



HOTR0012. Creación de cartas y menús

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

Creación de cartas y menús	Tiempo estimado
<p>Unidad 1: Introducción al concepto de restauración.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diferentes tipos de empresas de restauración. • La oferta dependiendo de la ubicación geográfica. <ul style="list-style-type: none"> ○ Análisis interno. ○ Análisis externo. ○ Análisis DAFO. 	
Examen UA 01	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 01	30 minutos
Tiempo total de la unidad	4 horas
<p>Unidad 2: Creación de cartas y menús.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. <ul style="list-style-type: none"> ○ Equilibrio. ○ Moderación. • Planificación de menús semanales y menús diarios. • Aprovechamiento de productos. 	
Examen UA 02	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 02	30 minutos
Tiempo total de la unidad	6 horas

<p>Unidad 3: Creación de cartas de vinos y menús especiales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. 	
Examen UA 03	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 03	30 minutos
Tiempo total de la unidad	4 horas
<p>Unidad 4: Estrategias para la creación de una política de precios.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fijación del precio de venta. <ul style="list-style-type: none"> ○ Métodos basados en los costes. ○ Métodos basados en la competencia. ○ Métodos basados en la demanda. • Los costes. <ul style="list-style-type: none"> ○ Listado de activos. ○ Capital de trabajo. • Determinación de los costes. <ul style="list-style-type: none"> ○ Costes directos. ○ Costes fijos. ○ Costes indirectos. ○ Costes variables. ○ Costes semivariables y costes semifijos. • Valor del producto en los clientes. • La competencia. <ul style="list-style-type: none"> ○ Definir el potencial. ○ Estudiar el potencial de la competencia. ○ Concentrar los esfuerzos en nuestro potencial. ○ Capacitación del personal. ○ Planificar nuestro potencial. 	
Examen UA 04	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 04	30 minutos
Tiempo total de la unidad	11 horas

<p>Unidad 5: Ingeniería de menús: popularidad y rentabilidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menú engineering. Popularidad y rentabilidad de los platos. <ul style="list-style-type: none"> ○ El principio de Omnes. ○ Principio estratégico del menú. • Escandallo o rendimiento de un producto. • El neuromarketing. 	
Examen UA 05	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 05	30 minutos
Tiempo total de la unidad	4 horas
Examen final	1 hora
5 unidades	30 horas