

PROGRAMA FORMATIVO

Creación de cartas y menús. HOTR025PO - versión online

Código: 22220

Modalidad: ON LINE

Duración: 30 horas

Objetivos:

- Diseñar cartas y elaborar menús en función de las distintas variables que se deben tener en cuenta, considerando la política de precios y rentabilidad.
- Conocer los tipos de empresas de restauración y sus ofertas gastronómicas.
- Saber cuáles son los criterios gastronómicos, dietéticos y organizativos que hay que tener presentes en la creación de las cartas y menús.
- Diseñar cartas de vinos, elaborar menús especiales para eventos y conjugar un correcto maridaje.
- Conocer las distintas estrategias para la creación de una política de precios adecuada.
- Adquirir conocimientos sobre las herramientas de gestión utilizadas en el sector restauración para fijar los precios en las elaboraciones culinarias, así como establecer una técnica de venta correcta.

Contenidos:

INTRODUCCIÓN AL CONCEPTO DE RESTAURACIÓN

Introducción

Diferentes tipos de empresas de restauración

La oferta dependiendo de la ubicación geográfica

Resumen

CREACIÓN DE CARTAS Y MENÚS

Introducción

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

Resumen

CREACIÓN DE CARTAS DE VINOS Y MENÚS ESPECIALES

Introducción

Clasificación de las principales D. O. 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

Resumen

ESTRATEGIAS PARA LA CREACIÓN DE UNA POLÍTICA DE PRECIOS

Introducción

Fijación del precio de venta

Los costes

Determinación de los costes

Valor del producto en los clientes

La competencia

Resumen

INGENIERÍA DE MENÚS: POPULARIDAD Y RENTABILIDAD

Introducción

Menú Engineering. Popularidad y rentabilidad de los platos

Principios de Omnes
Escandalo o rendimiento de un producto
El neuromarketing
Resumen