y modificar un modelo de negocio en función de cambios en el mercado y en el entorno empresarial.</p>	<p>Demostrar la importancia del valor cultural y su compromiso y responsabilidad para con las comunidades que el estudiante representa.</p>
Implementación del modelo	<p>Planificar y ejecutar acciones para poner en marcha el modelo de negocios</p> <p>Establecer procesos y procedimientos para garantizar la eficiencia y eficacia en la operación</p> <p>Gestionar los recursos humanos, financieros y tecnológicos.</p>	<p>Establecer y gestionar relaciones con proveedores, socios y clientes para garantizar el adecuado funcionamiento del negocio.</p>	

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-7.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

	Forma jurídica de operación de la empresa, listado de trámites y permisos para la operación, plan de recursos: humanos financieros materiales y tiempo.		
Evaluación del modelo de negocios	Identificar los indicadores de rendimiento para evaluar la viabilidad del modelo		

Proceso Enseñanza-Aprendizaje			
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo	
		Aula	X
Equipos colaborativos Tareas de investigación	Computadora Internet Pizarrón Equipo multimedia	Laboratorio / Taller	
		Empresa	

Proceso de Evaluación		
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación
Los estudiantes desarrollarán un modelo de negocio gastronómico, aplicando estrategias de mercadotecnia, operativas y financieras para el desarrollo y posicionamiento.	A partir de un modelo de negocio elaborará un plan de gestión de recursos de negocio que incluya:  -Estrategias de Mercadotecnia. -Estrategias Operativas y Financieras. -Forma jurídica de operación de la empresa. -Listado de trámites y permisos para la operación. -Plan de contingencias.	Lista de Cotejo Rúbrica

<b>ELABORÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>REVISÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>F-DA-01-PA-LIC-7.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	<b>SEPTIEMBRE DE 2024</b>	

Perfil idóneo del docente		
Formación académica	Formación Pedagógica	Experiencia Profesional
Licenciatura o ingeniería en áreas económico-administrativo o del sector gastronómico. Especialidad en negocios. Especialidad en el área financiera.	Conocimiento de metodologías de enseñanza-aprendizaje, habilidades para la planificación de clases, capacidad para adaptar el contenido a diferentes estilos de aprendizaje, dominio de técnicas de evaluación formativa y sumativa.	Gerencias de negocios gastronómicos, empresarios del ramo, administrador de empresas de AyB. Manejo y gestión de recursos

Referencias bibliográficas					
Autor	Año	Título del documento	Lugar de publicación	Editorial	ISBN
López, J., & Sánchez, M	2020	Estrategias de marketing para restaurantes: Un enfoque en redes sociales.		Gastronomía Una	978-987-6543210
Pérez, P., & Rodríguez, L.	2021	Innovación en la gestión de restaurantes: Casos de éxito en la industria gastronómica		Ediciones Culinarias	978-123-4567890
Sánchez, R., & González, E.	2020	Tendencias culinarias en el sector gastronómico: Impacto en el desarrollo de negocios.		Editorial Gastronomía Moderna	978-543-2109876
Martínez, N., & Fernández, C	2021	El papel del branding en la diferenciación de restaurantes: Estudio de caso en América Latina		Editorial Culinaria Latina	978-135-2468109
Herrera, P., & Vargas, M.	2020	Impacto de la sostenibilidad en la gestión de negocios gastronómicos: Perspectivas y desafíos.		Editorial Gastronomía Sostenible	978-369-7531842

Referencias digitales			
Autor	Fecha de recuperación	Título del documento	Vínculo

<b>ELABORÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>REVISÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>F-DA-01-PA-LIC-7.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	<b>SEPTIEMBRE DE 2024</b>	



Espacio Empresarial México	2020	Modelo de Negocio Canvas.	<a href="https://mipymes.economia.gob.mx/wp-content/uploads/2020/06/Modelo-CANVAS-incuba-t.pdf">https://mipymes.economia.gob.mx/wp-content/uploads/2020/06/Modelo-CANVAS-incuba-t.pdf</a>
López, J., & Sánchez, M.	2021	Estrategias de marketing digital para restaurantes en la era post-covid. Revista de Investigación en Negocios Gastronómicos, 10(2), 45-60.	<a href="https://repositorio.unicordoba.edu.co/bitstreams/a304a9bb-058a-40e8-ba1b-e683e0df7e2d/download">https://repositorio.unicordoba.edu.co/bitstreams/a304a9bb-058a-40e8-ba1b-e683e0df7e2d/download</a>
González, A., & Rodríguez, E.	2020	Tendencias en la gestión de restaurantes: un enfoque hacia la sostenibilidad. Journal of Gastronomic Business Development, 5(1), 12-25.	<a href="https://rperiplo.uaemex.mx/article/download/15272/14455/">https://rperiplo.uaemex.mx/article/download/15272/14455/</a>
Martínez, L., & Fernández, R.	2020	Innovación en la cocina: implementación de tecnología en restaurantes tradicionales. International Journal of Gastronomic Business, 3(3), 78-92.	<a href="http://www.scielo.org.co/pdf/ridi/v11n1/2389-9417-ridi-11-01-23.pdf">http://www.scielo.org.co/pdf/ridi/v11n1/2389-9417-ridi-11-01-23.pdf</a>
Ramírez, C., & García, P.	2021	El impacto de la gastronomía local en el turismo gastronómico: análisis de casos en América Latina. Gastronomy and Hospitality Management, 8(4), 112-127.	<a href="https://repositorio.utp.edu.co/bitstreams/488f5a41-e0c0-4ff2-b3cb-05fa0f56ec24/download">https://repositorio.utp.edu.co/bitstreams/488f5a41-e0c0-4ff2-b3cb-05fa0f56ec24/download</a>

<b>ELABORÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>REVISÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>F-DA-01-PA-LIC-7.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	<b>DGUTYP</b>	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	<b>SEPTIEMBRE DE 2024</b>	