

C E R C I O N

Diseño y comercialización de ofertas de restauración

Duración:

90 Horas

Modalidad:

Teleformación

Objetivos:

- 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 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:

UNIDAD DIDÁCTICA 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.
 - 1.5.1. Análisis de precios de la competencia.
 - 1.5.2. Precio según valor percibido por el cliente.
 - 1.5.3. Precio de penetración en el mercado.
 - 1.5.4. Precio por prestigio.
 - 1.5.5. Precio por descremación del mercado.
 - 1.5.6. Precio por promoción.
 - 1.5.7. Precio psicológico.
 - 1.5.8. Precio en función del beneficio.
- 1.6. Tipos de servicios que se pueden ofertar.

UNIDAD DIDÁCTICA 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:
 - 2.2.1. Situación del local.
 - 2.2.2. Oferta de comidas y bebidas.

C E R C I O N

2.2.3. Precios.

2.2.4. Identidad corporativa.

2.2.5. Ambiente.

2.2.6. Servicio.

2.2.7. Calidad.

2.2.8. Garantía.

2.2.9. Estilo de gestión.

2.2.10. Valor para el cliente.

2.3. Elementos de las ofertas.

2.3.1. El cliente.

2.3.2. El soporte físico.

2.3.3. El personal en contacto.

2.4. Variables de las ofertas.

2.4.1. Comidas de ocio.

2.4.2. Comidas de negocios.

2.4.3. Banquetes y ceremonias.

2.5. Tipos de ofertas gastronómicas.

2.5.1. Menú.

2.5.2. Carta.

2.5.3. Sugerencias y platos del día.

2.5.4. Ofertas especiales.

2.5.5. Menú bufé.

2.6. Principios básicos para la elaboración de una carta.

2.7. Normas para la elaboración de un menú.

2.7.1. Dietético.

2.7.2. Económico.

2.7.3. Punto de vista de la organización.

2.7.4. Aspecto gastronómico.

2.7.5. Estético.

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.

2.10.1. Liderazgo en costes.

2.10.2. Diferenciación.

2.10.3. Enfoque o segmentación.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. Análisis de la situación en el sector de la restauración.

3.1. Estudios y análisis de situación del mercado.

3.1.1. Tendencias.

3.1.2. Cuotas de mercado.

C E R C I O N

3.2. Análisis del sector de restauración.

3.2.1. Análisis interno.

3.2.2. Análisis externo.

3.2.3. Análisis DAFO.

3.3. Tipos de investigación de mercado.

3.3.1. Cuantitativa o numérico.

3.3.2. Cualitativa.

3.3.3. Documental o de fuentes secundarias.

3.3.4. Secundaria de marketing.

3.4. Posicionamiento de un restaurante.

3.4.1. Perfil Sociodemográfico de los clientes.

3.4.2. Purchase Funnel (Túnel de compra).

3.4.3. Frecuencia de consumo.

UNIDAD DIDÁCTICA 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.

4.3.1. El proceso decisorio.

4.3.2. Las expectativas de los clientes y sus técnicas.

4.3.3. Técnicas de satisfacción.

4.3.4. Estándares de calidad.

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).

4.6.1. Ventas.

4.6.2. Asignación de objetivos de ventas a cada unidad o persona del negocio.

4.6.3. Gestión de todos los tipos de contactos que se mantengan.

4.6.4. Gestión de cuentas.

4.6.5. Gestión de ofertas.

4.6.6. Gestión de contratos.

4.6.7. Seguimiento de los objetivos marcados.

4.7. Marketing.

4.7.1. Datos de Mercado.

4.7.2. Datos de la Competencia.

4.7.3. Segmentación de clientes.

4.7.4. Definición de la oferta.

4.7.5. Asignación de segmentos/canales.

4.7.6. Servicios.

4.7.6.1. Gestión de las solicitudes y demandas de servicio.

C E R C I O N

4.7.6.2. Gestión de incidencias.

4.7.6.3. Gestión de reclamaciones.

4.7.6.4. Actualización de bases de datos de los clientes.

4.7.6.5. Encuestas de satisfacción y consecución de niveles de calidad.

4.8. Elementos de merchandising en restauración.

4.8.1. Decorado y ambiente.

4.8.2. Equipamiento.

4.8.3. Menú.

4.8.4. Ubicación preferente del producto.

4.8.5. Fotos.

4.8.6. Mástiles.

4.8.7. Carteles.

4.8.8. Publicidad.

4.8.9. Animación.

4.8.10. Demostraciones y degustaciones.

4.8.11. Otros.

4.9. Estructura de un plan de marketing.

4.9.1. Fase analítica.

4.9.1.1. Análisis externo.

4.9.1.2. Análisis interno.

4.9.1.3. Análisis DAFO.

4.9.2. Fase estratégica.

4.9.2.1. Decisiones.

4.9.2.2. Fijación de objetivos.

4.9.2.3. Política Marketing Mix.

4.9.3. Fase operativa.

4.9.3.1. Plan de acciones.

4.9.3.2. Presupuesto.

4.9.3.3. Previsión de rentabilidad.

C E R C I O N

Metodología teleformación:

El curso se imparte bajo la modalidad de teleformación, cuya característica es que el proceso de aprendizaje se desarrolla a través de las tecnologías de la información y comunicación telemáticas, posibilitando la interactividad de alumnos, dinamizadores, tutores y recursos situados en distinto lugar.

Las principales características de esta modalidad son:

- **Accesibilidad y flexibilidad:** la plataforma y sus recursos son accesibles las 24 horas del día los 7 días de la semana, desde cualquier lugar, lo que supone un acceso al curso con independencia de la localización.
- **Uso de las tecnologías de la información y comunicación telemática:** implica que el material didáctico, los recursos que facilitan el aprendizaje, el seguimiento del curso y su control y evaluación están en la plataforma de teleformación.
- **Interactividad:** se produce un intercambio de conocimientos y experiencias profesionales sobre la materia entre los alumnos y el teleformador, y entre los alumnos a través de las herramientas de comunicación presentes en la plataforma de teleformación.
- **Autoestudio:** el material didáctico disponible en la plataforma está estructurado en módulos y/o unidades didácticas para facilitar el aprendizaje, pudiendo comprobar en todo momento tu progreso a través de la realización de ejercicios, casos prácticos y pruebas de evaluación que te ayudan a valorar el aprendizaje conseguido.
- **Interacción teórica/práctica:** la metodología utilizada permite el aprendizaje teórico y aplicabilidad práctica de los contenidos.

Los aspectos básicos de la metodología de teleformación son los siguientes:

El alumno recibe su alta en la plataforma de teleformación, con las fechas de inicio y fin y sus claves de acceso.

El centro de formación pone a tu disposición los siguientes recursos humanos:

- **Dinamizador:** que efectúa las labores de seguimiento en el desarrollo del curso por parte del alumno, apoyándole y motivándole en el proceso de enseñanza/aprendizaje dentro del entorno virtual formativo, su acceso se encuentra disponible a través del buzón de la plataforma.
- **Formador/tutor:** experto en la materia a estudiar, encargado de orientar a los alumnos a lo largo del desarrollo del curso, resolviendo sus dudas, y controlando su progreso de aprendizaje, disponible a través del buzón de la plataforma.

Puedes ponerte en contacto con ellos a través del foro y por mensajería.

El material didáctico del curso se encuentra en la plataforma de teleformación.

En la plataforma se incluye una sección donde se pone a disposición del alumno la ficha del curso, guía didáctica, los datos de la acción formativa y del centro de formación, la planificación didáctica, calendario de tutorías, sistema de evaluación del aprendizaje, asistencia técnica, etc. Además cuenta con un calendario donde se indican las fechas de inicio de y fin de curso, las fechas orientativas para realizar las pruebas de evaluación y ejercicios, convocatorias de chats etc.

En la plataforma de teleformación, se ponen a disposición del alumno recursos como foros, chat, calendario de eventos, ejercicios, novedades, etc., herramientas que favorecerán tanto la interacción entre el tutor- alumno y alumno- tutor, así como la aplicación práctica de los contenidos teóricos.

Dispondrás además de un manual de uso de la plataforma y de un servicio de asistencia técnica.

C E R C I O N

Organización del material del curso

El curso estructura sus contenidos teóricos según se describe a continuación:

- Contenido didáctico, organizado en Módulos y/o Unidades formativas.
- Glosario y/o bibliografía y/o biblioweb y/o documentación de referencia.

El curso estructura sus contenidos prácticos según los objetivos a alcanzar, pudiendo utilizar una o varias de estas opciones:

- Ejercicios y actividades interactivas, con contenidos prácticos, que además permiten comprobar el grado de comprensión de los mismos.
- Casos prácticos y/o situaciones prácticas y relacionadas con el ejercicio profesional planteados por el teleformador.
- Controles (pruebas de evaluación): herramienta a través de la cual se conoce el grado adquirido de conocimientos.

Recursos de la plataforma de formación:

Además de los contenidos teóricos y prácticos del curso, en la plataforma de teleformación se encuentran los siguientes servicios y recursos:

- Foros: en los que tanto el tutor y los alumnos, como los alumnos entre sí, plantean situaciones, debaten situaciones prácticas, aportan informaciones prácticas, resuelven casos, etc.
- Chats, en los que el tutor y los alumnos, a través de un contacto directo y on-line, abordan temas de interés, aportan experiencias, trabajan los contenidos en grupo, etc.
- Buzón, herramienta básica de conexión alumno-teleformador, y viceversa, para llevar a cabo tanto el servicio de tutoría ofrecido a los alumnos como la gestión de las dudas que planten éstos, tanto para la parte teórica como para la parte práctica.
- Área de Recursos adicionales: donde tutores y alumnos pueden editar información relativa al curso.
- FAQ's: donde se obtiene información sobre las preguntas más frecuentes.
- Informe de progreso: a través del cual se pueden consultar el avance del curso, los resultados de la evaluación de los ejercicios y pruebas de evaluación y así como su nota media.
- Tutor: experto en la materia a estudiar, encargado de orientar a los alumnos a lo largo del desarrollo del curso, resolviendo sus dudas, y controlando su progreso de aprendizaje, disponible a través del buzón de la plataforma.
- Dinamizador: que efectúa las labores de seguimiento en el desarrollo del curso por parte del alumno, apoyándole y motivándole en el proceso de enseñanza/aprendizaje dentro del entorno virtual formativo, su acceso se encuentra disponible a través del buzón de la plataforma.
- Asistencia técnica: responsable de dar soporte informático al alumno, como puede ser la instalación de programas, solución de problemas de configuración, etc. Su acceso se encuentra en la página de inicio.

C E R C I O N

Evaluación de la formación

La herramienta que se utiliza para evaluar, y a su vez seguir y controlar tu proceso formativo, son los controles que deberán ser realizados en la plataforma, según la programación indicada.

Cuando realizas las pruebas de evaluación, con carácter inmediato podrás ver si tus respuestas son correctas y tu calificación, permitiéndote conocer el grado de éxito alcanzado.

La calificación obtenida en los controles se expresará atendiendo a la siguiente valoración basada en el número de respuestas correctas:

CALIFICACIÓN (APTO):

EXCELENTE 10 ó 9.

BIEN 8 ó 7

ACEPTABLE 6 ó 5

CALIFICACIÓN (NO APTO): 4 o menos.

Evaluación de la calidad de la formación

Con el objeto de evaluar la calidad de la formación, se pone a disposición del alumno de un cuestionario de Evaluación de la calidad que se cumplimentará de forma anónima y voluntaria.

Diploma:

A la finalización del curso se entrega un diploma de realización y/o aprovechamiento del mismo.

El curso se desarrolla en la modalidad de teleformación por lo que es necesario que el estudio del material didáctico se realice a través de esta vía.

Requisitos para la superación del curso, calificación de apto:

- Conexión regular a la plataforma
- Lectura y estudio de los contenidos (material didáctico)
- Realización del 100% de las pruebas de evaluación.

Requisitos para que la formación pueda ser bonificable:

Si tu empresa va a bonificar la formación, los requisitos son los que detallamos a continuación:

- **Conexión a la plataforma del 75% de las horas de duración del curso (la plataforma dispone de un reloj que contabilizará tu tiempo de conexión).**
- **Haber estudiado todo el material didáctico.**
- **Haber realizado el 100% de las pruebas de evaluación.**
- **Descargar las guías del alumno y el cuestionario de satisfacción.**
- **Poner un mensaje de debate sobre un tema de interés relacionado con la temática del curso en el foro general del curso.**
- **Realizar los ejercicios indicados por el tutor o dinamizador.**
- **Participar al menos una vez en el chat o en las actividades que proponga el tutor.**