



# INESEM

BUSINESS SCHOOL

## ***Diseño y Comercialización de Ofertas de Restauración (Online)***

**+ Información Gratis**

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

# Diseño y Comercialización de Ofertas de Restauración (Online)

**duración total:** 90 horas

**horas teleformación:** 56 horas

**precio:** 0 € \*

**modalidad:** Online

\* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

## descripción

En la actualidad, se hace imprescindible en el mundo de la restauración saber dirigir y gestionar las actividades propias de un restaurante o unidad de producción y servicio de alimentos y bebidas, definir y supervisar sus procesos y optimizar los recursos materiales y humanos disponibles para conseguir la máxima rentabilidad de la unidad, ofreciendo la mejor calidad de servicio y atención al cliente, si fuera preciso, en inglés. En este curso, se pretende aportar al alumnado los conocimientos necesarios para diseñar y comercializar ofertas de restauración.



## *a quién va dirigido*

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

## *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 las 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.

## *para qué te prepara*

La presente formación se ajusta al itinerario formativo del Módulo Formativo MF1101\_3 Diseño y comercialización de ofertas de restauración certificando el haber superado las distintas Unidades de Competencia en él incluidas, y va dirigido a la acreditación de las Competencias Profesionales adquiridas a través de la experiencia laboral y de la formación no formal, vía por la que va a optar a la obtención del correspondiente Certificado de Profesionalidad, a través de las respectivas convocatorias que vayan publicando las distintas Comunidades Autónomas, así como el propio Ministerio de Trabajo (Real Decreto 1224/2009 de reconocimiento de las competencias profesionales adquiridas por experiencia laboral).

## *salidas laborales*

Desarrolla su actividad profesional en grandes, medianos y pequeños establecimientos de restauración tradicional, moderna y de catering, generalmente de carácter privado, aunque también pueden ser de carácter público, fundamentalmente en el sector educativo, sanitario o de servicios sociales. Puede ser trabajador autónomo o por cuenta ajena, realizando sus funciones de forma independiente o bien subordinado al director del área de restaurantes o al propio director del establecimiento cuando la unidad de producción forma parte de una estructura de producción y servicio más amplio.

## titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).



### INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación  
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

#### NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

#### Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX  
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en  
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La dirección General

MARIA MORENO HIDALGO

Firma del alumno/a

Sello



NOMBRE DEL ALUMNO/A

## forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

## metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

## materiales didácticos

- Manual teórico 'MF1101\_3 Diseño y Comercialización de Ofertas de Restauración'





## profesorado y servicio de tutorías

Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado "Guía del Alumno" entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual:** El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación



## *plazo de finalización*

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

## *campus virtual online*

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de ineseem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

## *comunidad*

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

## *revista digital*

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

## *secretaría*

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

**programa formativo**

## **MÓDULO 1. DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE OFERTAS DE RESTAURACIÓN**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. VENTA DE SERVICIOS EN RESTAURACIÓN.**

1. Clasificación y características de los servicios de restauración.
2. Identificación de las fuentes informativas de la oferta de restauración.
3. Estudio y análisis del entorno.
4. Tipos de tarifas y condiciones de aplicación según nuestro objetivo.
5. Estrategias para la fijación de precios.
  - 1.- Análisis de precios de la competencia.
  - 2.- Precio según valor percibido por el cliente.
  - 3.- Precio de penetración en el mercado.
  - 4.- Precio por prestigio.
  - 5.- Precio por descremación del mercado.
  - 6.- Precio por promoción.
  - 7.- Precio psicológico.
  - 8.- Precio en función del beneficio.
6. Tipos de servicios que se pueden ofertar.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. COMPOSICIÓN DE LA OFERTA GASTRONÓMICA.**

1. Clasificación y principios básicos en la creación de la oferta culinaria.
2. Atributos que definen la oferta de restauración:
  - 1.- Situación del local.
  - 2.- Oferta de comidas y bebidas.
  - 3.- Precios.
  - 4.- Identidad corporativa.
  - 5.- Ambiente.
  - 6.- Servicio.
  - 7.- Calidad.
  - 8.- Garantía.
  - 9.- Estilo de gestión.
  - 10.- Valor para el cliente.
3. Elementos de las ofertas.
  - 1.- El cliente.
  - 2.- El soporte físico.
  - 3.- El personal en contacto.
4. Variables de las ofertas.
  - 1.- Comidas de ocio.
  - 2.- Comidas de negocios.
  - 3.- Banquetes y ceremonias.
5. Tipos de ofertas gastronómicas.
  - 1.- Menú.
  - 2.- Carta.
  - 3.- Sugerencias y platos del día.
  - 4.- Ofertas especiales.
  - 5.- Menú bufé.
6. Principios básicos para la elaboración de una carta.
7. Normas para la elaboración de un menú.
  - 1.- Dietético.
  - 2.- Económico.



- 3.- Punto de vista de la organización.
- 4.- Aspecto gastronómico.
- 5.- Estético.
- 8. Merchandising y diseño de la oferta de los productos.
- 9. Estudio de la situación actual de la alimentación y salud.
- 10. Estrategias competitivas genéricas.
  - 1.- Liderazgo en costes.
  - 2.- Diferenciación.
  - 3.- Enfoque o segmentación.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN EN EL SECTOR DE LA RESTAURACIÓN.**

- 1. Estudios y análisis de situación del mercado.
  - 1.- Tendencias.
  - 2.- Cuotas de mercado.
- 2. Análisis del sector de restauración.
  - 1.- Análisis interno.
  - 2.- Análisis externo.
  - 3.- Análisis DAFO.
- 3. Tipos de investigación de mercado.
  - 1.- Cuantitativa o numérico.
  - 2.- Cualitativa.
  - 3.- Documental o de fuentes secundarias.
  - 4.- Secundaria de marketing
- 4. Posicionamiento de un restaurante.
  - 1.- Perfil Sociodemográfico de los clientes.
  - 2.- Purchase Funnel (Túnel de compra).
  - 3.- Frecuencia de consumo.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMUNICACIÓN, MARKETING Y VENTAS EN RESTAURACIÓN**

- 1. Estudiar las necesidades y deseos del cliente en segmentos bien definidos del mercado.
- 2. Comunicación interpersonal y sus tipos.
- 3. Análisis de las necesidades humanas y la motivación.
  - 1.- El proceso decisorio.
  - 2.- Las expectativas de los clientes y sus técnicas.
  - 3.- Técnicas de satisfacción.
  - 4.- Estándares de calidad
- 4. Evaluar y medir la imagen de la empresa y la satisfacción del cliente.
- 5. Motivación a todos los departamentos.
- 6. Estructura C.R.M. (Customer Relationship Management).
  - 1.- Ventas.
  - 2.- Asignación de objetivos de ventas a cada unidad o persona del negocio.
  - 3.- Gestión de todos los tipos de contactos que se mantengan.
  - 4.- Gestión de cuentas.
  - 5.- Gestión de ofertas.
  - 6.- Gestión de contratos.
  - 7.- Seguimiento de los objetivos marcados.
- 7. Marketing.
  - 1.- Datos de Mercado.
  - 2.- Datos de la Competencia.
  - 3.- Segmentación de clientes.
  - 4.- Definición de la oferta.
  - 5.- Asignación de segmentos/canales.
  - 6.- Servicios.
    - 1.\* Gestión de las solicitudes y demandas de servicio.

- 2.\* Gestión de incidencias.
  - 3.\* Gestión de reclamaciones.
  - 4.\* Actualización de bases de datos de los clientes.
  - 5.\* Encuestas de satisfacción y consecución de niveles de calidad.
- 8.Elementos de merchandising en restauración.
- 1.- Decorado y ambiente.
  - 2.- Equipamiento.
  - 3.- Menú.
  - 4.- Ubicación preferente del producto.
  - 5.- Fotos.
  - 6.- Mástiles.
  - 7.- Carteles.
  - 8.- Publicidad.
  - 9.- Animación.
  - 10.- Demostraciones y degustaciones.
  - 11.- Otros.
- 9.Estructura de un plan de marketing.
- 1.- Fase analítica.
    - 1.\* Análisis externo.
    - 2.\* Análisis interno.
    - 3.\* Análisis DAFO.
  - 2.- Fase estratégica.
    - 1.\* Decisiones.
    - 2.\* Fijación de objetivos.
    - 3.\* Política Marketing Mix.
  - 3.- Fase operativa.
    - 1.\* Plan de acciones.
    - 2.\* Presupuesto.
    - 3.\* Previsión de rentabilidad.