



HOTR025PO. Creación De Cartas Y Menús

Sku: PIT050

Horas: 30

Formato: HTML

OBJETIVOS

Objetivo General

- Diseñar cartas y elaborar menús en función de las distintas variables que se deben tener en cuenta, considerando la política de precios y rentabilidad.

Objetivos Específicos

- Conocer las distintas empresas de restauración.
- Identificar la oferta dependiendo de la ubicación geográfica.
- Estudiar el concepto gastronómico a través del diseño y la imagen de la carta.
- Esquematizar los pasos para la elaboración de una carta.
- Valorar la importancia del equilibrio de los platos, componiendo dietas y menús equilibrados.
- Planificar la elaboración de menús tanto semanales como diarios.
- Sensibilizar sobre la importancia del aprovechamiento de los platos.
- Estudiar la clasificación de las principales DO españoles e internacionales.
- Combinar una carta de vinos sencilla mediante las diferentes categorías y características de estos.
- Adaptar la carta de vinos al concepto de menú y conocer las combinaciones más frecuentes.
- Elaborar menús especiales para eventos que lo requieran.
- Establecer el precio de venta utilizando las estrategias y métodos para ello.
- Determinar los costes que tienen los productos.
- Analizar el valor del producto en los clientes a través de la fidelidad y la satisfacción.
- Explicar el menu engineering mediante su popularidad y rentabilidad de sus platos.
- Conocer el escandallo o el rendimiento de un producto.
- Estudiar el neuromarketing mediante sus diferentes aplicaciones y su uso en los menús.

CONTENIDOS

Unidad 1: Introducción al concepto de restauración.

- Diferentes tipos de empresa de restauración.
- La oferta dependiendo de la ubicación.

Unidad 2: Creación de cartas y menús.

- El concepto gastronómico.
- Diseño e imagen de la carta.
- Pasos para la elaboración de la carta.
- El equilibrio entre platos.
- La composición de menús, dietas equilibradas.
- Planificación de menús semanales y menús diarios.
- Aprovechamiento de productos.

Unidad 3: Creación de cartas de vino y menús especiales.

- Clasificación de las principales DO españolas e internacionales.
- Composición de una carta sencilla de vinos.
- Adaptación de la carta de vinos al concepto del menú.
- Elaboración de menús especiales para eventos.

Unidad 4: Estrategias para la creación de una política de precios.

- Fijación del precio de venta.
- Los costes.
- Determinación de los costes.
- Valor del producto en los clientes.
- La competencia

Unidad 5: Ingeniería de menús: Popularidad y rentabilidad.

- Menú engineering. Popularidad y rentabilidad de los platos.
- Escándalo o rendimiento de un producto.
- El neuromarketing.