



Gestión de establecimientos de restauración

Objetivos

□ **Objetivo general**

- Conocer los aspectos más destacados y elementales de la restauración, así como adquirir los conocimientos relativos al control de la economía del establecimiento y la gestión comercial del mismo.

□ **Objetivos específicos**

- Conocer cómo se establecen las estructuras organizativas de un establecimiento de restauración.
- Estudiar la planificación empresarial y el control de la gestión económico-financiera.
- Explicar cómo se realiza la gestión de la documentación administrativa de las áreas de producción.
- Exponer cómo se ejecuta el control de los costes de las áreas de producción.
- Saber realizar el control de los presupuestos de las áreas de producción.
- Analizar el mercado de la restauración y la estructura de la actividad de restauración.
- Saber evaluar la situación empresarial de un establecimiento de restauración.
- Estudiar que es un plan de comercialización y sus objetivos.
- Explicar cómo se realiza el diseño de ofertas gastronómicas.
- Conocer el marketing interno y la gestión de calidad.

Contenidos

Gestión de establecimientos de restauración	Tiempo estimado
<p>Unidad 1: Gestión administrativa del establecimiento de restauración.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecimiento de las estructuras organizativas. • Planificación empresarial y control de la gestión económico-financiera. • Control de la gestión de la documentación administrativa de las áreas de producción. • Control de los costes de las áreas de producción. • Control de los presupuestos de las áreas de producción. 	
Examen UA 01	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 01: Clasificación de los organigramas	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 01: Fases del control de costos de alimentos y bebidas	30 minutos
Tiempo total de la unidad	14.5 horas
<p>Unidad 2: Gestión comercial del establecimiento de restauración.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis del mercado de la restauración. • Evaluación de la situación empresarial. • Elaboración del plan de comercialización. • Diseño de ofertas gastronómicas. • Marketing interno y gestión de calidad. 	
Examen UA 02	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 02: Tipos de mercados	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 02: Ofertas gastronómicas	30 minutos
Tiempo total de la unidad	15 horas
Examen final	30 minutos
2 unidades	30 horas