



I. INFORMACIÓN GENERAL

CURSO	:	Food Media Industry
CÓDIGO	:	GA84
CICLO	:	202102
CUERPO ACADÉMICO	:	Lopez Uribe, Manuel Alexander
CRÉDITOS	:	3
SEMANAS	:	17
HORAS	:	3 H (Teoría) Semanal
ÁREA O CARRERA	:	Gastronomía y Gestión Culinaria

II. MISIÓN Y VISIÓN DE LA UPC

Misión: Formar líderes íntegros e innovadores con visión global para que transformen el Perú.

Visión: Ser líder en la educación superior por su excelencia académica y su capacidad de innovación.

III. INTRODUCCIÓN

Descripción:

El ejercicio de la gestión gastronómica actual requiere de conocimientos, habilidades y herramientas necesarias para publicitar y comercializar sus propios bienes o servicios de alimentos a través de un enfoque empresarial de marca y marketing personalizado. Así mismo se necesita construir mensajes creativos y tomar decisiones en la búsqueda de los medios apropiados de comunicación, para lograr los resultados empresariales deseados. La metodología se concentra en las fases de diagnóstico y el análisis, así como la aplicación de la metodología proporcionada.

Propósito:

El curso de Food Media Industry tiene como pre-requisito las asignaturas de Análisis Sensorial y Comunicación en las organizaciones. Esta asignatura permitirá a los estudiantes en su vida profesional aplicar las herramientas de marketing y social media, literatura gastronómica y crítica gastronómica en los diversos medios donde se comunican las empresas de Alimentos y Bebidas. Busca contribuir al desarrollo de la competencia específica de Asesor Gastronómico N3 y la competencia general de Comunicación Escrita N3.

IV. LOGRO (S) DEL CURSO

Al finalizar el curso, el estudiante realiza una comunicación efectiva de una propuesta gastronómica a través de medios físicos y de social media actuales, aplicando herramientas de marketing, marcas, social media y literatura gastronómica con una propuesta innovadora en un Proyecto Final.

Comunicación Escrita N3

Capacidad para construir mensajes con contenido relevante, argumentos sólidos y claramente conectados adecuados a diversos propósitos y audiencia.

Asesor Gastronómico N3

Sintetiza sus competencias y experiencias gastronómicas para optimizar la calidad de producto, de servicio o de gestión de negocio. Analiza la realidad y propone soluciones integrando sus conocimientos operativos y administrativos.

V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD N°: 1 INTRODUCCIÓN A LA MARCA Y SOCIAL MEDIA

LOGRO

Competencia(s):

Comunicación Escrita N3 y Asesor Gastronómico N3

Logro de la unidad:

Al finalizar la unidad, el estudiante reconoce las herramientas básicas para el desarrollo de una marca gastronómica y desarrolla estrategias de social media en la gestión de los negocios gastronómicos.

TEMARIO

SEMANA 1 INTRODUCCIÓN AL CURSO

- Objetivos y Metodología e información en general.
- Desarrollo de Proyecto Final
- Objetivos, lineamientos, estructura.
- Mapa estratégico del curso.
- Conceptos básicos

Actividades de aprendizaje

- Presentación del docente.
- Presentación alumno por alumno.
- Conformación de los grupos para desarrollo Trabajo Final
- Presentación del curso

SEMANA 2 CREACIÓN DE BRAND EQUITY

- ¿Qué es el Brand Equity?
- Creación de Brand Equity
- Desarrollo y establecimiento del posicionamiento de marca.
- Creación de vista Panorámica de Posicionamiento de Marca: Caso Starbucks.

Actividades de aprendizaje

- Exposición participativa
- Relatos de experiencias
- Desarrollo de PPT;s
- Análisis de Casos

Evidencias de aprendizaje

INFORME:

- Entrega y calificación de
- Trabajo Grupal. N°01

SEMANA 3 RELATO DE EXPERIENCIAS N°1

Marcas Gastronómicas

INVITADO N°1

Actividades de aprendizaje

- Los Alumnos realizan apuntes sobre los temas más relevantes de la exposición.
- Se realizan preguntas al invitado

SEMANA 4 DESARROLLO DE MARCA GASTRONÓMICA

- Naming
- Conceptos de Marca
- Tipografía
- Psicología de Color en la marca Gastronómica
- Desarrollo de caso

Actividades de aprendizaje

- Exposición participativa
- Relatos de experiencias
- Desarrollo de PPT;s
- Análisis de Casos

Evidencias de aprendizaje

TAREA ACADEMICA N°1

Promedio de:

- Trabajo Grupal N°1
- Ensayo de Experiencia N°1.
- Entrega de Marca Gastronómica desarrollada
- Control de Lecturas de las Sesiones 2, 3 y 4.

SEMANA 5 GESTIÓN DE REDES SOCIALES EN EMPRESAS GASTRONÓMICAS

- Facebook e Instagram

Creación de Fan Page Gastronómico, desarrollo de post comunicativos, programación de anuncios, publicidad orgánica y pagada e Instagram Stories.

- Desarrollo de caso

Actividades de aprendizaje

- Exposición participativa
- Relatos de experiencias
- Desarrollo de PPT;s
- Creación de Páginas de Facebook e Instagram
- Análisis de Casos

Evidencias de aprendizaje

INFORME:

- Entrega y calificación de
- Trabajo Grupal. N°02

SEMANA 6 RELATO DE EXPERIENCIAS N°2

Fotografías Gastronómicas

INVITADO N°2

Actividades de aprendizaje

- Los Alumnos realizan apuntes sobre los temas más relevantes de la exposición.

- Se realizan preguntas al invitado

Evidencias de aprendizaje

INFORME:

Entrega y calificación de Ensayo sobre el relato de experiencia N°02

SEMANA 7 BLOG, PAGINAS WEB Y FOTOGRAFÍA GASTRONÓMICA

- ¿Qué es un Blog Gastronómico?
- Pasos para la Construcción de un Blog Gastronómico.
- Tipos y Características de las Páginas Web.
- Hosting y Dominio Web
- Fotografías Gastronómica.
- Conceptos Básicos
- Fotografía para redes sociales.

Actividades de aprendizaje

- Exposición participativa
- Relatos de experiencias
- Desarrollo de PPT¿s
- Análisis de Casos

Evidencias de aprendizaje

TAREA ACADEMICA N°2

Promedio de:

- Trabajo Grupal N°2
- Ensayo de Experiencia N°2.
- Desarrollo de Fan Page e Instagram Gastronómica, número de seguidores.
- Control de Lecturas de las Sesiones 5,6 y 7

SEMANA 8 EXAMEN PARCIAL DE FOOD MEDIA INDUSTRY

Actividades de aprendizaje

Temas Tratados Semana n°1 a la Semana N°7

Evidencias de aprendizaje

Evaluación Parcial: Evaluación escrita de carácter individual

HORA(S) / SEMANA(S)

SEMANAS 1, 2, 3, 5, 6, 7 Y 8

UNIDAD N°: 2 LITERATURA Y CRÍTICA GASTRONÓMICA

LOGRO

Competencia(s):

Comunicación Escrita N3 y Asesor Gastronómico N3

Logro de la unidad:

Al finalizar la unidad, el estudiante reconoce la importancia de la literatura gastronómica como fuente de información y realiza críticas gastronómicas a propuestas innovadoras peruanas y del extranjero.

TEMARIO

SEMANA 9 LITERATURA GASTRONÓMICA

- Análisis de Principales libros Gastronómicos.
- Análisis de literatura gastronómica peruana actual.
- Análisis de Lectura: El arte Dual-Gastronomía y Literatura.

Actividades de aprendizaje

- Exposición participativa
- Relatos de experiencias
- Desarrollo de PPT;s
- Análisis de Lectura

Evidencias de aprendizaje

INFORME:

Entrega y calificación de Trabajo Grupal. N°03

SEMANA 10 CRÍTICA GASTRONÓMICA

- ¿Qué es la crítica gastronómica?, Tipos de criticas
- Etapas de una crítica gastronómica.
- Principales críticos gastronómicos nacionales e internacionales
- Análisis de Lectura: La gastronomía como producto de entretenimiento. Análisis de restaurantes y programas culinarios de éxito en España desde una perspectiva creativa

Actividades de aprendizaje

- Exposición participativa
- Relatos de experiencias
- Desarrollo de PPT;s
- Análisis de Casos

Evidencias de aprendizaje

INFORME:

Entrega y calificación de Trabajo Grupal. N°04

SEMANA 11 RELATO DE EXPERIENCIAS N°3

Criticas Gastronómicas

INVITADO N°3

Actividades de aprendizaje

- Los Alumnos realizan apuntes sobre los temas más relevantes de la exposición.
- Se realizan preguntas al invitado

Evidencias de aprendizaje

INFORME:

TAREA ACADEMICA N°3

Promedio de:

- Trabajo Grupal N°3 Y 4
- Ensayo de Experiencia N°3.
- Desarrollo de Crítica a un restaurante, puesto en redes.
- Control de Lecturas de las Sesiones 9,10 y 11

HORA(S) / SEMANA(S)

SEMANAS 9, 10 Y 11

UNIDAD N°: 3 SERIES Y DOCUMENTALES GASTRONÓMICOS

LOGRO

Competencia(s):

Comunicación Escrita N3 y Asesor Gastronómico N3

Logro de la unidad:

Al finalizar la unidad, el estudiante reconoce la importancia de series y documentales gastronómicos como medio de valoración cultural y creación de contenidos propios a través de YouTube.

TEMARIO

SEMANA 12 PROGRAMAS GASTRONÓMICOS

- Análisis de Principales Programas Gastronómicos.
- Análisis de programas gastronómicos peruanos actuales
- Análisis de Lectura: el boom gastronómico en la gran pantalla. ¿estamos ante un nuevo género cinematográfico?

Actividades de aprendizaje

- Exposición participativa
- Relatos de experiencias
- Desarrollo de PPT¿s
- Análisis de Casos

Evidencias de aprendizaje

INFORME:

Entrega y calificación de Trabajo Grupal. N°05

SEMANA 13 SERIES, PELICULAS GASTRONÓMICAS

- Análisis de Principales series y películas Gastronómicas.
- Desarrollo de programas On-line. Transmisiones en vivo. YouTube.
- creación de contenido a través de YouTube.

Actividades de aprendizaje

- Exposición participativa
- Relatos de experiencias
- Desarrollo de PPT¿s
- Análisis de Casos

Evidencias de aprendizaje

INFORME:

Entrega y calificación de Trabajo Grupal. N°06

SEMANA 14 RELATO DE EXPERIENCIAS N°4

Documental Gastronómico

INVITADO N°4

Actividades de aprendizaje

- Los Alumnos realizan apuntes sobre los temas más relevantes de la exposición.
- Se realizan preguntas al invitado

Evidencias de aprendizaje

INFORME:

TAREA ACADEMICA N°4

Promedio de:

- Trabajo Grupal N°5 Y 6
- Ensayo de Experiencia N°4.
- Desarrollo de Canal de YouTube, contenido recetas.
- Control de Lecturas de las Sesiones 12,13 y 14

SEMANA 15 EXPOSICIÓN FINAL

Actividades de aprendizaje

Los Alumnos exponen sus proyectos finales y se realizan correcciones a su trabajo final (examen final)

Evidencias de aprendizaje

Los Alumnos exponen sus proyectos finales y se realizan correcciones a su trabajo final (examen final)

SEMANA 16 TRABAJO FINAL DE FOOD MEDIA INDUSTRY

Evidencias de aprendizaje

INFORME:

Entrega y calificación del Trabajo Final de Food Media Industry

HORA(S) / SEMANA(S)

SEMANAS 12, 13, 14, 15 Y 16

VI. METODOLOGÍA

El Modelo Educativo de la UPC asegura una formación integral, que tiene como pilar el desarrollo de competencias, las que se promueven a través de un proceso de enseñanza-aprendizaje donde el estudiante cumple un rol activo en su aprendizaje. En este proceso dinámico, las competencias son construidas a partir de la reflexión crítica, análisis, discusión, evaluación, exposición e interacción con sus pares, y conectándolas con sus experiencias y conocimientos previos. Por ello, cada sesión está diseñada para ofrecer al estudiante diversas maneras de apropiarse y poner en práctica el nuevo conocimiento en contextos reales o simulados, reconociendo la importancia que esto tiene para su éxito profesional.

El curso se desarrollará en 3 horas por semana, combinando la teoría y la práctica, siendo el docente un facilitador del proceso de enseñanza y aprendizaje. Se conduce este proceso dándole una orientación a la aplicación práctica del conocimiento. Se emplean formas de enseñanza en las que predomine la participación activa de los alumnos con la guía del profesor:

- ¿ Ejercicios de evocación: participación activa de alumnos
- ¿ Elaboración de conjeturas a base de lecturas
- ¿ Avances del trabajo grupal
- ¿ Desarrollo de casos prácticos
- ¿ Exposición del profesor
- ¿ Relatos de experiencias
- ¿ Presentación de videos

El alumno deberá emplear como mínimo 4 horas semanales fuera de clase para revisar la teoría y revisar los casos desarrollados en clase u otros similares.

VII. EVALUACIÓN

FÓRMULA

10% (EC1) + 10% (EC2) + 20% (EA1) + 10% (EC3) + 10% (EC4) + 20% (EX1) + 20% (TF1)

TIPO DE NOTA	PESO %
EC - PROMEDIO EVALUACIÓN CONTINUA	10
EC - PROMEDIO EVALUACIÓN CONTINUA	10
EA - EVALUACIÓN PARCIAL	20
EC - PROMEDIO EVALUACIÓN CONTINUA	10
EC - PROMEDIO EVALUACIÓN CONTINUA	10
EX - EXPOSICIÓN	20
TF - TRABAJO FINAL	20

VIII. CRONOGRAMA

TIPO DE PRUEBA	DESCRIPCIÓN NOTA	NÚM. DE PRUEBA	FECHA	OBSERVACIÓN	RECUPERABLE
EC	PROMEDIO EVALUACIÓN CONTINUA	1	SEM 4	Evidencia de aprendizaje: Control de Lectura Se trabaja el desarrollo de Infografías en hojas A-3, sobre lo trabajado en clase. Competencias evaluadas: Planificación y control N2, Toma de Decisiones N2, Servicio al Cliente N2 y Desarrollo de Planes Estratégicos y Operativos N2 Trabajo grupal	NO
EC	PROMEDIO EVALUACIÓN CONTINUA	2	SEM 7	Evidencia de aprendizaje: Control de Lectura Se trabaja el desarrollo de Infografías en hojas A-3, sobre lo trabajado en clase. Competencias evaluadas: Planificación y control N2, Toma de Decisiones N2, Servicio al Cliente N2 y Desarrollo de Planes Estratégicos y Operativos N2 Trabajo grupal	NO
EA	EVALUACIÓN PARCIAL	1	SEM 8	Evaluación Parcial: Evaluación escrita de carácter individual	NO
EC	PROMEDIO EVALUACIÓN CONTINUA	3	SEM 11	Evidencia de aprendizaje: Control de Lectura Se trabaja el desarrollo de Infografías en hojas A-3, sobre lo trabajado en clase. Competencias evaluadas: Planificación y control N2, Toma de Decisiones N2, Servicio al Cliente N2 y Desarrollo de Planes Estratégicos y Operativos N2 Trabajo grupal	NO
EC	PROMEDIO EVALUACIÓN CONTINUA	4	SEM 15	Evidencia de aprendizaje: Control de Lectura Se trabaja el desarrollo de Infografías en hojas A-3, sobre lo trabajado en clase. Competencias evaluadas: Planificación y control N2, Toma de Decisiones N2, Servicio al Cliente N2 y Desarrollo de Planes Estratégicos y Operativos N2 Trabajo grupal	NO
EX	EXPOSICIÓN	1	SEM 15	EX Exposición grupal sobre el TRABAJO FINAL desarrollado de carácter grupal	NO
TF	TRABAJO FINAL	1	SEM 16	TF Entrega TRABAJO FINAL GRUPAL	NO

IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

[https://upc.alma.exlibrisgroup.com/leganto/readinglist/lists/6504057430003391?institute=51UPC_INST
&auth=LOCAL](https://upc.alma.exlibrisgroup.com/leganto/readinglist/lists/6504057430003391?institute=51UPC_INST&auth=LOCAL)