

Curso

Innovación en la Gestión Estratégica de los Negocios de Alimentos y Bebidas

Una de las principales ventajas competitivas de los negocios exitosos reside en la calidad de su gestión.

Este curso permitirá al participante desarrollar las habilidades necesarias para una adecuada y correcta toma de decisiones y a la vez, cómo gestionar por objetivos en cualquier negocio de alimentos y bebidas. Esto conllevará su posicionamiento en el mercado, aumentando su eficacia competitiva y el valor que percibirán los clientes, proveedores, etc., lográndose el efecto retorno de inversión hacia la empresa misma y, por ende, a la sociedad.

Diri - gido

- Profesionales del segmento de la gastronomía y la hospitalidad con interés en enfocar sus negocios a un entorno competitivo y de gestión.
- Inversionistas y propietarios de restaurantes, pastelerías, cafés, dark kitchen, centros de producción y gastronomía diferida, con la necesidad de proyectarse en un contexto de cambio constante.
- Gerentes y administradores de negocios gastronómicos.
- Estudiantes de los ciclos finales de carreras relacionadas a la gastronomía.
- Asesores en el desarrollo comercial y gestión de proyectos gastronómicos.

Logros de aprendizaje

Al finalizar el curso, el participante será capaz de:



- Analizar las etapas en el proceso de toma de decisiones en empresas gastronómicas: Restaurantes, Cafeterías, Pastelerías, Dark Kitchen, Centros de Producción Gastronómicos, Concesionarios de Alimentación, Empresas de Gastronomía Diferida.

Datos generales

- Inicio**
23 de mayo
 - Duración**
10 sesiones
 - Horario**
Lunes y miércoles
de 7:00 p.m. a 10:00 p.m.
 - Modalidad Online**
Clases sincrónicas
 - Inversión**
Precio regular: S/1,214
Promoción (30% dscto.): S/850
- Requisitos técnicos mínimos y recomendados:
Conexión Internet Casa: Mínimo: 15 Mbps.
Recomendable >= 30 Mbps
Conexión internet móvil: 3G como mínimo.

Certificación

Certificado emitido por el
Programa de Extensión Universitaria
de la Universidad Le Cordon Bleu

Plan de estudios

Módulo 1 Investigación para la toma de decisiones comerciales
El participante aprenderá las herramientas, conceptos, matrices de evaluación y técnicas asociadas con los métodos de investigación tanto cualitativos como cuantitativos y que son aplicables en el segmento de la gastronomía. Lo cual, lo ayudará en la toma de decisiones comerciales de forma coherente.

Módulo 3 Gestión de riesgos internos y externos
La gestión de riesgos en las organizaciones consiste en minimizar la adversidad y maximizar la probabilidad de que el negocio pueda continuar operando en periodos de adversidad inevitable. El participante conocerá definiciones, contextos y marcos teóricos relacionados a este tipo de gestión.

Módulo 5 Implementación de las herramientas de gestión que requiera el negocio
Teniendo en cuenta que el impacto de la pandemia covid19 ha generado la retracción de muchos negocios gastronómicos a nivel mundial, el participante realizará un análisis de riesgo y vulnerabilidad en una organización del sector gastronómico.

Módulo 7 Determinación de las estrategias de fidelización
En esta unidad examinaremos, cómo gestionar estratégicamente una organización orientada al servicio para garantizar una gestión eficaz de la calidad y la prestación de un servicio de excelencia en nuestros negocios gastronómicos.

Módulo 9 Planificación de proyectos organizacionales
Proporcionaremos al participante una experiencia de aprendizaje que introducirá los procesos y estructuras fundamentales para iniciar y planificar proyectos en la industria de la gastronomía en todo su contexto. Explorará aspectos del diseño de un producto o servicio relacionado con la específica coyuntura del segmento de la gastronomía.

Módulo 2 Evaluación de la información para la toma de decisiones
Se introducirá al participante en la evaluación de métodos apropiados para realizar tipos particulares de investigación y aplicará algunas de estas técnicas en actividades y proyectos.

Módulo 4 Análisis y diseño de los elementos clave de una gestión asertiva
El participante analizará aspectos clave de la gestión de riesgos, como los principios básicos, las diferencias entre el riesgo estratégico y táctico, y los problemas emergentes.

Módulo 6 Gestión de la calidad del servicio
La gestión de la calidad del servicio es el proceso que se enfoca en planificar los servicios prestados a los clientes. Nos permite evaluar qué tan bien se ha prestado un servicio con el fin de identificar problemas y corregirlos para aumentar la satisfacción del cliente. El participante aprenderá a establecer protocolos y desarrollarlos.

Módulo 8 Evaluación de la disonancia cognitiva del mercado objetivo
El participante evaluará el comportamiento del consumidor en todo su contexto, relacionado con la hospitalidad y las implicaciones para cambiar las expectativas de los clientes en un escenario global. Asimismo, analizará nuevos modelos de comportamiento del público, incluidas las características de los consumidores de Internet.

Módulo 10 Diseño exitoso del proyecto de organizacional gastronómico
El participante creará un proyecto estratégico simulado, incluida la programación de actividades y recursos, la línea de tiempo y los indicadores de hitos, la gestión de presupuesto financiero y las contingencias de minimización de riesgos en el segmento de la restauración.

Nota Importante

- La Universidad Le Cordon Bleu Perú se reserva el derecho de reprogramar o cancelar los cursos que no cuenten con el número mínimo de inscritos establecidos por la institución.
- Se reserva el derecho de modificar la plana docente de acuerdo a disponibilidad o cambios en el programa.
- Los trámites de retiro o cambio sólo se realizan hasta 10 días antes del inicio de clases. Caso contrario deberá asumir la penalización correspondiente. El pago realizado no está sujeto a devolución ni transferencia, el retiro no modifica el monto comprometido a pagar. El retiro es sólo académico y no económico.