



Guía Docente

Workshop *Gastro N'Food Marketing Congress*

Datos del Workshop	TIPO	ECTS	SEMESTRE	PRESENCIAL	IDIOMA	CURSO
	OP	2	Consultar programación	100%	Catalán / Castellano	2023-24

Los *workshops* son actividades formativas que el estudiante puede escoger entre una amplia oferta presentada por la Escuela cada curso académico. Su metodología es eminentemente **práctica** y se organizan en **grupos reducidos**.

Esta guía docente es susceptible de ser modificada por causa de fuerza mayor o sobrevenida.

Descriptor	<p>¿Cómo es la realidad del sector del marketing aplicado a la alimentación y la gastronomía?, ¿Qué futuro les espera a las políticas de marketing de estos sectores?, ¿Cómo se caracteriza una política de marketing para la industria alimentaria o de restauración?</p> <p>Marketing aplicado a un sector en pleno crecimiento (más del 6% anual) y con futuro profesional: en menos de una década, según todos los expertos, más de 15% de los profesionales del marketing y la comunicación se dedicarán a este sector. Una realidad que ESRP conoce perfectamente y que, en septiembre de 2023, albergará el <i>Gastro N'Food MK Congres</i>, un congreso con el mismo nombre que este <i>workshop</i> que debatirá el presente y el futuro del marketing aplicado a la alimentación y a la restauración.</p>
Contenido	<p>Tema 1: MARKETING ALIMENTARIO. Características sectoriales y estrategias para impactar sobre un consumidor en plena evolución. Nuevos alimentos, alimentos más saludables. Nuevos modelos alimentarios. Internacionalización de los gustos gastronómicos</p> <p>Tema 2: MARKETING GASTRONÓMICO. Búsqueda de nuevas sensaciones en la cocina preparada. Nuevos restaurantes, restaurantes sin público y cocinas fantasma. El negocio alimentario <i>delivery</i>.</p>
Sistema de Evaluación	<p style="text-align: center;">EVALUACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • La evaluación es el proceso mediante el cual se calibra el resultado del aprendizaje del/de la estudiante. • La puntuación mínima para superar cualquier <i>workshop</i> es un 5,00. Solamente los <i>workshops</i> superados son susceptibles de reconocimiento. • Cualquier tipo de trabajo alternativo no tendrá efecto sobre la evaluación. <p>Para el adecuado desarrollo de la evaluación, el/la estudiante</p> <p style="text-align: center;">SE COMPROMETE:</p> <ul style="list-style-type: none"> • A la lectura, comprensión y estudio de la totalidad del material facilitado. • A la autoría de sus trabajos y ejercicios.



Se aplicarán programas de prevención de plagio. La detección de esta infracción en un 20% o más del material comportará una calificación final de **cero** y puede dar paso a actuaciones disciplinarias por parte de la Escuela.

- **A la corrección ortográfica, sintáctica y léxica del material presentado.** Estos elementos forman parte intrínseca de la evaluación.
- **A elaborar los contenidos de acuerdo con los criterios establecidos por el centro y/o el profesorado para cada uno de los elementos de evaluación.**
- **A realizar toda entrega dentro del plazo establecido y exclusivamente a través de Moodle.**
- **A comunicarse con el/la docente exclusivamente:**
 - **Vía Moodle.**
 - **Personalmente en el aula.**

EVALUACIÓN CONTINUADA

Considerando la naturaleza eminentemente práctica y el aprendizaje gradual propio de las actividades realizadas en los *Workshops*, **no** se contemplan **ni la modalidad de evaluación única ni tampoco la reevaluación.**

ELEMENTOS DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN	VALOR PONDERADO
Clases magistrales (obligatorias)	Asistencia con participación pertinente y significativa como mínimo en el 80% de las sesiones. Para la calificación final, se realizará la media ponderada de los otros dos elementos EXCLUSIVAMENTE si se cumple este requisito.	Apto/ No apto
Actividad formativa individual (obligatoria)	De la sesión que se desarrolla en el Congreso, desarrollar una reflexión personal de lo que el ponente ha transmitido y cómo esta realidad ya está afectando actualmente al marketing alimentario y/o gastronómico. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	70%
Actividad formativa colaborativa de un máximo de 5 estudiantes. (obligatoria)	Exponer, después de escuchar las diferentes ponencias del Congreso, cómo se considera que será la alimentación y la gastronomía en la próxima década y cómo el marketing habrá de evolucionar (adecuarse) a la nueva realidad: cómo se caracterizará el consumidor en los años 30 en el aspecto alimentario. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	30%

Bibliografía

Consultar el material del *workshop*.