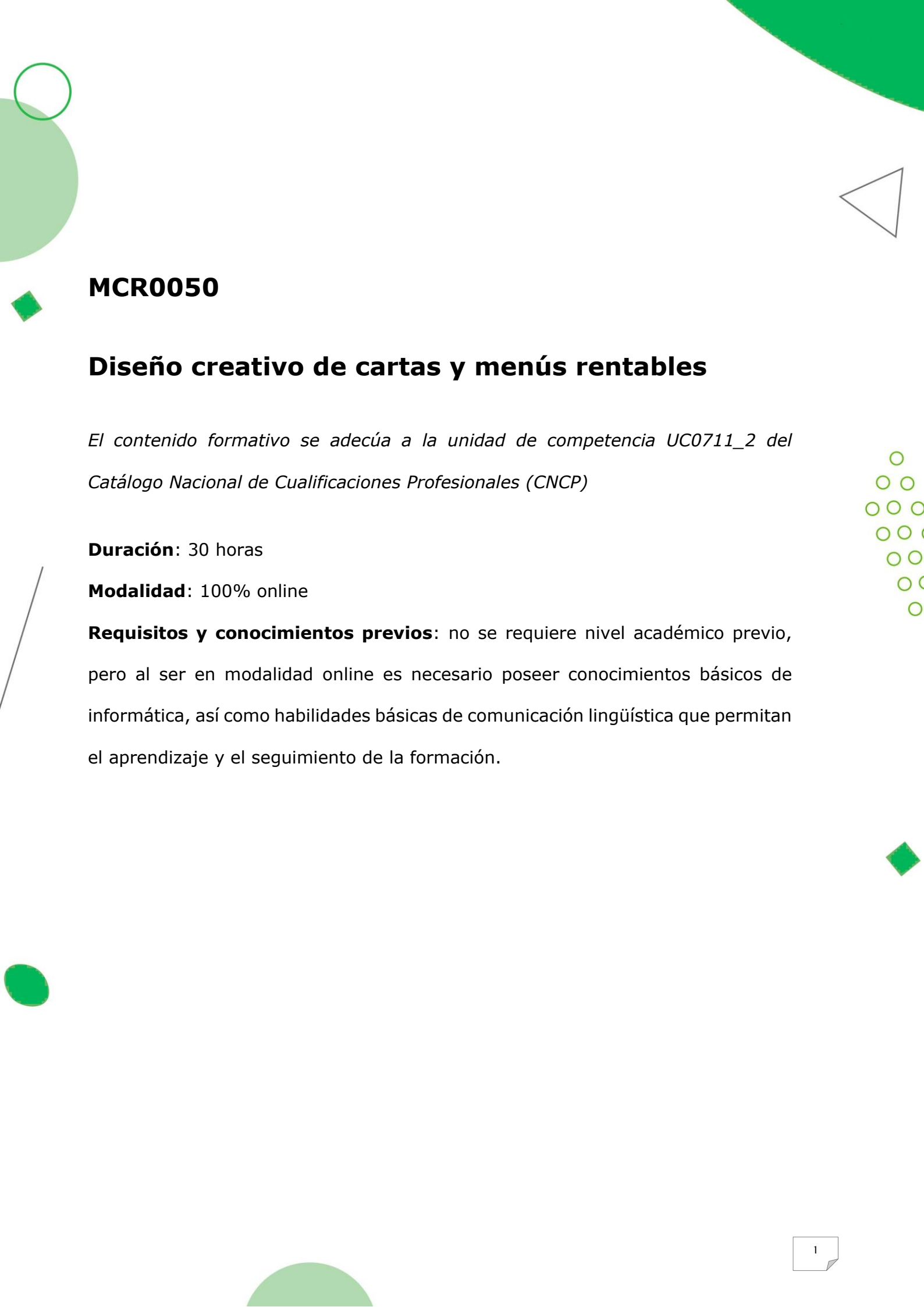




MCR0050. Diseño creativo de cartas y menús rentables





MCR0050

Diseño creativo de cartas y menús rentables

El contenido formativo se adecúa a la unidad de competencia UC0711_2 del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales (CNCP)

Duración: 30 horas

Modalidad: 100% online

Requisitos y conocimientos previos: no se requiere nivel académico previo, pero al ser en modalidad online es necesario poseer conocimientos básicos de informática, así como habilidades básicas de comunicación lingüística que permitan el aprendizaje y el seguimiento de la formación.

Objetivo general

- Diseñar cartas y elaborar menús en función de las distintas variables que se deben tener en cuenta, considerando el concepto gastronómico, la ubicación, la imagen, la composición equilibrada de la oferta, la política de precios y la rentabilidad del establecimiento.

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 españoles 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 didáctica 1. Introducción al concepto de restauración

1. Diferentes tipos de empresas de restauración.
2. La oferta dependiendo de la ubicación geográfica.

Unidad didáctica 2. Creación de cartas y menús

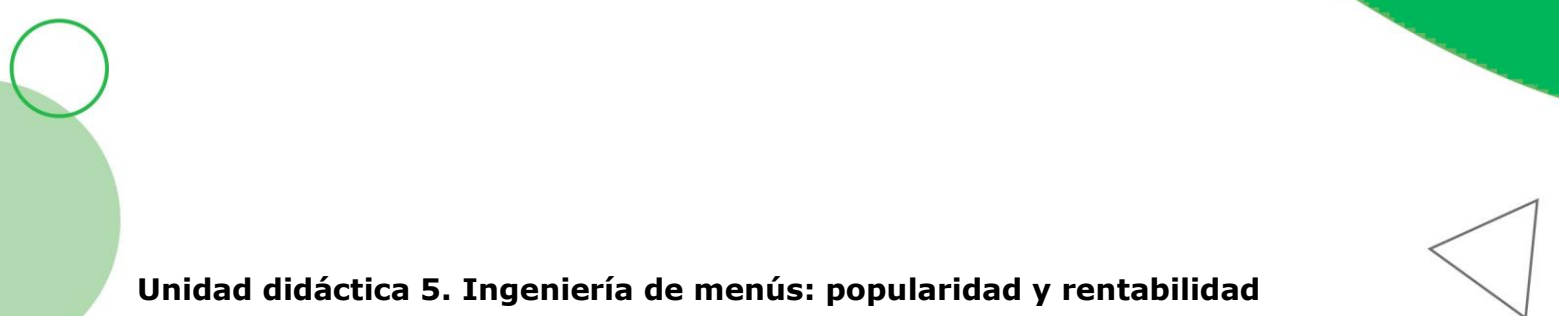
1. El concepto gastronómico.
2. Diseño e imagen de la carta.
3. Pasos para la elaboración de la carta.
4. El equilibrio entre platos.
5. La composición de menús, dietas equilibradas.
 - 5.1. Equilibrio.
 - 5.2. Moderación.
6. Planificación de menús semanales y menús diarios.
7. Aprovechamiento de productos.

Unidad didáctica 3. Creación de cartas de vinos y menús especiales

1. Clasificación de las principales DO españolas e internacionales.
2. Composición de una carta sencilla de vinos.
3. Adaptación de la carta de vinos al concepto del menú.
4. Elaboración de menús especiales para eventos.

Unidad didáctica 4. Estrategias para la creación de una política de precios

1. Fijación del precio de venta.
 - 1.1. Métodos basados en los costes.
 - 1.2. Métodos basados en la competencia.
 - 1.3. Métodos basados en la demanda.
2. Los costes.
 - 2.1. Listado de activos.
 - 2.2. Capital de trabajo.
3. Determinación de los costes.
 - 3.1. Costes directos.
 - 3.2. Costes fijos.
 - 3.3. Costes indirectos.
 - 3.4. Costes variables.
 - 3.5. Costes semivariables y costes semifijos.
4. Valor del producto en los clientes.
 - 4.1. Definir el potencial.
 - 4.2. Estudiar el potencial de la competencia.
 - 4.3. Concentrar los esfuerzos en nuestro potencial.
 - 4.4. Capacitación del personal.
 - 4.5. Planificar nuestro potencial.
5. La competencia.



Unidad didáctica 5. Ingeniería de menús: popularidad y rentabilidad

1. Menu engineering. Popularidad y rentabilidad de los platos.
 - 1.1. El principio de Omnes.
 - 1.2. Principio estratégico del menú.
 2. Escandallo o rendimiento de un producto.
 3. El neuromarketing.
- 