



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PLAN DOCENTE

Máster Universitario en Gastronomía Sostenible

Código-Asignatura	850008 - COMERCIALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN DE PROYECTOS SOSTENIBLES		
Materia	OPERACIONES CLAVE DE LA CADENA DE VALOR		
Tipo de asignatura	Optativa Especialidad Gestión	Créditos	4,5 ECTS
Horas presenciales	30 h	Horas de Trabajo autónomo	81.5 h

BREVE DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

En muchos casos, la misma particularidad de los productos sostenibles hace que su comercialización no sea viable en los canales habituales establecidos. Por otro lado, los canales y mensajes para comunicar un producto sostenible difieren, en muchos planteamientos, de la comunicación “no sostenible”. En consecuencia, tanto la comercialización como la comunicación de proyectos sostenibles debe tener su propias “reglas”. En esta asignatura se hablará sobre el marco que se debería crear para mantener una comercialización y comunicación sostenible en un negocio gastronómico. Entre los objetivos de esta asignatura estará conocer las oportunidades de que generan los nuevos canales de comercialización sostenible y las iniciativas reales que en este campo se están llevando a cabo. Al mismo tiempo se definirán las bases de una comunicación sostenible para evitar el *Greenwashing* y trabajar la inclusividad y responsabilidad corporativa en los mensajes.

COMPETENCIAS BÁSICAS

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

COMPETENCIAS GENERALES

CG1 - Saber orientar ideas y proyectos considerando la sostenibilidad.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE6 - Desarrollar y aplicar herramientas de marketing en empresas, proyectos y servicios de gastronomía sostenible.

CE10 - Analizar y aplicar las tecnologías de la información y de las comunicaciones en los distintos ámbitos del sector de la gastronomía sostenible.

CONTENIDOS TEMÁTICOS



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

1. Marketing sostenible.

- 1.1. Marketing verde real vs. artificial: identificación, buenas prácticas.
- 1.2. Casos de estudio destacados.

2. La comunicación en los proyectos sostenibles.

- 2.1. Comunicación de productos/servicios: concepto, actores, marco, protocolos.
- 2.2. Comunicación transversal: unificar el mensaje a través de las plataformas.
- 2.3. Posicionamiento de los productos y servicios eco en el mundo digital.
- 2.4. La comunicación y promoción de la igualdad e inclusividad como motor de desarrollo equitativo.

3. Creación de una marca/servicio en un entorno Sostenible

- 3.1. Aspectos a tener en cuenta.
- 3.2. Protocolos de creación.
- 3.3. Vender productos y servicios bajo una marca /concepto referente de sostenibilidad.

4. Casos de aplicación de la comercialización y comunicación en productos/servicios sostenibles.

- 4.1. Restauración institucional: escuelas, hospitales, geriátricos.
- 4.2. Restauración comercial.
- 4.3. Industria Gastronómica: artesanos, marcas certificadas, productos eco, productos gourmet.
- 4.4. Eventos Gastronómicos Sostenibles: diseño, procesos clave.
- 4.5. Acciones de RSE: actividades de la organización para promover la sostenibilidad y el respeto al entorno.

METODOLOGÍA

- El método de aprendizaje se basa fundamentalmente en sesiones expositivas acompañadas regularmente de soporte escrito o audiovisual (vídeo, PowerPoint etc.).
- Se fomentará de manera especial la participación de los alumnos y la discusión sobre los temas propuestos. Será fundamental la colaboración del alumno con el seguimiento de las lecturas y ejercicios propuestos, a fin de contribuir a que la participación en clase sea fundamentada y ágil.
- Se estimulará el espíritu de investigación y documentación, así como la capacidad de trabajar de forma autónoma, mediante la elaboración de ejercicios y trabajos por parte del alumno, tanto dentro como fuera de clase.
- Se fundamenta en 5 pilares:
 - AINV: el aula inversa o *Flipped Classroom*, permite aprender nuevos contenidos en un entorno digital fuera del aula, para después realizar actividades de carácter práctico, de conceptualización, en grupo o individualizadas, con una tutorización del profesorado partir de una documentación básica. Aulas de análisis sensorial, integradas como espacios formativos en el máster, a tu disposición.
 - APRCOL: el Aprendizaje Colaborativo utiliza el trabajo en equipo de manera coordinada durante el proceso de aprendizaje, generando un traspaso de conocimientos entre los diferentes perfiles y experiencias profesionales del alumnado, y del



Centre adscrit



profesorado/colaborador@s que te acompañaran durante el proceso. Enriquece, facilita el trabajo en equipos multidisciplinares, crea mentalidad empresarial. La colaboración es un valor alineado con los valores que sustentan la sostenibilidad.

- ABP: con el Aprendizaje basado en Proyectos (ABP), abordarás proyectos transversales que dan respuesta a un problema concreto real del sector de la Gastronomía sostenible. De este modo, desarrollarás competencias de colaboración, resolución de problemas y pensamiento crítico, aplicadas en uno en torno a trabajo real.
- ABR: esta metodología de estudio se fundamenta en el aprendizaje Basado en retos (ABR). Durante el curso tendrás que dar respuesta a retos reales planteados por docentes u organizaciones que forman parte de la red de *partners* del CETT.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

La evaluación es el proceso de valoración del grado y del logro de los aprendizajes por parte del estudiante en relación a las competencias propias de esta asignatura.

En este sentido, el estudiante podrá optar por ser evaluado de forma continua durante el curso o mediante una evaluación única al final del periodo establecido.

Evaluación Continua: consiste en la valoración del proceso de enseñanza-aprendizaje a partir del seguimiento continuado durante el curso del trabajo que realiza el estudiante y de los aprendizajes que incorpora. Para poder optar a ser evaluado en esta modalidad, hará falta asistir a un mínimo del 80% de las clases presenciales.

Evaluación Única: consiste en la valoración de este proceso al final del periodo establecido, para aquellos estudiantes que, por razones justificadas, no han podido asistir regularmente a las clases presenciales. Esta valoración se realiza a partir de las evidencias que esta asignatura tiene asignadas para dicha modalidad.

Para acogerse en esta modalidad hay que solicitarlo a través del apartado de evaluación del Campus Virtual dentro de los primeros 15 días desde el inicio de la asignatura.

SISTEMA DE EVALUACIÓN	CONTINUA	ÚNICA
Actividad 1. – Actividad grupal	40 %	40 %
Actividad 2 – Actividad grupal	20%	20%
Actividad 3. - Actividad individual.	40 %	40 %

Para aprobar la asignatura es requisito indispensable haber obtenido una nota mínima de "5".

En cualquier caso, es imprescindible disponer de una nota mínima de "4" en cada una de las actividades individuales para poder calcular la nota final de la asignatura.

Revisión y reevaluación de la asignatura



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PLAN DOCENTE

Máster Universitario en Gastronomía Sostenible

El estudiante tiene derecho a la revisión de todas las evidencias de evaluación que hayan sido diseñadas para la valoración de su aprendizaje.

Si el estudiante no logra alcanzar los objetivos de aprendizaje de la asignatura, para optar a una reevaluación de asignatura y poder presentar o realizar una nueva evidencia de evaluación, será imprescindible cumplir alguna de las siguientes condiciones:

A) Haber alcanzado una calificación igual o superior a 5 de media de las actividades llevadas a cabo a lo largo del semestre.

B) Haber alcanzado una calificación mínima de "4" de nota final de la asignatura.

La máxima calificación en el caso de la reevaluación a la que se podrá optar es un "5" de nota final de la asignatura.

FUENTES DE INFORMACIÓN BÁSICA

- PUCHETA, M.C.; DE LA CUESTA, M. (2010). *Información y comunicación de la RSC, Colección Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa, Netbiblo.*
- ROGER, O.; BUIL, P. (2014). *Manual de comunicación ambiental: del greenwashing a la sostenibilidad, EUNSA.*
- ROUSSEAU, S. (2012). *Food and Social Media: You Are What You Tweet, Rowman & Littlefield Studies in Food and Gastronomy, Altamira Press.*