



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.