

PROGRAMA ANALÍTICO

1. DATOS INFORMATIVOS

DEPARTAMENTO: CIENCIAS ECON. ADMIN. Y COMERC		ÁREA DE CONOCIMIENTO: HOTELERIA	
NOMBRE DE LA ASIGNATURA: PLANIFICACION DE MENUS (4.0)		PERIODO ACADÉMICO: PREGRADO S-II OCT18-FEB19	
CÓDIGO: 41017		No. CREDITOS: 4	NIVEL: PREGRADO
FECHA ELABORACIÓN: 06/12/2016	EJE DE FORMACIÓN	HORAS / SEMANA	
		TEÓRICAS: 4	PRÁCTICAS/LABORATORIO 0

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA:

La asignatura de Planificación de Menús está enfocada, para que el estudiante al finalizar el semestre esté en capacidad de planificar menús desde un enfoque de marketing, con el propósito de que éste responda a las necesidades y gustos de los clientes en los diferentes establecimientos de alimentos y bebidas, para lo cual se tomarán en cuenta criterios de nutrición y dietética, Administración, Investigación de mercados, y mercadotecnia de servicios.

Para dar una visión más amplia del campo de acción del Ingeniero en Turismo y Hotelaría, se parte de conceptos generales de administración y planificación, estructura organizacional del área de cocina, tipos de servicio que se oferta, particularidades propias de cada uno de los clientes que con mayor frecuencia acuden a un establecimiento de alimentos y bebidas, elaboración y manejo de presupuesto, así como el marketing que se debe emplear en cada tipo de establecimientos, de acuerdo a las particularidades que cada uno de ellos tienen.

CONTRIBUCIÓN DE LA ASIGNATURA A LA FORMACIÓN PROFESIONAL:

Dentro del perfil profesional del Ingeniero en Administración Turística y Hotelera está en capacidad de:

- Aplicar las técnicas administrativas y operativas modernas y bajo la normatividad legal vigente, en la solución de problemas que se presentan en la conducción de empresas turísticas y hoteleras en la organización y su posterior entrega a los organismos de control.
- Gestiona la comercialización, comunicación y logística del portafolio de productos de las empresas turísticas y hoteleras.
- En la asignatura de planificación de menús, el estudiante construye su conocimiento a través de la aplicación de herramientas de la administración, como lo son la planificación, la organización el control y la evaluación de procesos y tareas, las mismas que se encuentran direccionadas a los diferentes tipos de clientes que pueden asistir a los establecimientos de alimentos y bebidas.

RESULTADO DE APRENDIZAJE DE LA CARRERA (UNIDAD DE COMPETENCIA):

- Comprende los conceptos generales de la planificación y los aplica en el diseño de menús.
- Establece la importancia que existe entre los diferentes departamentos de alimentos y bebidas de un hotel o establecimiento.
- Organiza las distintas actividades que se debe realiza antes y durante y después del diseño del menú.
- Realiza control de costos fijos y variables que intervienen en la elaboración del menú.
- Elabora un plan de promoción y publicidad para el menú.
- Aplica criterios de marketing en la planificación del menú, considerando el perfil del consumidor y el producto estrella que posee el establecimiento de alimentos y bebidas.

OBJETIVO DE LA ASIGNATURA:

- Gestiona la planificación de menú, aplicando herramientas de la administración estratégica, con criterios de nutrición y dietética y de marketing para satisfacer las necesidades alimenticias y de servicios de los clientes.

RESULTADO DE APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA: (ELEMENTO DE COMPETENCIA):

- El resultado final de aprendizaje de la presente asignatura se evidenciará en la propuesta de menús para restaurantes de manera práctica, en la cual, los estudiantes puedan aplicar los conocimientos adquiridos durante el semestre.

2. SISTEMA DE CONTENIDOS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

UNIDADES DE CONTENIDOS	
Unidad 1 CONCEPTOS DE LA ADMINISTRACIÓN Y PLANIFICACIÓN EN UNA ORGANIZACIÓN	Resultados de Aprendizaje de la Unidad 1 Estudia los conceptos generales de la gestión para administrar y planificar en forma efectiva, aplicando principios básicos de organización, control y dirección, a fin de que los menús tengan equilibrio en oferta y precios y contribuyan con la rentabilidad de la empresa.
1.1. Introducción 1.1.1 objetivos de la planificación de menús	

PROGRAMA ANALÍTICO

UNIDADES DE CONTENIDOS

1.2. elementos de la oferta.

- 1.31. definición, tipos y ofertas gastronómicas.
 - a- el menú
 - b- el bufé
 - c- la carta

1.3 la segmentación.

- a- geográfica
- b- demográfica
- c- psicográfica
- d- basada en el comportamiento

1.4 el foda

- a- fortalezas
- b- oportunidades
- c- debilidades
- d- amenazas

Unidad 2

LA CARTA O MENÚ COMO HERRAMIENTA DE MARKETING Y VENTAS

Resultados de Aprendizaje de la Unidad 2

Reconoce las diferentes características de cada concepto de marketing y la forma adecuada de aplicar los mismos en la planificación de menús, elaborando una oferta de productos

2.1 COMERCIALIZACIÓN

- 2.1 Producto 2.1.1 Producto principal
- 2.1.1 FACTORES PARA LA ELABORACIÓN DE LA CARTA O MENÚ

2.2 IDENTIDAD CORPORATIVA

- 2.2.1 IMAGEN CORPORATIVA
 - A- LOGOTIPO
 - B- ISOTIPO
 - C- SLOGAN

2.3 CULTURA CORPORATIVA

- a- la misión y la visión de una empresa.
- b- planteamiento de objetivos
- c- metas
- d- estrategias

2.4 diseño de la carta

- 2.4.1 catalogo de servicios
- 2.4.2 diseño gráfico de la carta
- 2.4.3 puntos focales
- 2.4.4 tipografía
- 2.4.5 psicología del color

2.5 marketing on line para menus

- 2.5.1 paginas web
- 2.5.2 redes sociales

Unidad 3

ELABORACIÓN DEL COSTEO Y FIJACIÓN DE PRECIOS DE LA CARTA

Resultados de Aprendizaje de la Unidad 3

Establece el procedimiento a seguir para diseñar menús considerando los costos directos e indirectos, así como el margen de utilidad que la empresa desea obtener, garantizando de esta manera calidad, variedad y buen servicio.

3.1 Costos Directos

- 3.1 Elaboración de Receta Estándar
- 3.2 Importancia de la Receta Estándar en la planificación de menús.
- 3.3 MERMAS
- 3.4 RECETAS COMPLEMENTARIAS

PROGRAMA ANALÍTICO

UNIDADES DE CONTENIDOS

3.2 Costos Indirectos

- 3.2.1 El servicio
- 3.2.2 Gastos Generales
- 3.2.3 Margen de rentabilidad

3.3 Política de fijación de precios.

- 3.3.1 A través de la demanda.
- 3.3.2 A través de los costos.
- 3.3.3 A través de la competencia

3.4 INGENIERIA DE MENÚ

3.4 INGENIERIA DE MENÚ

3.4 INGENIERÍA DE MENÚ

INGENIERÍA DE MENÚ

3. PROYECCIÓN METODOLÓGICA Y ORGANIZATIVA PARA EL DESARROLLO DE LA ASIGNATURA

(PROYECCIÓN DE LOS MÉTODOS DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE QUE SE UTILIZARÁN)

- 1 Clase Magistral
- 2 Grupos de Discusión
- 3 Resolución de Problemas
- 4 Investigación Exploratoria
- 5 Diseño de proyectos, modelos y prototipos
- 6 Prácticas de Laboratorio

PROYECCIÓN DEL EMPLEO DE LA TIC EN LOS PROCESOS DE APRENDIZAJE

- 1 Herramientas Colaborativas (Google, drive, onedrives, otros)
- 2 Material Multimedia
- 3 Aula Virtual

4. TÉCNICAS Y PONDERACIÓN DE LA EVALUACIÓN

- En este espacio se expresarán las técnicas utilizadas en la evaluación del proceso de enseñanza aprendizaje o evaluación formativa y sumativa.
- Las técnicas que se recomienda usar son: Resolución de ejercicios, Investigación Bibliográfica, Lecciones oral/escrita, Pruebas orales/escrita, Laboratorios, Talleres, Solución de problemas, Prácticas, Exposición, Trabajo colaborativo, Examen parcial, Otras formas de evaluación.
- Recordar que mientras más técnicas utilicen, la evaluación será más objetiva y el desempeño del estudiante se reflejará en su rendimiento (4 o 5 técnicas).
- Para evaluar se deberá aplicar la rúbrica en cada una de las técnicas de evaluación empleadas. Se debe expresar en puntaje de la nota final sobre 20 puntos. No debe existir una diferencia mayor a dos puntos entre cada técnica de evaluación empleada.
- En la modalidad presencial existen tres parciales en la modalidad a distancia existen dos parciales, toda la planificación de periodo académico se la realiza en función del número de parciales de cada modalidad.
- La ponderación a utilizarse en la evaluación del aprendizaje del estudiante será la misma en las tres parciales.
- Para la aprobación de una asignatura se debe tener una nota final promedio de 14/20, en los tres o dos

5. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA/ TEXTO GUÍA DE LA ASIGNATURA

Título	Autor	Edición	Año	Idioma	Editorial
Hostelería : Curso Completo de Servicios hoteles, restaurantes, cafeterías y bares	Lopez Collado, Asunción	-	1994	spa	Thomson Paraninfo

PROGRAMA ANALÍTICO

6. FIRMAS DE LEGALIZACIÓN

DIEGO FABRICIO BRAZALES HERRERA
COORDINADOR DE AREA DE CONOCIMIENTO

DIRECTOR DE CARRERA

JULIO TAPIA LEON
DIRECTOR DE DEPARTAMENTO