

# HOTR025PO

## Creación de cartas y menús

### **Descripción:**

Con este curso el alumno será capaz de desenvolverse dentro del Sector de la hostelería, y podrá diseñar cartas y elaborar menús en función de las distintas variables que se deben tener en cuenta, considerando la política de precios y la rentabilidad.

**Nº de horas:**

30 horas

**Objetivos:**

Diseñar cartas y elaborar menús en función de las distintas variables que se deben tener en cuenta, considerando la política de precios y rentabilidad.

**Requisitos y conocimientos:**

No son necesarios conocimientos previos, sin embargo es aconsejable contar con nociones básicas de matemáticas y tecnologías, así como facilidad de comprensión lectora para seguir y asimilar correctamente los contenidos. También es de gran valor disponer de capacidad de planificación y organización.

**Contenido HOTR025PO: Creación de cartas y menús****Unidad didáctica 1. Introducción al concepto de restauración**

- 1.1. Diferentes tipos de empresas de restauración
- 1.2. La oferta dependiendo de la ubicación geográfica

**Unidad didáctica 2. Creaciones de cartas y menús**

- 2.1. El concepto gastronómico
- 2.2. Diseño e imagen de la carta
- 2.3. Pasos para la elaboración de la carta
- 2.4. El equilibrio entre platos
- 2.5. La composición de menús, dietas equilibradas
- 2.6. Planificación de menús semanales y menús diarios
- 2.7. Aprovechamiento de productos

**Unidad didáctica 3. Creación de cartas de vino y menús especiales**

- 3.1. Clasificación de las principales DO españolas e internacionales
- 3.2. Composición de una carta sencilla de vinos
- 3.3. Adaptación de la carta de vinos al concepto del menú
- 3.4. Elaboración de menús especiales para eventos

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

- 4.1. Fijación del precio de venta
- 4.2. Los costes
- 4.3. Determinación de los costes
- 4.4. Valor del producto en los clientes
- 4.5. La competencia

**Unidad didáctica 5. Ingeniería de menús popularidad y rentabilidad**

- 5.1. Menu engineering. Popularidad y rentabilidad de los platos
- 5.2. Escandalo o rendimiento de un producto
- 5.3. El neuromarketing