



Creatividad e Innovación en la Gastronomía

Datos generales

Nombre de la asignatura	Nivel de formación	Clave de la asignatura
Creatividad e Innovación en la Gastronomía	Licenciatura	IC339
Prerrequisito	Area de formación	Departamento
-	Básica Particular	Departamento de Turismo, Recreación y Servicio
Academia	Modalidad	Tipo de asignatura
Planeacion Turistica y Sustentabilidad	Presencial	Curso
		Prerrequisito de % de créditos
		0 %

Carga horaria

Teoría	Práctica	Total	Créditos
40	40	80	8

Trayectoria de la asignatura

La creatividad e innovación son ejes principales del desarrollo. En la creatividad se refleja la capacidad de concebir algo original y en la innovación algo nuevo que aporte valores hacia los demás. Identificar los procesos de transformación e innovación como elementos centrales del desarrollo humano para determinar la forma en que las nociones de cambio, acción y mejoramiento lo orientan.

Contenido del programa

Presentación

En la asignatura de Creatividad e Innovación Gastronómica, se presenta al alumno la gran importancia de la creatividad en cualquier tipo de organización, la comprensión del proceso creativo, asimismo el desarrollo y los elementos para fomentar la innovación, ampliar la capacidad de percepción sobre los cambios que se viven actualmente para actuar en concordancia de lo que el consumidor y el mercado exige.

Objetivos del programa

Objetivo general

La asignatura de Creatividad e Innovación Gastronómica tiene el objetivo de explorar las diferentes herramientas y metodologías para desarrollar la creatividad. Asimismo presenta las prácticas de gestión que fomentan la innovación

conocimientos, se desea llevar a los alumnos al emprendimiento innovador y creativo, dejando a un lado la visión tradicional, a través de un modelo de negocios, donde puedan dar espacio a sus ideas.

Contenido

Contenido temático

UNIDAD 1. Conceptos esenciales de creatividad e innovación en la organización.

Que el alumno conozca qué es la creatividad, la innovación y las herramientas que ayudan al desarrollo de la mente creadora. Conducirlo a que genere el proceso creativo para idear, optimizar o crear un producto y/o servicio innovador de la industria gastronómica. Conocer las tendencias que la industria a utilizado para enfrentar las diversas pandemias que reducen las operaciones en la industria tales como la influenza H1N1 (2009) y el Covid-19 (2019 a la actualidad)

UNIDAD 2. Estrategias del emprendimiento innovador en la gastronomía.

Que el alumno conozca cómo sucede el proceso de innovación. Identificar un problema para definir la esencia del mismo, seguido del desarrollo de la idea para resolverlo.

UNIDAD 3. Estudio de mercado y análisis competitivo.

Que el alumno identifique y sea capaz de crear nuevas propuestas de valor que puedan tener un alto impacto en el mercado. Analizar los factores que se deben conocer previamente al entrar en una industria específica, tales como el ciclo de vida de una empresa, su estructura, la importancia del capital y, *branding*.

UNIDAD 4. Desarrollo de un modelo de negocio Canvas.

Que el alumno conozca cómo hacer un *Business Model Canvas*, antes de realizar un plan de negocios para optimizar el tiempo y adaptar este modelo conforme las ideas creativas e innovadoras se adapten, esto a través de la diferenciación entre plan de negocio y modelo de negocio, tomando como metodología el Business Model Canvas, además, que los alumnos trabajen su idea con este método.

UNIDAD 5. Financiamiento para Startups.

Que al alumno conozca de qué manera puede levantar capital para iniciar su startup, qué fuentes de financiamiento son viables así como el proceso de inversión en empresas emergentes, asimismo, la búsqueda de oportunidades de accesos a capital como los inversionistas ángeles y, cómo presentar un modelo de negocios a este tipo de fuentes de financiamiento para dar valor agregado y tener mayores posibilidades de éxito.

Contenido temático

UNIDAD 1. Conceptos esenciales de creatividad e innovación en la organización.

Objetivo específico: Que el alumno conozca qué es la creatividad, la innovación y las herramientas que ayudan al desarrollo de la mente creadora. Conducirlo a que genere el proceso creativo para idear, optimizar o crear un producto y/o servicio innovador de la industria gastronómica. Conocer las tendencias que la industria a utilizado para enfrentar las diversas pandemias que reducen las operaciones en la industria tales como la influenza H1N1 (2009) y el Covid-19 (2019 a la actualidad)

1.1. Introducción al emprendimiento y la innovación.

1.2 Código Ético Mundial de Turismo (art. 7-10)

- 1.4. Nuevas tendencias en los restaurantes
- 1.5. Innovación para el modelo restaurantero en tiempos de crisis.
- 1.6. Design Thinking

UNIDAD 2. Estrategias del emprendimiento innovador en la gastronomía.

Objetivo específico: Que el alumno conozca cómo sucede el proceso de innovación. Identificar un problema para definir la esencia del mismo, seguido del desarrollo de la idea para resolverlo.

- 2.1. El proceso de innovación.
- 2.2. Tipos de innovación.
- 2.3. Destrucción creativa.
- 2.4. Convergencia de innovación.
- 2.5. Macro cambios e innovación.
- 2.6. Estrategias del océano azul.
- 2.7 Producto y/o servicio innovador y empresa innovadora.

UNIDAD 3. Estudio de mercado y análisis competitivo.

Objetivo específico: Que el alumno identifique y sea capaz de crear nuevas propuestas de valor que puedan tener un alto impacto en el mercado. Analizar los factores que se deben conocer previamente al entrar en una industria específica, tales como el ciclo de vida de una empresa, su estructura, la importancia del capital y, *branding*.

- 3.1. Análisis de mercado y competitividad.
- 3.2. Análisis de la demanda.
- 3.3. Dinámicas para evaluar un sector/industria/mercado.
- 3.4. Ciclo de vida y curva de aprendizaje.
- 3.5. Estrategia competitiva y fuentes de ventajas.
- 3.6. Posicionamiento estratégico.
- 3.7. Product Market Fit

UNIDAD 4. Desarrollo de un modelo de negocio Canvas.

Objetivo específico: Que el alumno conozca cómo hacer un *Business Model Canvas*, antes de realizar un plan de negocios para optimizar el tiempo y adaptar este modelo conforme las ideas creativas e innovadoras se adapten, esto a través de la diferenciación entre plan de negocio y modelo de negocio, tomando como metodología el Business Model

4.1. Modelo de negocio vs plan de negocio.

4.2. *Business Model Canvas*.

4.2.1. Propuesta de valor y canal.

4.2.2. Relación con el cliente.

4.2.3. Recursos y actividades claves.

4.2.4. Fuentes de ingresos.

4.2.5. Costos.

4.2.6. ¿Cuál es tu modelo de negocio?

UNIDAD 5. Financiamiento para Startups.

Objetivo específico: Que al alumno conozca de qué manera puede levantar capital para iniciar su startup, qué fuentes de financiamiento son viables así como el proceso de inversión en empresas emergentes, asimismo, la búsqueda de oportunidades de accesos a capital como los inversionistas ángeles y, cómo presentar un modelo de negocios a este tipo de fuentes de financiamiento para dar valor agregado y tener mayores posibilidades de éxito.

5.1. Fuentes de inversión.

5.2. Conceptos legales.

5.3. Por qué escribir un plan de negocios.

5.4. Cómo escribir un plan de negocios.

5.5. Cómo presentar un pitch de tu negocio.

5.6. Presentación de plan de negocios.

Actividades prácticas

Práctica de Inducción: Identificación in situ de modelos gastronómicos que presenten creatividad e innovación gastronómica. Práctica de Aproximación: Diseño de un proyecto o producto gastronómico a partir de un modelo de negocio (Business Model Canvas). Presentación de un Proyecto de creatividad e innovación a partir de un modelo de negocio (Business Model Canvas)

La materia se impartirá en línea con el apoyo de herramientas digitales tales como Classroom de Google, Meet, entre otras plataformas. Los alumnos serán instruidos por los profesores para la comprensión de la utilización de las herramientas, sin embargo, es responsabilidad del alumno la total comprensión de las mismas.

- Escucha atenta: El profesor explica contenido temático previo a cada práctica.
- Técnica de lectura artículos científicos.
- Análisis de documentos sobre contexto actual de la materia.
- Diagramas de procesos aplicados
- Llenado de formatos de prácticas en cocina (formulaciones)
- Bitácora
- Manual
- Exposiciones
- Experimentación basada en el método científico
- Nos basaremos en gran medida en la participación y responsabilidad compartida para el aprendizaje, basado en competencias.

Evaluación

Estudios de casos, exposiciones y dominio del tema. 15%

Participación en clase (asistencia, conocimiento del tema, calidad de participación) 15%

Tareas (Discusiones en foro de discusión en línea y tareas individuales) 20%

Proyecto de modelo de negocio. (Business Model Canvas) 50%

La calificación final estará basada en el desempeño y cumplimiento de cada uno de los requisitos anteriores.

Participación en clase y tareas. Se tomará en cuenta la calidad y cantidad de participaciones para calificar.

Las asistencias son en la modalidad virtual o clases presenciales

Asistencia al 80% de las clases, derecho a ordinario

Asistencia al 65% de las clases, derecho a extraordinario

Bibliografías

Bibliografía

Libro

Design Thinking. Lidera el presente, crea el futuro.

Serrano, M.; Blázquez, P. (2016) Alfaomega No. Ed Primera Edición

ISBN: B01CCYMCUC

Libro

HARVARD BUSINESS REVIEW CREATIVIDAD E INNOVACION

Harvard (2005) Deusto No. Ed Primera Edición

ISBN: 8423422844

Rodrigo Varela V. (2014) Prentice Hall No. Ed Primera Edición

ISBN: 9789586991018

Libro

Cómo innovar en las Pymes. Manual de mejora a través de la innovación

Tundidor Díaz Alberto (2016) Alfaomega No. Ed Primera Edición

ISBN: 978-8415340546

Libro

Creatividad e innovación

SCHNARCH KIRBERG, Alejandro (2018) Alfaomega No. Ed Primera Edición

ISBN: 978-958-778-269-1

Libro

Six Thinking Hats, Little, Brown and Company

De Bono, E. (1985) Little Brown & Co (Juv) No. Ed Primera Edición

ISBN: 978-0316177917

Libro

Trucos y estrategias para el éxito.

Enrique del Valle (2016) Publicaciones Altaria, S. No. Ed Primera Edición

ISBN: 978-84-945683-1-2

Otros materiales

Revista: Marketing Gastronómico

Descripción: <https://marketinggastronomico.com/>

Libro: Biblioteca Digital Universidad de Guadalajara

Descripción: <https://wdg.biblio.udg.mx/>

Revista: Andalucía

Descripción: <https://www.andalucia.org/es/inicio>

Revista: Creatividad en la cocina-sentirse bien se nota-consejos creativos

Descripción: Consejos creativos sobre cómo ser creativos en a cocina

Perfil del profesor

Profesor con estudios y experiencia laboral en las áreas gastronómica, económico administrativa, turismo, emprendurismo, ya sea en licenciatura, de preferencia con posgrado.

Lugar y fecha de su aprobación

Zapopan Jalisco 30 de noviembre del 2024. Actualización: Dra. Lorena Anaya Ortega Código 2510979. Este programa se aprobó en la ciudad de Zapopan, Jalisco, el día 1 de septiembre de 2020. En el Departamento de Turismo

Instancias que aprobaron el programa

Academia de Planeación Turística y Sustentabilidad y Colegio Departamental del Departamento de Turismo, Recreación y Servicio.



Mtro. Carlos Eduardo Flores Cárdenas

Departamento de Turismo
Recreación y Servicio
Jefe del Departamento



Dra. Lorena Anaya Ortega

Presidente de Academia



Presidente de la Academia



Jefe del Departamento

Departamento de Turismo
Recreación y Servicio