



## HOTR0012. Creación de cartas y menús

**Sku:** PIT\_HOTR0012

**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 españolas 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 empresas de restauración.
  - La oferta dependiendo de la ubicación geográfica.
    - Análisis interno.
    - Análisis externo.
    - Análisis DAFO.
  
- **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.
    - Equilibrio.
    - Moderación.
  - Planificación de menús semanales y menús diarios.
  - Aprovechamiento de productos.
  
- **Unidad 3: Creación de cartas de vinos 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.
    - Métodos basados en los costes.
    - Métodos basados en la competencia.
    - Métodos basados en la demanda.
  - Los costes.
    - Listado de activos.
    - Capital de trabajo.
  - Determinación de los costes.
    - Costes directos.
    - Costes fijos.
    - Costes indirectos.
    - Costes variables.
    - Costes semivariables y costes semifijos.
  - Valor del producto en los clientes.
  - La competencia.
    - Definir el potencial.
    - Estudiar el potencial de la competencia.
    - Concentrar los esfuerzos en nuestro potencial.
    - Capacitación del personal.

- Planificar nuestro potencial.
- **Unidad 5: Ingeniería de menús: popularidad y rentabilidad.**
  - Menú engineering. Popularidad y rentabilidad de los platos.
    - El principio de Omnes.
    - Principio estratégico del menú.
  - Escandalo o rendimiento de un producto.
  - El neuromarketing.