



***ESCUELA SUPERIOR DE
HOSTELERÍA Y TURISMO.
MADRID.***

***PROGRAMACIÓN
DEL MÓDULO PROFESIONAL
GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y
COMERCIAL EN RESTAURACIÓN***

CURSO: 2021/2022

PROGRAMACIÓN DE MÓDULO PROFESIONAL CURSO 2021-2022

Ciclo Formativo

Marcar el ciclo al que pertenece el Módulo

	Clave	Etapa	Denominación	
<input type="checkbox"/>	HOTB01	FPB	Cocina y Restauración	
<input type="checkbox"/>	INAB02	FPB	Actividades de Panadería y Pastelería	
<input type="checkbox"/>	HOTM01	CFGM	Cocina y Gastronomía	
<input type="checkbox"/>	HOTM01	CFGM	Cocina y Gastronomía	(FP Dua
<input type="checkbox"/>	HOTM02	CFGM	Servicios en Restauración	
<input type="checkbox"/>	HOTM02	CFGM	Servicios en Restauración	(FP Dua
<input type="checkbox"/>	HOTS01	CFGS	Gestión de Alojamientos Turísticos	
<input type="checkbox"/>	HOTS02	CFGS	Agencias de Viajes y Gestión de Eventos	
<input type="checkbox"/>	HOTS02	CFGS	Agencias de Viajes y Gestión de Eventos	(A Distancie
<input type="checkbox"/>	HOTS03	CFGS	Guía, Información y Asistencia Turísticas	
<input type="checkbox"/>	HOTS04	CFGS	Dirección de Cocina	
<input type="checkbox"/>	HOTS05	CFGS	Dirección de Servicios en Restauración	
<input type="checkbox"/>	HOTS13	CFGS	Gestión de Alojamientos Turísticos + Guía, Información y Asistencia Turísticas	(Doble Títulc
<input type="checkbox"/>	HOTS23	CFGS	Agencias de Viajes y Gestión de Eventos + Guía, Información y Asistencia Turísticas	(Doble Títulc
<input checked="" type="checkbox"/>	HOTS45	CFGS	Dirección de Cocina + Dirección de Servicios en Restauración	(Doble Títulc

Departamento:

Marcar el Departamento correspondiente

- AAEECC
- PRÁCTICAS
- FOL
- FRANCÉS
- FORMACIÓN BÁSICA
- HOSTELERÍA Y TURISMO
- INGLÉS

Jefe de Departamento (nombre y dos apellidos):

MARTA DE FRIAS ALCANTARILLA

Módulo Profesional

Denominación oficial del Módulo (la relación de Módulos Profesionales se encuentra en documento adjunto)

GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL EN RESTAURACIÓN

Grupo/s:

Indicar los códigos de los grupos en los que se imparte

(la relación de los grupos y sus códigos se encuentra en documento adjunto)

- de Hostelería:
- de Turismo: 1HOTS45DD/1HOTS45VD

Profesorado del Módulo Profesional

Relacionar el profesorado que imparte el Módulo (nombre y dos apellidos)

1. JOSÉ MARÍA PRIETO URDIALES
2. VICENTE MORENO FERNÁNDEZ

Objetivos del Módulo

Finalidad global de la Programación

Establecer estructuras organizativas en restauración, caracterizando los diferentes modelos organizativos y los objetivos de la empresa.

-Controlar la gestión administrativa de áreas de restauración analizando la documentación y la información en ella reflejada.

-Realizar y controlar los presupuestos de las áreas de producción, reconociendo y determinando la estructura de los niveles de aprovisionamiento, gastos e ingresos de su departamento o establecimiento, según el caso.

-Saber identificar y evaluar la situación de la empresa respecto al mercado, analizando las variables de posicionamiento y de resultados.

-Saber elaborar el plan de comercialización propio de las empresas de restauración, caracterizando los elementos que lo conforman y estableciendo estrategias y acciones.

-Aprender a diseñar ofertas gastronómicas, caracterizando y seleccionando los elementos y las variables que las configuran.

Contenidos

Desarrollados en unidades didácticas

Unidad temática 1. Establecimiento de las estructuras organizativas

- Normativa legal sobre la tipología y clasificación de los establecimientos de restauración: Nacional y de la Comunidad de Madrid.

- Modelos organizativos de empresas de restauración. Conceptualización. Antecedentes en la organización científica del trabajo. Principios de Organización. Sistemas de Organización. Estructuras organizativas: Clásicas y Modernas. Tipologías de organización de las empresas de restauración.

- Diseño de organigramas de empresas de restauración.

Tareas y funciones de los responsables de la administración de un establecimiento/área de restauración:

Descripción del trabajo.

Unidad temática 2. Gestión de la documentación administrativa, económica y financiera

- Gestión de inventarios. Métodos administrativos.

- Gestión de compras y pedidos. Métodos administrativos.

- Fichas de producción.

- Circuito de la documentación. Finalidad y relación entre documentos.

Unidad temática 3. Control de los presupuestos de las áreas de producción

- Concepto de presupuestos y tipologías.

- Elementos que integran los presupuestos.

- Elaboración de presupuestos de las áreas de producción.

- Control presupuestario. Desviaciones y medidas correctoras.

- Elaboración de informes de control y análisis de resultados.

- Determinación del precio de venta de las ofertas gastronómicas.

- El "umbral de rentabilidad".

Unidad Temática 4. Compras y almacén

- Selección de proveedores. Puntos a evaluar, valoración, toma de decisiones.

- Negociación con proveedores. Modelos y técnicas de negociación

- Negociación con clientes. Modelos y técnicas de negociación.

- Determinación del punto de pedido, existencias mínimas y máximas en almacén y rotura de "stocks".

- Determinación del nivel óptimo de pedido (VOP).

Unidad Temática 5. Marketing y Comercialización para la empresa de restauración Definición y objetivos del marketing.

La filosofía del marketing

Marketing versus Management. Origen y evolución Diferencias entre productos tangibles y servicios. Marketing Estratégico y Marketing Operativo Futuro del marketing.

Unidad Temática 6. Evaluación de la situación empresarial y del mercado en el sector de la restauración

- Análisis del sector: Características;
- Las empresas tradicionales de restauración.
- Nuevas tendencias empresariales en restauración
- Análisis de mercado:

El mercado: físico y virtual. La curva de Oferta. La curva de Demanda

El punto de equilibrio de O y D

- La empresa desde el punto de vista del marketing. Necesidades y satisfactores
- Posicionamiento estratégico de productos: Concepto, métodos, instrumentos comerciales y compatibilidad entre segmentos
- La segmentación de mercado. Los Nichos de mercado Target o Público Objetivo
- Interpretación de la segmentación de mercados turísticos
- Estrategias comerciales de la empresa turística según segmentación de mercado

Unidad Temática 7. Estudio de la Demanda: El consumidor

- Factores y motivaciones que influyen en la demanda:

Comportamiento del consumidor

Sistema mental de referencia: estímulo, impulso, recompensas, motivación, realización y conductas
Necesidades, deseos y comportamientos de compra

- Clasificación de la demanda:

Personalidad: Temperamento + Carácter Las tipologías de personalidad de Berger Tipologías de consumidores

La renta y los niveles sociales La mentalidad consumidora La escala VALS

Control de calidad y satisfacción del cliente.

Unidad Temática 8. El Marketing-Mix y el Plan de Marketing

- Elementos del marketing-mix
- Aplicación y estrategias
- Producto
- Precio ; política y cálculo según diversos métodos

- Placing o Distribución/Intermediación: Canales directos e indirectos, y las nuevas tendencias Promotion o Comunicación turística; Publicidad, RRPP, Ferias...
- Finalidad del Plan de Marketing, como herramienta de gestión de establecimientos de restauración Fases, elementos, estrategias, tácticas y elaboración del plan de marketing
- Seguimiento y control

Tratamiento de los temas transversales

Los temas transversales se presentan como un conjunto de contenidos que interactúan en todas las áreas del currículo escolar, y su desarrollo afecta a la globalidad del mismo; no lo tratamos pues como un conjunto de enseñanzas autónomas, sino más bien como una serie de elementos del aprendizaje sumamente globalizados.

Los valores, las actitudes y las normas no se dejan como resultado de un posible acontecer sino que van a ser considerados como objeto del proceso de enseñanza aprendizaje de este módulo. En este módulo informaremos al alumnado sobre las características de las actitudes, y pretendemos ejemplificar, debatir, atribuir significado y crear situaciones en las que el alumnado deba plantearse problemas que lleven consigo conflictos de valores distintos, para que él mismo pueda adoptar y asumir estos nuevos valores y actitudes si los considera convincentes.

Todas las actividades de enseñanza aprendizaje propuestas para este módulo en el desarrollo de las unidades didácticas trabajaran las actitudes profesionales, no obstante algunas están especialmente indicadas para contenidos como el dialogo, la reflexión, la discusión en grupo, la solidaridad, la no discriminación, el respeto a otras ideas, la integración de discapacitados, etc. Se van a trabajar fundamentalmente cuatro aspectos: en relación con el desarrollo del propio trabajo; en relación con la dinámica de la clase y la relación con los compañeros y demás miembros de la comunidad educativa; en relación con el desarrollo del trabajo en equipo y en relación con el planteamiento ante la formación, el mercado de trabajo y la sociedad en general.

Los temas son:

- Educación medioambiental: para adquirir experiencias, conocimientos y concienciación de los principales problemas medioambientales. Sostenibilidad.
- Educación en el respeto social: para promover el desarrollo moral de la persona; educando para la convivencia en la diversidad, el respeto hacia los demás, y hacia las instituciones y empresas -sin menoscabo del debido sometimiento a éstas y a sus "imágenes corporativas"-.
- Educación para el consumo responsable: fomentando en el módulo las actitudes de reflexión ante las necesidades reales de consumo y crear una conciencia de consumidor responsable que se sitúa críticamente ante el consumismo y la publicidad. Haremos énfasis en el respeto al material existente, y en el uso de materiales reutilizables.
- Educación para la igualdad de oportunidades: planteada expresamente por la necesidad de crear desde la escuela hábitos no discriminatorios.
- Educación para la paz: pretendemos el desarrollo de la educación para la comprensión de valores universales, tolerancia, no violencia, desarrollo integral y cooperación.
- Educación para la integración de personas discapacitadas: que pretende la concienciación de todos ante los problemas que tienen los discapacitados, y de las consecuencias negativas que nuestros actos involuntarios pueden traer a este colectivo

Temporalización de los contenidos

Las dos primeras UT se tratarán en el primer trimestre, las siguientes dos UT(3 y 4) se verán en el segundo trimestre y las otras dos (5 y 6) se verán durante el tercer y último trimestre del curso académico.

Actividades Complementarias y Extraescolares

Extraescolares

Se desarrollarán las siguientes actividades:

- Visitas a diferentes empresas del sector.
- Visitas a ferias del sector, como Madrid Fusión, FERIA Gourmet, etc.
- Asistencia a charlas, seminarios, simposios o conferencias relacionados con la gestión o con el management en la restauración.

Asimismo podrán incluirse cualesquiera otras actividades que el profesor estime oportuno durante el desarrollo del curso.

Complementarias

En un marco donde se puede asegurar su desarrollo, se plantearían actividades relacionadas con los bloques temáticos impartidos, como charlas, debates, visitas a ferias, etc.

Recursos

Metodológicos

La metodología a aplicar se basará en la técnica de "los aprendizajes significativos". Es decir, se tendrán en cuenta los aprendizajes relacionados ya adquiridos por el alumno en etapas o módulos anteriores y/o en su propia experiencia laboral o personal, ya que ello favorece la motivación del mismo por los contenidos que se le presentan, al mismo tiempo que refuerza la asimilación de nuevos aprendizajes.

Asimismo, se tratará de fomentar en el alumno aquellas capacidades tales como: comunicación, autonomía, iniciativa y resolución de problemas.

Dada la diversidad (de edades, conocimientos, etc.) que se suele dar entre el alumnado de este nivel de Formación Profesional, resulta imprescindible lograr una buena conexión entre todos los alumnos, estableciendo una organización de trabajo grupal que fomente el apoyo, la participación y el enriquecimiento de todos los miembros del grupo.

El profesor utilizará los siguientes recursos metodológicos para la transmisión de los contenidos del módulo:

- Se recabarán ideas previas del alumno sobre los temas concretos.
- Se explicarán los temas por parte del profesor, bien oralmente o haciendo uso de diferentes tecnologías y recursos materiales.
- Se aclararán posibles preguntas y dudas.

Se propondrán diferentes baterías de ejercicios prácticos y se resolverán en clase con las correspondientes aclaraciones; y/o se promoverá la realización de trabajos prácticos de mayor magnitud, de duración variable, que realizará el alumno en y/o fuera del aula para su presentación y exposición oral ante el grupo-aula.

- Se propondrá la ampliación de conocimientos por parte del alumnado a través de la búsqueda de datos de interés, consulta de bibliografía, y manejo de diferentes materiales. También se propondrán trabajos de investigación y ampliación.
- Cuando el tema lo permita se comentarán y trabajarán textos y artículos de referencia

Materiales

Pizarra y cañón Aula virtual.

-Medio audiovisual -Internet.

-"Apuntes" que realizará el alumno a partir de la exposición del profesor.

-Artículos de prensa especializada

Recursos en caso de que la actividad lectiva se desarrolle de forma telemática.

Estrategias. (*¿Qué voy a hacer?*)

En estos casos, si la clase aparece dividida en el número de asistentes mediante la estrategia conocida como "3+2" (división y alternancia en días dispares de los grupos de una clase), se priorizarán aquellos contenidos esenciales sobre los auxiliares, impartiendo estos últimos si la temporalización lo permitiese. En relación a los exámenes y trabajos, serán planteados de forma similar a la forma presencial.

Si la situación es planteada desde una formación on-line, los alumnos de este módulo continuarán con la realización de exámenes, trabajos, debates, preguntas abiertas, etc. Debemos normalizar todo lo posible la situación, a pesar de las condiciones pandémicas que sufrimos.

Es indispensable que si se repite tal situación, al alumnado se le indique de manera rigurosa el lugar y medio por el que se percibirán contenidos, explicaciones, recepción de material, etc.

Recursos metodológicos. (*¿Cómo lo voy a hacer?*)

Todo recurso metodológico que sea utilizado en este proceso de aprendizaje es escaso, por ello, puede que la formación de tipo software sea llevada a cabo de manera on-line, mostrada mediante videos, clips, etc.

Para una mayor coordinación se va a trabajar con el aula virtual a través de google classroom. Ello permitirá la comunicación con el alumnado, el envío de propuestas, la recepción de prácticas o trabajos, la realización de exámenes, la resolución de dudas, etc.

Relacionándolo con esto último, el trabajo con el alumno será continuado. Puede que parte de su aprendizaje sea autónomo, en base a preguntas y respuestas, siendo supervisado en todo momento por el profesor. Ej. Se demandan una serie de cuestiones por parte del profesor sobre los contenidos recientemente estudiados y serán compartidos y analizados a través del aula virtual.

A través de esta herramienta podremos evaluar y calificar sus aportaciones, manteniendo siempre un canal de comunicación continuo y efectivo.

Tic e innovaciones a aplicar. (*¿Qué herramientas voy a utilizar?*)

Debido a su carácter sencillo e intuitivo se va a utilizar las herramientas incluidas en el paquete Gsuite.

Como hemos expresado anteriormente, utilizaremos google Classroom para la constante comunicación con el alumnado. A través de este aula virtual nos comunicaremos "tipo foro" con los alumnos, podremos evaluar y calificar sus trabajos y prácticas.

Además de todo ello, podremos impartir clase en streaming a través de su aplicación en "google meet", podremos colgar cientos de trabajos, informes, debates, etc gracias a su nube de almacenamiento "Drive" o podremos analizar videos a través de su aplicación "youtube".

Evaluación

Criterios de la Evaluación Ordinaria

Serán criterios de evaluación del módulo los siguientes:

- a) Haber reconocido la normativa sobre tipología y clasificación de los establecimientos de restauración
- b) Haber elaborado diferentes organigramas que correspondan a los modelos organizativos y a las nuevas tendencias entre las empresas del sector
- c) Haber establecido métodos de control presupuestario, justificando racionalmente las posibles desviaciones y aplicando medidas correctoras.

- d) Haber calculado los precios de venta de las diferentes ofertas gastronómicas del establecimiento.
- e) Haber determinado el umbral de rentabilidad según la oferta gastronómica y el tipo de establecimiento o servicio.
- f) Haber clasificado correctamente a los clientes según su tipología sociológica de consumo.
- g) Haber conceptualizado y elaborado el plan de comercialización, objetivos que se deben conseguir con el plan de comercialización y diseñar las estrategias y acciones necesarias para realizar el plan de comercialización.
- h) Haber realizado la planificación económica del plan de comercialización, teniendo en cuenta sistemas de control y posibles desviaciones del mismo.
- i) Haber caracterizado cuáles son los principales tipos de ofertas gastronómicas y tener en cuenta las características, necesidades de la clientela y las nuevas tendencias en la confección de ofertas.

Criterios de Calificación Ordinaria (*Actividad lectiva presencial en el centro.*)

La calificación final del módulo se obtendrá de:

-Un 60% de la nota del trimestre se obtendrá de los contenidos conceptuales que se harán por prueba escrita (tipo test, preguntas cortas o bien de desarrollar).

- Un 30 % serán las actividades/ejercicios prácticos obligatorios, la realización de los trabajos encomendados, etc.

-Un 10 % de la nota será contemplada por la buena actitud, comportamiento y asistencia y puntualidad.

En el caso de que no hubiera ejercicios prácticos para entregar, la nota del trimestre sería la resultante de la nota obtenida en el examen trimestral más la posibilidad de incrementarla hasta en un punto por buena actitud en clase, que incluiría la asistencia continua, la participación activa y el buen comportamiento en el aula.

La falta de asistencia del 15% a este módulo conllevará la pérdida de evaluación por evaluaciones y el alumno deberá presentarse al examen final de la convocatoria ordinaria.

El computo de las tres notas se hará a partir de haber superado los contenidos conceptuales y tener superados los ejercicios prácticos. Será necesario que cada apartado se apruebe independientemente.

- Se hará un redondeo a números enteros a la alza o a la baja en función del comportamiento del alumno en el aula, la asistencia regular, así como su actitud.

En el mes de marzo, se hará una RECUPERACIÓN de cada evaluación no superada en su momento, a través de un examen final.

Criterios de Calificación Ordinaria en caso de que la actividad lectiva se desarrolle de forma telemática

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

En caso de que la práctica se lleve a cabo en la modalidad "3+2" la pérdida de evaluación continua, un 15% de faltas justificadas o no, siendo este 15% un total de 6 faltas. En caso de que al alumno se le aplique la pérdida de evaluación, éste deberá presentarse con TODA la materia al examen final ordinario, y realizar los trabajos que el profesor considere oportunos.

En caso de la modalidad on-line, tanto exámenes como trabajos o prácticas serán realizados/entregados a través del aula virtual, pudiéndose dar también tal circunstancia en la modalidad 3+2 y presencial.

Es posible que tanto trabajos y controles sean realizados de forma oral.

Se realizarán una o varias pruebas conceptuales por evaluación, tipo control o exámen. Los alumnos tendrán una nota final por evaluación con el siguiente reparto de porcentajes: Prueba escrita 60 %,

Actitud 10%

Exposición y presentación de trabajos 30%,

La entrega del trabajo requerido es requisito imprescindible y en caso de no entregarlo, o no aportarlo en el plazo establecido, la nota del trabajo, así como de la evaluación será de suspenso. De la misma manera, si ha de presentar de forma oral el trabajo, deberá de hacerlo en el día y hora establecido, si esto anterior no se cumple la nota del trabajo será suspenso a no ser que presente justificante de fuerza mayor. Se atenderá a la calidad ortográfica y de redacción y en el caso de detectarse plagio, su nota será de 0 puntos.

Se tendrá en cuenta para su calificación:

- Presentación oral: donde se tendrán en cuenta aspectos tales como la corrección de los términos utilizados, la pronunciación, claridad expositiva, reparto de la mirada o la exposición en el tiempo acordado para ello.
- Presentación escrita: valoración de la parte escrita y materiales desarrollados (word, power point, prezzi..., etc)

El día que se lleven a cabo exposiciones del trabajo, en particular, el alumno deberá llevar adecuada indumentaria ya que forma parte del contenido actitudinal. Igualmente se tendrá en cuenta este aspecto entodas las actividades extraescolares y complementarias que así lo requieran. Actitud 10%

- Participación en clase.
- Voluntad de trabajo en equipo
- Propiedad en la comunicación verbal hablada y escrita.

Corrección en las formas de comunicación verbal.

- Corrección en la formas de comunicación no verbal.
- Interés mostrado.
- Participación activa en actividades de clase.
- Progresión a lo largo del curso.
- Acatamiento de las normas generales de buena conducta.
- Acatamiento de las normas generales del centro educativo.
- Acatamiento de las normas de clase.
- Respeto a sus compañeros y a las normas de convivencia del centro.

Será condición indispensable haber superado satisfactoriamente cada una de las partes anteriormente citadas (exámenes, ejercicios y actividades de clase, y actitud), para aprobar el módulo tanto por evaluaciones como de forma final.

Es decir, hay que obtener una puntuación igual o mayor de 5 puntos en cada una de las citadas partes o bloques de contenido (un mínimo de 5 puntos en los conceptuales, un mínimo de 5 puntos en los procedimentales y un mínimo de 5 puntos en los actitudinales) para poder aprobar el módulo tanto de forma parcial como global; así como para poder hacer la media aritmética de dichas calificaciones.

Los trabajos que realicen los alumnos no serán evaluados si el alumno los presenta en una fecha posterior a la fijada por el profesor como fecha de entrega.

La nota final del módulo será la media aritmética de las notas obtenidas en todas las evaluaciones, siempre y cuando el alumno haya obtenido una calificación positiva en todas y cada una de ellas

La falta injustificada del día de la prueba ordinaria conllevará a la pérdida del derecho a examen.

*Existe la posibilidad de que en alguna de las evaluaciones, no se demande trabajo o práctica. En ese caso, el porcentaje de valor asignado a la parte procedimental, no existirá como tal y será sumado automáticamente a la parte conceptual, es decir, la parte evaluada mediante examen o control. De la misma manera, pueden existir periodos de evaluaciones eminentemente prácticos que no necesiten ni control ni exámen, proporcionando todo el valor de la evaluación a la prueba de trabajo o práctica. En caso de existir una de estas situaciones, será notificado al alumno por escrito.

NO HABRÁ RECUPERACIONES PARCIALES

Si el alumno no supera alguna de las evaluaciones, éste tendrá derecho a recuperar el módulo profesional a través de un examen final que se determinará posiblemente en las fechas de finales de mayo o principios de junio.

Al tratarse de la modalidad de formación profesional dual, la nota se completará con la nota de la empresa u organización, cuya ponderación quedará reflejada en base al siguiente criterio:

Ponderación nota centro o empresa: 20% Ponderación nota centro de estudio: 80%

Cuando se realice dicha ponderación, la suma de ambos resultados será igual o mayor a 5 para considerar el modulo formativo aprobado.

En el caso de la no superación del módulo, ponderando ambos resultados, al alumno se le realizará una prueba extraordinaria.

Criterios de Calificación Extraordinaria

La calificación extraordinaria se obtendrá a través del examen correspondiente que se realice en el periodo extraordinario (mes de junio). La superación de dicho examen supondrá la superación del módulo. El examen podrá constar de diferentes pruebas, combinadas entre sí (preguntas cortas, largas, tipo test).

Mínimos exigibles (evaluaciones ordinarias y extraordinarias)

Reconocer la normativa sobre tipología y clasificación de los establecimientos de restauración

- h) Elaborar diferentes organigramas que correspondan a los modelos organizativos y a las nuevas tendencias entre las empresas del sector
- i) Establecer métodos de control presupuestario, justificando racionalmente las posibles desviaciones y aplicando medidas correctoras.
- j) Calcular los precios de venta de las diferentes ofertas gastronómicas del establecimiento.
- k) Determinar umbral de rentabilidad según la oferta gastronómica y el tipo de establecimiento o servicio.
- l) Clasificar a los clientes según su tipología.
- m) Conceptualizar y elaborar el plan de comercialización, objetivos que se deben conseguir con el plan de comercialización y diseñar las estrategias y acciones necesarias para realizar el plan de comercialización.
- n) Realizar la planificación económica del plan de comercialización, teniendo en cuenta sistemas de control y posibles desviaciones del mismo.

Caracterizar los principales tipos de ofertas gastronómicas y tener en cuenta las características, necesidades de la clientela y las nuevas tendencias en la confección de ofertas

Fechas de las pruebas (evaluaciones ordinarias y extraordinarias)

- Evaluación ordinaria: JUNIO 2022
- Evaluación extraordinaria: JUNIO 2022

Valoración final del alumnado

1. CONCEPTOcarga parcial 50 % de la carga total
2. PROCEDIMIENTOS.....carga parcial 40 % de la carga total
3. ACTITUDEScarga parcial 10 % de la carga total
4. TRABAJOScarga parcial % de la carga total

Actividades formativas del módulo en la empresa

(A CUMPLIMENTAR ÚNICAMENTE PARA MÓDULOS DE *FP DUAL*)

Unidad temática 1. Establecimiento de las estructuras organizativas

- Normativa legal sobre la tipología y clasificación de los establecimientos de restauración: Nacional y de la Comunidad de Madrid.
- Modelos organizativos de empresas de restauración. Conceptualización. Antecedentes en la organización científica del trabajo. Principios de Organización. Sistemas de Organización. Estructuras organizativas: Clásicas y Modernas. Tipologías de organización de las empresas de restauración.
- Diseño de organigramas de empresas de restauración.
- Tareas y funciones de los responsables de la administración de un establecimiento/área de restauración: Descripción del trabajo.

Unidad temática 2. Gestión de la documentación administrativa, económica y financiera

- Gestión de inventarios. Métodos administrativos.
- Gestión de compras y pedidos. Métodos administrativos.
- Fichas de producción.
- Circuito de la documentación. Finalidad y relación entre documentos.

Unidad temática 3. Control de los presupuestos de las áreas de producción

- Concepto de presupuestos y tipologías.
- Elementos que integran los presupuestos.
- Elaboración de presupuestos.

- Control presupuestario. Desviaciones y medidas correctoras.

Elaboración de informes de control y análisis de resultados.

- Determinación del precio de venta de las ofertas gastronómicas.
- El “umbral de rentabilidad”.

Unidad Temática 4. Compras y almacén

- Selección de proveedores. Puntos a evaluar, valoración, toma de decisiones.
- Negociación con proveedores. Modelos y técnicas de negociación
- Negociación con clientes. Modelos y técnicas de negociación.
- Determinación del punto de pedido, existencias mínimas y máximas en almacén y rotura de “stocks”.
- Determinación del nivel óptimo de pedido (VOP).

Unidad Temática 5. Marketing y Comercialización para la empresa de restauración Definición y objetivos del marketing.

La filosofía del marketing

Marketing versus Management. Origen y evolución Diferencias entre productos tangibles y servicios. Marketing Estratégico y Marketing Operativo Futuro del marketing

Unidad Temática 6. Evaluación de la situación empresarial y del mercado en el sector de la restauración

- Análisis del sector: Características;
 - _ Las empresas tradicionales de restauración.
 - _ Nuevas tendencias empresariales en restauración
- Análisis de mercado:

El mercado: físico y virtual La curva de Oferta

La curva de Demanda

El punto de equilibrio de O y D

La empresa desde el punto de vista del marketing. Necesidades y satisfactores

Posicionamiento estratégico de productos: Concepto, métodos, instrumentos comerciales y compatibilidad entre segmentos

La segmentación de mercado. Los Nichos de mercado

Target o Público Objetivo

Interpretación de la segmentación de mercados turísticos

Estrategias comerciales de la empresa turística según segmentación de mercado

Unidad Temática 7. Estudio de la Demanda: El consumidor

_ Factores y motivaciones que influyen en la demanda:

Comportamiento del consumidor

Sistema mental de referencia: estímulo, impulso, recompensas, motivación, realización y conductas
Necesidades, deseos y comportamientos de compra

_ Clasificación de la demanda:

Personalidad: Temperamento + Carácter Las tipologías de personalidad de Berger Tipologías de consumidores

La renta y los niveles sociales La mentalidad consumidora La escala VALS

Control de calidad y satisfacción del cliente

Unidad Temática 8. El Marketing-Mix y el Plan de Marketing Elementos del marketing-mix

Aplicación y estrategias Producto

Precio ; política y cálculo según diversos métodos

Placing o Distribución/Intermediación: Canales directos e indirectos, y las nuevas tendencias Promotion o Comunicación turística; Publicidad, RRPP, Ferias...

Finalidad del Plan de Marketing, como herramienta de gestión de establecimientos de restauración Fases, elementos, estrategias, tácticas y elaboración del plan de marketing

Seguimiento y control

Resultados de aprendizaje

(A CUMPLIMENTAR ÚNICAMENTE PARA MÓDULOS DE *FP DUAL*)

Supervisa el departamento de recepción analizando la organización del mismo según el establecimiento turístico, personal disponible, tipos de clientes, ocupación y rentabilidad.

-Optimiza la ocupación del establecimiento caracterizando y aplicando diferentes sistemas y tipos de reservas

-Formaliza las operaciones previas y simultáneas a la entrada de los clientes analizando y aplicando las tareas asociadas.

-Controla/presta el servicio de recepción durante la estancia de los clientes analizando y aplicando las operaciones derivadas de esta fase.

-Controla/presta servicios durante la salida de los clientes describiendo las diferentes fases y aplicando los procedimientos estandarizados

-Controla los sistemas de seguridad propios de los establecimientos de alojamientos turísticos, relacionando la estructura organizativa y las contingencias de seguridad con los elementos y medidas de seguridad aplicables

Bibliografía

Hernandis, Leticia. Gestión administrativa y comercial en restauración. Madrid 2015. Ed. Síntesis

Díaz Elena y León Miriam. Gestión administrativa y comercial en restauración. Madrid 2015. Ed. Paraninfo