



FORMACIÓN ONLINE

MBA Especializado en Restauración y
Gastronomía (Doble Titulación + 60
Créditos ECTS)

ESIBE Formación Online



ESIBE se basa en una
metodología
completamente a la
vanguardia educativa

SOBRE ESIBE

ESIBE nace del afán por crear un punto de encuentro entre Europa, en concreto, España y Latinoamérica.

A raíz de este reto, desarrollamos una nueva oferta formativa, marcada por una metodología en línea y unos contenidos de gran calidad que te permitirán obtener los conocimientos que necesitas para especializarte en tu campo.

Además, hemos diseñado para ti un campus con la última tecnología en sistemas e-Learning que recoge todos los materiales que te serán útiles en tu adquisición de nuevas ideas.

Las Titulaciones acreditadas por ESIBE pueden certificarse con la Apostilla de La Haya (Certificación Oficial de Carácter Internacional que le da validez a las Titulaciones Oficiales en más de 160 países de todo el mundo).

Hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado pueda ir superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que contamos, en todas las áreas del saber y, con la garantía de aprender las habilidades y herramientas realmente demandados en el mercado laboral.

Nuestro centro forma parte del grupo educativo Euroinnova, líder en el sector de formación gracias a su contenido de calidad e innovadora metodología con 20 años de trayectoria. ESIBE cuenta con el respaldo de INESEM, reconocida escuela de negocios online y, Euroinnova, centro formativo con más de 300.000 alumnos de los cinco continentes. Además, ESIBE imparte formaciones avaladas por Universidades de prestigio internacional como Universidad Nebrija, Universidad Europea Miguel de Cervantes o Universidad E-Campus.

No somos solo una escuela, somos el lugar ideal donde formarte.

MBA Especializado en Restauración y Gastronomía (Doble Titulación + 60 Créditos ECTS)



DURACIÓN:

1.700 horas



MODALIDAD:

Online



PRECIO:

A consultar

(Sujeto a política de becas)



CRÉDITOS:

60 ECTS

CENTRO DE FORMACIÓN:

ESIBE

Escuela Iberoamericana de Postgrado



ESIBE

ESCUELA
IBEROAMERICANA
DE POSTGRADO



Titulación

Doble Titulación: - Titulación de MBA Especializado en Restauración y Gastronomía con 1700 horas expedida por EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado y Avalada por la Escuela Superior de Cualificaciones Profesionales - Título Oficial de MBA Online Master Oficial Universitario en Alta Dirección expedida por la Universidad e-Campus acreditado con 60 ECTS Universitarios. Su superación dará derecho a la obtención del correspondiente Título Oficial de Máster, el cual puede habilitar para la realización de la Tesis Doctoral y obtención del título de Doctor/a.

Una vez finalizada la formación, el alumnado recibirá por parte de ESIBE vía correo postal, la titulación que acredita haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, su duración, el nombre y DNI, el nivel de aprovechamiento que acredita la superación de las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de las instituciones que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la UNESCO)



Descripción

En el mundo de la restauración, es muy importante conocer cómo desarrollar los procesos de preelaboración, preparación, presentación y conservación de toda clase de alimentos y definir ofertas gastronómicas, aplicando con autonomía las técnicas correspondientes, consiguiendo la calidad y objetivos establecidos. En la otra cara, también es fundamental tener una visión estratégica de los diferentes departamentos de una empresa, como Recursos Humanos, Finanzas, Operaciones, Marketing, etc., para que la gastronomía destaque y se lleve a cabo de manera exitosa. Con este máster desarrollarás una capacidad de gestión empresarial aplicada a la restauración mediante una formación totalmente flexible y apoyada por distintos profesionales del sector.

Objetivos

- Aprender nuevas técnicas y herramientas de gestión empresarial.
- Adquirir las habilidades necesarias para liderar proyectos empresariales.
- Conocer los principales elementos en los que se basa un análisis estratégico.
- Adquirir los conocimientos y habilidades para una correcta presentación y acabado de las elaboraciones culinarias.
- Conocer las elaboraciones gastronómicas de carne, pescado, hortalizas, legumbres y arroces y pasta.
- Analizar y controlar los resultados obtenidos por un establecimiento o área de alimentos y bebidas de manera previsor.
- Desarrollar las operaciones de liquidación de los saldos con proveedores y de gestión de tesorería y control de cuentas de cajas y bancos.

A quién va dirigido

Este máster está dirigido a profesionales que quieran formarse en la dirección y administración de la gestión y control de empresas dentro de la restauración y la gastronomía, además de profundizar también su formación en elaboraciones gastronómicas según distintas influencias en la cocina para así tener un control completo y estratégico sobre su proyecto empresarial en restauración.

Para qué te prepara

Mediante esta formación podrás desarrollar actividades de dirección y gestión en el marco de la alta dirección enfocada al sector de restauración y gastronomía. Además, aprenderás a implantar y controlar estrategias de liderazgo y a gestionar de forma exitosa los diferentes departamentos de una empresa, que junto con los conocimientos en gastronomía podrás optar a una dirección y gestión impecable en el sector de restauración.

Salidas Laborales

Con este MBA especializado en Restauración y Gastronomía podrás desarrollar tu perfil laboral enfocado al sector de la restauración y la hostelería para poder poner en marcha proyectos empresariales de manera estratégica ofreciendo una perspectiva global y profesional con conocimientos propios de un director financiero, de recursos humanos y estratégico.

Materiales Didácticos

El alumn@ recibe un email con las Claves de Acceso al CAMPUS VIRTUAL en el que va a poder acceder a todo el contenido didáctico, así como las evaluaciones, vídeos explicativos, etc. así como a contactar con el tutor en línea quien le va a ir resolviendo cualquier consulta o duda que le vaya surgiendo tanto por email, chat, foros, telefono, etc.

Formas de Pago

- Tarjeta,
- Paypal

Otros: Otras formas de pago adaptadas a cada país a través de la plataforma de pago Ebanx.

Llama al teléfono

[\(+34\) 958 99 19 19](tel:+34958991919) e

infórmate de los pagos a

plazos sin intereses que hay

disponibles



Financiación

En ESIBE, tu aprendizaje es lo más importante. Por eso, hemos desarrollado contenidos, así como una plataforma innovadora en sistemas e-Learning con la que trabajarás para adquirir tus nuevos conocimientos con el respaldo de nuestro claustro especializado en la materia. Te proporcionamos nociones imprescindibles para el desarrollo de la actividad de tu ámbito.

Nuestro objetivo es convertirte en un profesional altamente cualificado, capaz de desempeñar las tareas propias de un puesto de responsabilidad en el sector.

Nuestra Metodología

En ESIBE, tu aprendizaje es lo más importante. Por eso, hemos desarrollado contenidos, así como una plataforma innovadora en sistemas e-Learning con la que trabajarás para adquirir tus nuevos conocimientos con el respaldo de nuestro claustro especializado en la materia. Te proporcionamos nociones imprescindibles para el desarrollo de la actividad de tu ámbito. Nuestro objetivo es convertirte en un profesional altamente cualificado, capaz de desempeñar las tareas propias de un puesto de responsabilidad en el sector.



Redes Sociales

Síguenos en nuestras redes sociales y pasa a formar parte de nuestra gran comunidad educativa, donde podrás participar en foros de opinión, acceder a contenido de interés, compartir material didáctico e interactuar con otros/as alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/as. Además, te enterarás antes que nadie de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.



Por qué estudiar en ESIBE



Formación en Línea

Organiza tu propio tiempo.



Apostilla de la Haya

Certifica tu titulación en países extranjeros.



Calidad Europea

Formación especializada.



Contenido Actualizado

Revisamos de forma continua nuestro temario.



Campus Virtual

Plataforma con los últimos desarrollos del sector



Amplia Oferta Formativa

Encuentra la formación que se adapta a ti.

Valores ESIBE



Compromiso

En ESIBE, nuestros alumnos son lo más importante y, desde que comiences tu formación con nosotros estaremos a tu lado para lograr tu máximo desarrollo profesional y personal.



Excelencia

Nuestros contenidos son de máxima calidad, ofreciéndote una oportunidad única de formación y crecimiento que te llevará a alcanzar puestos de gran responsabilidad en tu sector.



Unidad

Juntos, somos mucho más fuertes. Detrás de ESIBE hay un equipo multidisciplinar que suma sus fuerzas para conseguir sinergias que beneficien de forma directa a nuestros alumnos.



Adaptabilidad

Queremos facilitarte tu aprendizaje, por esto, tú marcarás tu propio ritmo.



Innovación

ESIBE se sustenta en una cultura con un carácter innovador diferenciado, promoviendo el desarrollo y uso de nuevas tecnologías para el estudio y aprendizaje.



Flexibilidad

Tú tiempo es valioso para nosotros y, con el fin de que puedas compaginar tu formación, te proporcionamos la flexibilidad que necesitas, pudiendo realizar tu formación en cualquier momento del día.

Acreditaciones y Reconocimientos



Temario

MÓDULO 1. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS BASES DE LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

- 1.Introducción a la estrategia empresarial
- 2.Pensamiento estratégico
- 3.Aspectos esenciales de la estrategia
- 4.Los tipos de estrategias

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROCESO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

- 1.Visión, misión y valores Empresariales
- 2.Esquema del proceso estratégico
- 3.Organización y niveles de planificación de la decisión estratégica
- 4.Las unidades estratégicas de negocio

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA

- 1.Concepto y tipología del entorno
- 2.Análisis del entorno general PEST/EL
- 3.Análisis del entorno específico
- 4.Análisis de PORTER
- 5.Grado de rivalidad existente entre los competidores
- 6.Amenaza de productos sustitutos

7. Poder de negociación de los clientes
8. Poder de negociación de los proveedores

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DIAGNÓSTICO INTERNO DE LA EMPRESA

1. El perfil estratégico de la empresa
2. Análisis DAFO
3. Las matrices de cartera de productos como modelos de análisis estratégico
4. Matriz del BCG o de crecimiento-cuota de mercado
5. Matriz General Electric-McKinsey o de posición competitiva-atractivo del sector
6. Matriz ADL o de posición competitiva-madurez del sector

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA ESTRATEGIA PROPUESTA

1. Generación de opciones estratégicas
2. Formulación y selección de la estrategia
3. Criterios de elección y evaluación de la estrategia

UNIDAD DIDÁCTICA 6. IMPLANTACIÓN Y CONTROL ESTRATÉGICO

1. Puesta en marcha de la estrategia
2. Nuevo diseño organizativo
3. Disponibilidad de recursos
4. Control y evaluación de resultados
5. Inicio de ajustes correctivos
6. Cuadro de mando integral

MÓDULO 2. DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MODELOS ORGANIZATIVOS: LA HUMANIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

1. La importancia de las organizaciones
2. Aproximación conceptual a la organización
3. Tipos de organizaciones
4. La estructura
5. Cambio y desarrollo en la organización
6. El coach como agente de cambio
7. Impactos derivados de la introducción de una cultura de coaching
8. Profesionales con vocación de persona

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE RRHH

1. Conceptualización
2. Perspectivas en la dirección estratégica de los recursos humanos
3. La relación entre la estrategia empresarial y la de recursos humanos

4. Modelos de gestión estratégica de RRHH
5. Proceso de RRHH
6. Barreras a la RRHH

UNIDAD DIDÁCTICA 3. NUEVOS RETOS DEL DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS

1. Wellbeing: el bienestar en el trabajo
2. El clima laboral y productividad 2.0
3. El empowerment o empoderamiento
4. De la ética empresarial a la responsabilidad social corporativa
5. La consultoría de Recursos Humanos
6. El responsable de Recursos Humanos como arquitecto de la estrategia

UNIDAD DIDÁCTICA 4. RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL

1. La importancia del profesiograma
2. El proceso de reclutamiento
3. Canales de reclutamiento
4. Tipos de reclutamiento
5. El proceso de selección
6. Test de selección
7. La entrevista laboral
8. Entrevistas estructuradas
9. Dinámicas de Grupo
10. Plan de acogida

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA ESTRATEGIA DE RECLUTAMIENTO 3.0

1. El uso de las nuevas tecnologías en la búsqueda de trabajo
2. La estrategia del Employer Branding

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TÉCNICAS DE E-LEARNING PARA APOYAR LA FORMACIÓN

1. Introducción
2. Internet va a incidir decisivamente en la forma de enseñar y aprender
3. Marco teórico
4. Ventajas del e-learning en la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 7. SISTEMAS DE FORMACIÓN

1. La formación como opción estratégica
2. Diagnóstico de las necesidades de formación
3. La elaboración del plan de formación
4. Diseño y gestión de las acciones formativas

5. Financiación de la formación continua

UNIDAD DIDÁCTICA 8. INTRODUCCIÓN A LAS COMPETENCIAS

1. Las competencias, un nuevo enfoque para la gestión empresarial
2. Competencias en el contexto laboral
3. ¿Cómo se adquieren las competencias?
4. Competencias Tipología y significado

UNIDAD DIDÁCTICA 9. GESTIÓN POR COMPETENCIAS. IDENTIFICACIÓN Y DEFINICIÓN DE COMPETENCIAS

1. Gestión por competencias
2. Objetivos del proceso de gestión por competencias
3. Características de la gestión por competencias
4. Beneficios del modelo de gestión por competencias
5. Definición e implantación de un sistema de gestión por competencias
6. Políticas o estrategias de un sistema de gestión por competencias
7. Metacompetencias

UNIDAD DIDÁCTICA 10. POLÍTICA DE RETRIBUCIÓN

1. Importancia de la política retributiva
2. Objetivos del sistema retributivo
3. Elementos del paquete retributivo
4. Factores que afectan al diseño de la estrategia de retribuciones
5. Evaluación del desempeño por competencias y retribución

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA MOTIVACIÓN EN LA EMPRESA

1. Teorías de la Motivación
2. Tipos de motivación y estándares de eficacia

MÓDULO 3. HABILIDADES DIRECTIVAS Y NEGOCIACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA COMUNICACIÓN

1. El proceso de comunicación
2. Tipos de comunicación
3. Barreras de la comunicación
4. La comunicación efectiva
5. Aspectos importantes en la interacción con el interlocutor

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA

1. Las relaciones en la empresa: humanas y laborales
2. Tratamiento y flujo de la información en la empresa
3. La comunicación interna de la empresa

- 4.La imagen corporativa e institucional en los procesos de información y comunicación en las organizaciones
- 5.La comunicación externa de la empresa
- 6.La relación entre organización y comunicación en la empresa: centralización o descentralización
- 7.Herramientas de comunicación interna y externa

UNIDAD DIDÁCTICA 3. RELACIONES INTERPERSONALES

- 1.La comunicación interpersonal
- 2.Filtros y Barreras de la Comunicación
- 3.El conflicto interpersonal
- 4.Cómo expresar críticas y tipos de escucha activa
- 5.Concepto, finalidades y modalidades de escucha activa
- 6.Obstáculos que se pueden presentar
- 7.Técnicas para mejorar esta habilidad Social

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA NEGOCIACIÓN

- 1.Estrategias de negociación
- 2.Tácticas de negociación
- 3.Cuestiones prácticas

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA FIGURA DEL SUJETO NEGOCIADOR

- 1.La personalidad del negociador
- 2.Habilidades del negociador
- 3.Características del sujeto negociador
- 4.Clases de negociadores
- 5.La psicología en la negociación
- 6.Causas del Estrés Laboral
- 7.Síntomas del estrés laboral
- 8.Consecuencias del Estrés Laboral

UNIDAD DIDÁCTICA 6. HABILIDADES DIRECTIVAS

- 1.Introducción a las habilidades directivas
- 2.Liderazgo. Habilidad personal y directiva clave
- 3.Enfoques en la teoría del liderazgo
- 4.Estilos de liderazgo
- 5.El papel del líder

UNIDAD DIDÁCTICA 7. HABILIDADES SOCIALES EN LA GESTIÓN DE GRUPOS

- 1.Introducción a las habilidades sociales
- 2.Asertividad

3. Empatía
4. Escucha activa
5. Autoestima

UNIDAD DIDÁCTICA 8. MOTIVACIÓN DEL ENTORNO LABORAL

1. La motivación en el entorno laboral
2. Teorías sobre la motivación laboral
3. El líder motivador
4. La satisfacción laboral

MÓDULO 4. EL PAPEL DEL MARKETING DIGITAL EN LA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL PAPEL DEL MARKETING DENTRO DE LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL

1. Orientación al consumidor
2. Orientación a la competencia
3. Orientación interna

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PLAN DE MARKETING DIGITAL

1. El plan de marketing digital
2. Análisis de la competencia
3. Análisis de la demanda
4. DAFO, la situación actual
5. Objetivos y estrategia del plan de marketing digital
6. Estrategias básicas: segmentación, posicionamiento, competitiva y de crecimiento
7. Posicionamiento e imagen de marca
8. Captación y fidelización de usuarios
9. Integración del plan de marketing digital en la estrategia de marketing de la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMPORTAMIENTO DE LOS USUARIOS DE INTERNET

1. El comportamiento de navegación y compra del internauta
2. La respuesta del internauta a los estímulos de marketing
3. Construir una estrategia adaptada al comportamiento del internauta
4. Variables que inciden en el comportamiento del internauta

UNIDAD DIDÁCTICA 4. BRANDING Y POSICIONAMIENTO EN INTERNET

1. Estrategia en la economía digital
2. Digital Branding Management
3. Digital Customer Experience
4. Promoción web
5. Mobile Marketing y Nuevas tendencias

MÓDULO 5. SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

1. Tipos de redes sociales
2. La importancia actual del social media
3. Prosumer
4. Contenido de valor
5. Marketing viral
6. La figura del Community Manager
7. Social Media Plan
8. Reputación Online

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE FACEBOOK

1. Primeros pasos con Facebook
2. Facebook para empresas
3. Configuración de la Fanpage
4. Configuración de mensajes: Facebook Messenger
5. Tipo de publicaciones
6. Creación de eventos
7. Facebook Marketplace
8. Administración de la página
9. Facebook Insights

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE INSTAGRAM

1. Introducción a Instagram
2. Instagram para empresas
3. Creación de contenido
4. Uso de Hashtags
5. Instagram Stories
6. Herramientas creativas
7. Colaboración con influencers
8. Principales estadísticas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DE TWITTER

1. Introducción a Twitter
2. Elementos básicos de Twitter
3. Twitter para empresas
4. Servicio de atención al cliente a través de Twitter

- 5.Contenidos
- 6.Uso de Hashtags y Trending Topic
- 7.Twitter Analytics
- 8.TweetDeck
- 9.Audiense
- 10.Hootsuite
- 11.Bitly

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE LINKEDIN

- 1.Introducción a LinkedIn
- 2.Linkedin para empresas
- 3.Creación de perfil y optimización
- 4.Grupos
- 5.SEO para LinkedIn
- 6.Analítica en LinkedIn
- 7.Linkedin Recruiter

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE YOUTUBE

- 1.Introducción a Youtube
- 2.Vídeo Marketing
- 3.Crear una canal de empresa
- 4.Optimización del canal
- 5.Creación de contenidos
- 6.Gestión de comentarios
- 7.Youtube Analytics
- 8.Youtube vs Vimeo
- 9.Keyword Tool
- 10.Youtube Trends

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- FACEBOOK ADS

- 1.Introducción a Facebook Ads
- 2.Tipos de Campañas y objetivos publicitarios
- 3.Segmentación: públicos
- 4.Presupuesto
- 5.Formatos de anuncios
- 6.Ubicaciones
- 7.Administrador de anuncios

- 8. Seguimiento y optimización de anuncios
- 9. Power Editor
- 10. Pixel de Facebook

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- INSTAGRAM ADS

- 1. Introducción a Instagram Ads
- 2. Objetivos publicitarios
- 3. Tipos de anuncios
- 4. Administrador de anuncios
- 5. Presupuesto
- 6. Instagram Partners
- 7. Segmentación

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- TWITTER ADS

- 1. Objetivos publicitarios
- 2. Audiencias en Twitter
- 3. Tipos de anuncios
- 4. Administrador de anuncios
- 5. Creación de campañas y optimización
- 6. Twitter Cards
- 7. Instalación código de seguimiento
- 8. Listas de remarketing

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- LINKEDIN ADS

- 1. Introducción a LinkedIn Ads
- 2. Formatos de anuncios
- 3. Objetivos publicitarios
- 4. Creación de campañas
- 5. Segmentación
- 6. Presupuesto
- 7. Seguimiento y medición de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- PUBLICIDAD EN YOUTUBE

- 1. Ventajas de la publicidad en Youtube
- 2. Youtube y Google Adwords
- 3. Tipos de anuncios en Youtube
- 4. Campaña publicitarias en Youtube con Google Adwords
- 5. Creación de anuncios desde Youtube

MÓDULO 6. LEAN STARTUP

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTO DE LEAN STARTUP

1. Concepto de Startup
2. Concepto de Lean Startup
3. Objetivos y principios básicos de Lean Startup
4. Fases en Lean Startup

UNIDAD DIDÁCTICA 2. APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA LEAN STARTUP

1. Planteamiento y modelos de negocio
2. Lean Canvas
3. Minimum Viable Product
4. Pull Strategy
5. Metodología iterativa: hipótesis, prueba y perfeccionamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA GESTIÓN VISUAL Y SUS HERRAMIENTAS, ANDON, KAMISHIBAI, INFORME A3 Y OPL

1. Gestión y control visual
2. Sistema Andon
3. Kamishibai o tablón de tareas rojas verdes
4. Informe A de solución de problemas
5. OPL One Point Lesson

MÓDULO 7. FUNDAMENTOS Y PRINCIPIOS DE LA RESPONSABILIDAD

SOCIAL CORPORATIVA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y LA EMPRESA SOSTENIBLE

1. Introducción a la RSC
2. Principios y Valores de la Ética
3. La Empresa Tradicional y el Cambio de Modelo
4. Concepto de Responsabilidad Social Corporativa
5. ¿Qué elementos debe contener la RSC?
6. Implantación de la RSC: la peculiaridad de las PYMES

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LOS VALORES ÉTICOS DE LA RSC

1. La Empresa Responsable y Sostenible: sus Valores Éticos
2. Valores y principios de la empresa tradicional
3. Valores y principios de la empresa responsable y sostenible

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL NUEVO MODELO DE EMPRESA RESPONSABLE Y SOSTENIBLE

1. Fundamentos de la Empresa Socialmente Responsable

- 2. Características de las Empresas Socialmente Responsable
- 3. La Creación de Valor y la RSC

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA DIRECCIÓN DE EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES

- 1. Dirección de la empresa responsable sostenible
- 2. El Gobierno Corporativo
- 3. Ética Directiva en la Empresa Responsable y Sostenible
- 4. Auditorías éticas y de RSC
- 5. El Diseño de un Programa de Actuación de RSC

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LOS OBJETIVOS Y LA GESTIÓN DE LA RSC EN LAS ORGANIZACIONES

- 1. Formulación de objetivos de RSC
- 2. Planificación y programación de las actividades de la RSC
- 3. Control y seguimiento de los avances en RSC
- 4. Metodología para Implantar un Proceso de Gestión de RSC

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LOS GRUPOS DE INTERÉS O STAKEHOLDERS

- 1. Los Grupos de Interés
- 2. Concepto y Tipología de los stakeholders
- 3. Las Relaciones con los Grupos de Interés
- 4. La RSC y los Stakeholders

MÓDULO 8. GESTIÓN LOGÍSTICA EN LA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA LOGÍSTICA EMPRESARIAL

- 1. Inicios de la logística empresarial
- 2. Concepto de logística
- 3. Función logística en la empresa
- 4. Centros logísticos y su clasificación
- 5. Proceso logístico Just in time
- 6. Tipos de almacén según su función logística
- 7. Entrada, salida y control en almacén
- 8. Definición y clasificación de stocks
- 9. Principales procedimientos de almacenaje

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONCEPTOS FUNDAMENTALES DE LA GESTIÓN LOGÍSTICA

- 1. El proceso logístico
- 2. El proceso del flujo según el tipo de producción
- 3. Eficiencia logística para el trato al cliente
- 4. Integración logística en la organización

5. Los subsistemas del sistema logístico
6. El término cadena de demanda
7. Optimización de la operativa logística

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FASES Y OPERACIONES EN LA CADENA LOGÍSTICA

1. La cadena de suministro: fases y actividades asociadas
2. Flujos en la cadena de suministro
3. El flujo de información: en tiempo real, fiable, seguro, fácil de interpretar y manejar
4. Flujo de materiales: seguro, eficaz y con calidad Diagrama de flujos interconexiónados
5. Cadena logística: objetivos Cómo lograrlos Integración de actores y sinergias a conseguir
6. Logística y calidad
7. Gestión de la cadena logística:
8. El flujo de información

UNIDAD DIDÁCTICA 4. OPTIMIZACIÓN Y COSTOS LOGÍSTICOS

1. Características del costo logístico: variabilidad
2. Sistema tradicional y sistema ABC de costos
3. Medición del costo logístico y su impacto en la cuenta de resultados Costos totales, costos unitarios y costos porcentuales
4. Estrategia y costos logísticos
5. Medidas para optimizar el costo logístico en las diversas áreas: stock, almacenaje, picking, transporte
6. Cuadro de control de costos Pirámide de información del costo logístico
7. Ejemplo práctico de cálculo del costo logístico

UNIDAD DIDÁCTICA 5. REDES DE DISTRIBUCIÓN

1. Diferentes modelos de redes de distribución:
2. Cálculo del costo logístico de distribución en los diferentes modelos:

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE IMPREVISTOS E INCIDENCIAS EN LA CADENA LOGÍSTICA

1. Incidencias, imprevistos y errores humanos en el proceso de distribución
2. Puntos críticos del proceso Importancia cualitativa y monetaria de las mismas
3. Análisis de determinados procesos críticos
4. Seguimiento y localización física de la mercancía en el proceso de distribución
5. Sistemas informáticos y tecnología aplicada: GPS, satélite, radiofrecuencia
6. Acceso del cliente a la información
7. Determinación de responsabilidades en una incidencia
8. En diversos supuestos prácticos, cómo actuar en una incidencia
9. Incidencias y su tratamiento informático

UNIDAD DIDÁCTICA 7. APLICACIONES INFORMÁTICAS DE INFORMACIÓN, COMUNICACIÓN Y CADENA DE SUMINISTRO

1. Tecnología y sistemas de información en logística
2. La pirámide de información
3. Ventajas y posibles inconvenientes: costo y complejidad del sistema
4. La comunicación formal e informal
5. Sistemas de utilización tradicional y de vanguardia
6. Información habitual en el almacén:
7. Terminología y simbología utilizadas en la gestión del almacén

MÓDULO 9. RESTAURACIÓN Y GASTRONOMÍA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESO ADMINISTRATIVO Y CONTABLE EN RESTAURACIÓN

1. Proceso de facturación
2. Gestión y control
3. Registros contables
4. Clasificación de las fuentes de información no rutinarias

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN Y CONTROL DE LAS CUENTAS DE CLIENTES

1. Control de las cuentas de cliente y manejo de efectivo

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS CONTABLE DE RESTAURACIÓN

1. Análisis del balance y determinación de su equilibrio a corto y largo plazo
2. Introducción y estudio del análisis patrimonial, financiero y económico
3. Definición y clases de costes
4. Cálculo de costes de materias primas
5. Aplicación de métodos de control de consumo
6. Cálculo y estudio del punto muerto
7. Umbral de rentabilidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROGRAMAS INFORMÁTICOS EN RESTAURACIÓN

1. Manejo de los principales programas de gestión y control de restauración

UNIDAD DIDÁCTICA 5. COCINA EN EUROPA

1. La cocina francesa e italiana y sus características. Su influencia en la gastronomía de otros países. Platos y productos más representativos
2. La cocina portuguesa, principales características y platos más representativos
3. Otras cocinas del continente y sus platos más implantados en España

UNIDAD DIDÁCTICA 6. OTRAS COCINAS DEL MUNDO

1. La gastronomía en Iberoamérica. Platos y alimentos más representativos de los distintos países. Otras cocinas de

América

2.Características generalidades de la cocina del Magreb. Platos, productos y más representativos. Menaje más característico

3.Aportaciones de la cocina asiática a la gastronomía: principales platos y alimentos y condimentos. El wok y sus características. Otros recipientes y utensilios

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PLATOS ELEMENTALES A BASE DE CARNES, AVES, CAZA Y DESPOJOS

1.Platos elementales más divulgados y su elaboración

2.Guarniciones, salsas y otras preparaciones adecuadas para acompañar platos con carnes, aves, caza y despojos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PLATOS ELEMENTALES A BASE DE PESCADOS, CRUSTÁCEOS Y MOLUSCOS

1.Platos calientes y fríos elementales más divulgados

2.Salsas, guarniciones y otras preparaciones adecuadas para acompañar platos con pescados, crustáceos y moluscos

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PLATOS ELEMENTALES A BASE DE HORTALIZAS, LEGUMBRES, PASTAS, ARROCES Y HUEVOS

1.Platos y guarniciones frías y calientes que se elaboran con hortalizas. Preparaciones y platos fríos elaborados con hortalizas. Salsas más indicadas para su acompañamiento

2.Platos elementales de legumbres secas. Potajes, cremas y sopas de legumbres

3.Platos elementales de pasta y de arroz más divulgados. Adecuación de pastas y salsas

4.Platos elementales con huevo

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PREPARACIONES BÁSICAS DE MÚLTIPLES APLICACIONES PROPIAS DE REPOSTERÍA

1.Materias primas empleadas en repostería

2.Principales preparaciones básicas. Composición y elaboración. Factores a tener en cuenta en su elaboración y conservación. Utilización

3.Preparaciones básicas de múltiples aplicaciones a base de: azúcar, cremas, frutas, chocolate, almendras, masas y otras: composición, factores a tener en cuenta en su elaboración, conservación y utilización

4.Preparaciones básicas elaboradas a nivel industrial

UNIDAD DIDÁCTICA 11. POSTRES ELEMENTALES (TEMA 5 UF0069 ELABORACIONES BÁSICAS DE REPOSTERÍA Y POSTRES ELEMENTALES)

1.Importancia del postre en la comida

2.Aplicación de las respectivas técnicas y procedimientos de ejecución y control para la obtención de los postres elementales más representativos

UNIDAD DIDÁCTICA 12. PRESENTACIÓN DE PLATOS

1.Importancia del contenido del plato y su presentación

2.El montaje y presentación de platos en grandes fuentes para su exposición en buffet

3.Adornos y complementos distintos productos comestibles

4.Otros adornos y complementos

UNIDAD DIDÁCTICA 13. ACABADO DE DISTINTAS ELABORACIONES CULINARIAS

- 1.Estimación de las cualidades organolépticas específicas
- 2.Formas y colores en la decoración y presentación de elaboraciones culinarias
- 3.El diseño gráfico aplicado a la decoración culinaria
- 4.Necesidades de acabado y decoración según tipo de elaboración, modalidad de comercialización y tipo de servicio
- 5.Ejecución de operaciones necesarias para la decoración y presentación de platos regionales, internacionales, de creación propia y de mercado, de acuerdo con su definición y estándares de calidad predeterminados

