

LICENCIA PROFESIONAL EN COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS

HOJA DE ASIGNATURA CON DESGLOSE DE UNIDADES TEMÁTICAS

1. Nombre de la asignatura	DISEÑO DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS
2. Competencias	Generar estrategias comerciales que contribuyan a la inserción y posicionamiento de productos gastronómicos a partir de la creación y ejecución de técnicas culinarias originales.
3. Cuatrimestre	Séptimo
4. Horas Prácticas	30
5. Horas Teóricas	15
6. Horas Totales	45
7. Horas Totales por Semana Cuatrimestre	3
8. Objetivo de la Asignatura	El alumno será capaz de diseñar envases y embalajes de productos gastronómicos para su comercialización en el mercado.

Unidades Temáticas	Horas		
	Prácticas	Teóricas	Totales
I. Generación de nuevos productos	10	5	15
II. Envase y embalaje	20	10	30
Totales	30	15	45

ELABORÓ: COMITÉ DE

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

DISEÑO DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS

UNIDADES TEMÁTICAS

1. Unidad Temática	I. Generación de nuevos productos
2. Horas Prácticas	10
3. Horas Teóricas	5
4. Horas Totales	15
5. Objetivo	El alumno propondrá estrategias creativas para el desarrollo de nuevos productos gastronómicos identificando las necesidades del mercado.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Desarrollo de Producto	Reconocer la clasificación del producto Identificar la Mezcla y línea de productos. Identificar las etapas del ciclo de vida del producto: <ul style="list-style-type: none">- Conceptualización- Introducción- Crecimiento- Madurez- Declinación	Determinar los elementos que intervienen en la generación del desarrollo de productos.	Capacidad de análisis Trabajo en equipo Responsable Creativo Analítico
Importancia e Innovación de productos.	Identificar los métodos de selección de ideas. <ul style="list-style-type: none">-Generación de ideas-Tamizado-Desarrollo del concepto y prueba-Desarrollo del producto-Pruebas de mercado-Comercialización-Modificación de productos	Explicar la importancia de la generación de nuevos productos Realizar simulaciones en la modificación de productos existentes.	Trabajo en equipo Creativo Responsable Proactivo objetivo

ELABORÓ: COMITÉ DE

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

DISEÑO DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS

Proceso de evaluación		
Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>Elaborará una propuesta de proyecto, para el desarrollo de un nuevo producto gastronómico que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> -La descripción del producto gastronómico. -Justificación -Diseño de una línea de productos. -Las estrategias de introducción y lanzamiento en el mercado. 	<ol style="list-style-type: none"> 1.- Identificar las etapas del ciclo de vida de un producto. 2.-Comprender el proceso del desarrollo de nuevos productos y las opciones estratégicas para el lanzamiento. 3.- Desarrollar líneas de productos para diferentes conceptos gastronómicos. 4.- Elaborar las estrategias de introducción y lanzamiento de un producto o servicio en el mercado. 	<p>Proyecto Lista de Cotejo</p>

ELABORÓ: COMITÉ DE

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

DISEÑO DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS

Proceso enseñanza aprendizaje	
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Equipos colaborativos Investigación Discusión en grupo	pintarrón audiovisual cañón computadora internet

Espacio Formativo		
Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

ELABORÓ: COMITÉ DE

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

APROBÓ: C. G. U. T.

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE

DISEÑO DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS

UNIDADES TEMÁTICAS

1. Unidad Temática	II. Envase y Embalaje
2. Horas Prácticas	20
3. Horas Teóricas	10
4. Horas Totales	30
5. Objetivo	El alumno diseñará etiquetas, envases y embalajes para la adecuada comercialización de productos gastronómicos en el mercado.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Envase	Identificar el concepto, importancia y funcionalidad del envase. Comprender los requerimientos generales para el diseño de envases. -Partes de un envase -Tipos de envases -Función de comunicación del envase -Color en el envase	Elaborar prototipos envases adecuados para cada tipo de producto gastronómico	Critico Analítico Creativo Capacidad para planear Organizado Limpio Responsable
Etiqueta	Reconocer las características del diseño de etiqueta. Identificar los formatos y tipografías para el diseño de etiquetas. Reconocer los diferentes sistemas de impresión y producción	Utilizar las diferentes tipografías para la elaboración de una etiqueta.	Critico Analítico Creativo Capacidad para planear Organizado Limpio Responsable

ELABORÓ: COMITÉ DE

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Materiales	<p>Identificar los diferentes materiales utilizados en la elaboración de envases:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Papeles y cartones - Vidrio y cerámica - Metales - Plásticos <p>Reconocer la importancia y funcionalidad de materiales biodegradables y ecológicos para la elaboración de envases y etiquetas</p>	<p>Utilizar y reciclar los materiales para su aplicación en la elaboración de envases y etiquetas.</p>	<p>Critico Analítico Creativo Capacidad para planear Organizado Limpio Responsable</p>
Embalaje	<p>Identificar el concepto e importancia del embalaje.</p> <p>Reconocer los requerimientos de embalaje para el mercado nacional:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Etiquetado -Norma Oficial Mexicana (NOM) -Código de barras -Simbología para manejo de envases y embalajes 	<p>Implementar la simbología nacional e internacional en el diseño de embalajes.</p>	<p>Critico Analítico Creativo Capacidad para planear Organizado Limpio Responsable</p>

ELABORÓ: COMITÉ DE

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

DISEÑO DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS

Proceso de evaluación		
Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>Presentará un proyecto que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estrategias sobre los elementos del producto: <ul style="list-style-type: none"> - Etiqueta - Envase - Empaque - Embalaje - Marca - Imagen - - Prototipo del producto. Justificación. 	<p>1.- Analizar cuál es el envase adecuado para cada tipo de producto gastronómico</p> <p>2.- Comprender la importancia de los diferentes lineamientos para el correcto diseño de un envase para el desarrollo de un producto gastronómico.</p> <p>3.- Diseñar el envase para un producto gastronómico.</p>	<p>Proyecto Lista de Cotejo</p>

ELABORÓ: COMITÉ DE

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

DISEÑO DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS

Proceso enseñanza aprendizaje	
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Investigación Aprendizaje basado en proyectos Discusión en grupo	pintarrón audiovisual cañón computadora internet

Espacio Formativo		
Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

ELABORÓ: COMITÉ DE

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

DISEÑO DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS

CAPACIDADES DERIVADAS DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Capacidad	Criterios de Desempeño
Identificar los elementos básicos que intervienen en la generación y desarrollo de un producto gastronómico.	Elabora un documento en donde justifique las características del producto; descripción física; marca; envase, embalaje y/o etiqueta cuando aplique; mercado meta; ventaja competitiva del producto y principales competidores.

ELABORÓ: COMITÉ DE

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

DISEÑO DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
Stan Rapp, T.	(2000)	<i>El Nuevo Maximarketing : guía para transformar la publicidad, promoción y estrategia de mercados para la economía de la información</i>	D. F.	México	McGraw-Hill
Parramon, J	(2006)	<i>Publicidad Técnica y Práctica</i>	Barcelona	España	Parramon Ediciones
Swann, A	(2006)	<i>Bases del Diseño Gráfico</i>	Barcelona	España	Gustavo Gili
Freeman, M	(2009)	<i>El ojo del fotógrafo: composición y diseño para crear mejores fotografías digitales</i>	Barcelona	España	Blume
Wong, W	(2006)	<i>Principios del Diseño en color</i>	Barcelona	España	Gustavo Gilli

ELABORÓ: COMITÉ DE

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE

F-CAD-SPE-23-PE-XXX