



# DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE OFERTAS DE RESTAURACIÓN

SKU: MF1101\_3\_V2

Horas [90](#)

## OBJETIVOS

Una vez finalizado el Módulo el alumno será capaz de diseño y comercialización de ofertas de restauración, En concreto el alumno será capaz de: 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,

## CONTENIDO

Tema 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
- 1.6. Tipos de servicios que se pueden ofertar

Tema 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
- 2.3. Elementos de las ofertas
- 2.4. Variables de las ofertas
- 2.5. Tipos de Ofertas Gastronómicas
- 2.6. Principios básicos para elaborar una carta

- 2.7. Normas para la elaboración de un menú
- 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

Tema 3. Análisis de la situación en el sector de la restauración.

- 3.1. Estudios y análisis de situación del Mercado
- 3.2. Análisis del sector de Restauración
- 3.3. Tipos de investigación de Mercado
- 3.4. Posicionamiento de un Restaurante

Tema 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
- 4.4. 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)
- 4.7. Marketing
- 4.8. Elementos de Merchandising en Restauración
- 4.9. Estructura de un plan de marketing