



Diseño y comercialización de ofertas de restauración

SKU: MF1101_3_V2

Horas: 90

OBJETIVOS

Una vez finalizado el Módulo el alumno será capaz de diseño y comercialización de ofertas de restauración, En concreto el alumno será capaz de: Analizar el sector de la restauración y definir el posicionamiento del establecimiento interpretando todas las variables que lo configuran y explicando su situación actual y las tendencias que se detectan, Determinar la composición y características de ofertas gastronómicas diversas teniendo en cuenta los parámetros económicos y comerciales contemplados en el sector de la restauración, Analizar los procesos de información asesoramiento y venta y aplicar en ellos los procedimientos y las técnicas de atención al cliente y de comunicación adecuados como elemento básico para el logro de los objetivos empresariales, Desarrollar acciones promocionales aplicables a establecimientos de restauración aplicando técnicas de marketing,

CONTENIDOS

Tema 1. Venta de servicios en restauración. 1.1. Clasificación y características de los servicios de Restauración 1.2. Identificación de las fuentes informativas de la oferta de Restauración 1.3. Estudio y análisis del entorno 1.4. Tipos de tarifas y condiciones de aplicación según nuestro objetivo 1.5. Estrategias para la fijación de precios 1.6. Tipos de servicios que se pueden ofertar Tema 2. Composición de la oferta gastronómica. 2.1. Clasificación y principios básicos en la creación de la Oferta Culinaria 2.2. Atributos que definen la oferta de Restauración 2.3. Elementos de las ofertas 2.4. Variables de las ofertas 2.5. Tipos de Ofertas Gastronómicas 2.6. Principios básicos para elaborar una carta 2.7. Normas para la elaboración de un menú 2.8. Merchandising y diseño de la oferta de los productos 2.9. Estudio de la situación actual de la alimentación y salud 2.10. Estrategias competitivas genéricas Tema 3. Análisis de la situación en el sector de la restauración. 3.1. Estudios y análisis de situación del Mercado 3.2. Análisis del sector de Restauración 3.3. Tipos de investigación de Mercado 3.4. Posicionamiento de un Restaurante Tema 4. Comunicación marketing y ventas en restauración. 4.1. Estudiar las necesidades y deseos del cliente en segmentos bien definidos del mercado 4.2. Comunicación interpersonal y sus tipos 4.3. Análisis de las necesidades humanas y la motivación 4.4. Evaluar y medir la

imagen de la empresa y la satisfacción del cliente 4.5. Motivación a todos los departamentos
4.6. Estructura C.R.M. (Customer Relationship Management) 4.7. Marketing 4.8. Elementos
de Merchandising en Restauración 4.9. Estructura de un plan de marketing