



UNIVERSIDAD DE CORDOBA

INSTITUTO DE ESTUDIOS DE POSGRADO

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN  
AVANCES EN CIENCIAS  
GASTRONÓMICAS**

CURSO 2024/25

**GESTIÓN Y MARKETING DE LA  
EMPRESA DE RESTAURACIÓN****Datos de la asignatura**

---

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

---

**Nombre:** HERNÁNDEZ ROJAS, RICARDO DAVID**Departamento:** ECONOMÍA AGRARIA, FINANZAS Y CONTABILIDAD**Ubicación del despacho:** Planta baja.Facultad de derecho y CC Empresariales**E-Mail:** et2heror@uco.es**Teléfono:** 957218465**Breve descripción de los contenidos**

---

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

**Conocimientos previos necesarios**

---

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

Ninguno

**Recomendaciones**

Se recomienda tener una visión global de la restauración como empresa

## Programa de la asignatura

---

### 1. Contenidos teóricos

#### 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

## Bibliografía

---

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

HERNANDEZ ROJAS, R Y CABALLERO MUÑOZ, J.(2019):Gestio ´n Econó ´mica de Restauracio ´n. Editorial Universitarias Don Folio. Córdoba.

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

## Metodología

---

### Actividades presenciales

Actividad	Total
<i>Actividades de exposición de contenidos elaborados</i>	5
<i>Actividades de expresión escrita</i>	25
<b>Total horas:</b>	<b>30</b>

### Actividades no presenciales

Actividad	Total
<i>Actividades de búsqueda de información</i>	34

<b>Actividad</b>	<b>Total</b>
<i>Actividades de procesamiento de la información</i>	24
<i>Actividades de resolución de ejercicios y problemas</i>	12
<b>Total horas:</b>	<b>70</b>

## Resultados del proceso de aprendizaje

---

### Conocimientos, competencias y habilidades

- 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.

### Métodos e instrumentos de evaluación

---

<b>Instrumentos</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Examen</b>	50%
<b>Lista de control de asistencia</b>	10%
<b>Proyectos globalizadores de carácter individual o grupal</b>	40%

**Periodo de validez de las calificaciones parciales:**

Hasta la siguiente convocatoria dentro del curso académico se mantienen las calificaciones parciales

**Objetivos de desarrollo sostenible**

---

Salud y bienestar

Producción y consumo responsables

---

*Las estrategias metodológicas y el sistema de evaluación contempladas en esta Guía Docente responderán a los principios de igualdad y no discriminación y deberán ser adaptadas de acuerdo a las necesidades presentadas por estudiantes con discapacidad y necesidades educativas especiales en los casos que se requieran.*

*El estudiantado deberá ser informado de los riesgos y las medidas que les afectan, en especial las que puedan tener consecuencias graves o muy graves (artículo 6 de la Política de Seguridad, Salud y Bienestar; BOUCO 23-02-23).*

---