

## 1. INFORMACIÓN GENERAL

<b>Nombre del programa:</b>	Gestión Estratégica de los Establecimientos Gastronómicos
<b>Tipo de programa:</b>	Diplomatura
<b>Facultad articulada:</b>	Ciencias Económicas y Administrativas
<b>Programa articulado:</b>	Administración de Empresas Turísticas
<b>Duración:</b>	112 Horas
<b>Público objetivo:</b>	Personas interesadas en la gestión estratégica de los establecimientos gastronómicos, para mejorar su posición competitiva, que se encuentren trabajando o aspiren a hacerlo en el sector gastronómico y que quieran mejorar sus conocimientos en la materia.
<b>Justificación:</b>	En la actualidad, las empresas requieren personas con un pensamiento estratégico capaces de tomar decisiones para asegurar el largo plazo y la sobrevivencia de las organizaciones.
<b>Objetivo general:</b>	Impartir a los participantes los conocimientos requeridos para el desarrollo de habilidades estratégicas que les permitan contribuir al mejoramiento integral de las empresas de servicios gastronómicos.
<b>Objetivos específicos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudiar la problemática específica relacionada a la planeación y gestión estratégica de determinadas empresas de servicios gastronómicos tales como: restaurantes y hoteles con áreas de alimentos y bebidas.</li> <li>• comprensión de los servicios gastronómicos, por medio de una aproximación a las pautas generales de funcionamiento de este mercado.</li> </ul>
<b>Competencias a adquirir:</b>	Liderar, gestionar, negociar, sistematizar la información, pensar integralmente la organización, tomar decisiones.
<b>Conocimientos previos requeridos:</b>	Fundamentos de Administración y Mercadeo

## 2. ESTRUCTURA

Módulo	Temas y Subtemas	Intensidad horaria
--------	------------------	--------------------

<p align="center"><b>GERENCIA ESTRATÉGICA DE LOS NEGOCIOS GASTRONÓMICOS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Presentación del Curso.</li> <li>➤ Explicación metodología, evaluación y formación de grupos de trabajo y responsabilidades</li> <li>➤ Escuelas del Pensamiento Estratégico: Diseño del Plan de Direccionamiento Estratégico en Empresas del sector Turístico.</li> <li>➤ Análisis y Diagnóstico del Entorno Externo de la empresa turística.</li> <li>➤ Análisis del Entorno Interno de la empresa turística. (Cadena de Valor de las empresas del sector turístico).</li> <li>➤ Diseño de la Matriz de Análisis integrado.</li> <li>➤ Diseño de la Misión y Visión de la empresa Turística.</li> <li>➤ Modelo de Van Der Erve</li> <li>➤ Planeación estratégica por Escenarios.</li> <li>➤ Modelos de gestión y Control estratégica: BSC</li> </ul>	<p align="center"><b>48 horas</b></p>
<p align="center"><b>DIRECCIÓN DE MERCADEO DE SERVICIOS GASTRONÓMICOS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ El Marketing y la Planificación Estratégica de las Organizaciones</li> <li>➤ El entorno de Marketing: El Micro entorno de la Empresa El Macro entorno de la Empresa</li> <li>➤ Sistemas de Información de Marketing e Investigación de Mercado</li> <li>➤ Segmentación de Mercados Objetivo, Selección de Mercados Objetivo y Posicionamiento</li> <li>➤ Diseño y Gestión de Productos</li> <li>➤ Fijación del Precio de los Productos</li> <li>➤ Estrategias de comunicación de marketing integral</li> <li>➤ El Plan de Marketing</li> <li>➤ Turismo Gastronómico</li> </ul>	<p align="center"><b>32 horas</b></p>
<p align="center"><b>PLANEACIÓN DE MENÚ, MERCHANDISING Y MERCADEO</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ El negocio, el comensal: gustos, gastos y hábitos</li> <li>➤ Estructura del Menú.</li> </ul>	<p align="center"><b>32 horas</b></p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Categorías y Grupos.</li> <li>➤ Principios básicos de nutrición</li> <li>➤ Diseño del menú.</li> <li>➤ Capacitación de personal</li> <li>➤ Análisis de Mercados</li> <li>➤ Merchandising y Neuromarketing</li> <li>➤ Mercadeo digital</li> <li>➤ Costos y fijación de precios</li> <li>➤ Receta Estándar</li> <li>➤ Análisis Matriz BCG. Rentabilidad y Popularidad de los platos</li> </ul>	
--	---	--

### **3. METODOLOGÍA**

El desarrollo temático se logrará haciendo uso de problemáticas de los establecimientos gastronómicos considerando las técnicas y herramientas del pensamiento estratégico para optimizar la gestión y toma de decisiones sobre las administración y gestión de este tipo de empresas.

### **4. CONFERENCIANTES**

La Universidad se reserva el nombramiento de docentes - Responsabilidad de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.