

## **PRESENTACIÓN**

El Diplomado en Gerencia de Empresas Gastronómicas tiene como objetivo brindar a los participantes un conjunto de técnicas y conocimientos actualizados que les permitan gestionar de manera eficiente cualquier tipo de establecimiento gastronómico. El diplomado se enfoca en la actualización de nuevas herramientas educativas y el uso de tecnologías gerenciales para asegurar la calidad en la elaboración, comercialización y promoción de productos gastronómicos.

Además, tiene como fin proporcionar a los estudiantes habilidades y destrezas en gestión empresarial, finanzas y marketing, con el fin de que puedan destacarse en el competitivo mercado gastronómico actual

### **¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?**

Está diseñado para proporcionar competencias de actualización a cocineros, chefs, microempresarios, empresarios emprendedores y gerentes relacionados con la producción de alimentos.

### **HERRAMIENTAS A ADQUIRIR**

Te proporcionará las habilidades y destrezas necesarias para aplicar procesos de tecnologías gerenciales y de aseguramiento de la calidad, cumpliendo con las exigencias del siglo XXI. Además, te enseñará técnicas estandarizadas y actualizadas en proyectos de elaboración, comercialización y promoción de productos gastronómicos. También tendrás acceso a nuevas herramientas educativas eficientes en la construcción de conocimientos en el ámbito de la gastronomía, la cocina, el turismo y el arte culinario y adquirir conocimientos en gestión empresarial, finanzas y marketing, lo que te permitirá destacarte en el mercado y atraer a más clientes.

### **DURACIÓN**

192 horas académicas de formación que equivalen a 14 semanas de actividad.

- Inicio: 17/06/24

- Finaliza: 29/10/24

Sólo días: lunes, martes, miércoles, desde la 1:00 P.M. hasta las 5:00 P.M.

## **INVERSIÓN**

### **Margarita**

Inicio de clases: 5 de febrero

Inversión:

- Contado: \$250 y Financiado: \$270
- Financiado 100\$ inicial y dos (02) cuotas 85 \$ c/u.

## **INSCRIPCIONES**

### **Margarita**

Lapso de inscripción: 29/05/24 al 17/06/24

## **MÉTODOS DE PAGO**

- Sistema de Pagos Online: le ofrece tres formas de pago para adquirir los productos y servicios de la universidad. Dispone de Pago Móvil (C2P), Tarjeta de Débito del Banco Mercantil y Tarjeta de Crédito Nacional o Internacional. Puede ingresar a través del siguiente enlace:  
<https://portalunimar.unimar.edu.ve/service/onlinepayment/inicio>

Si seleccionas esta opción tienes oportunidad de pagar hasta el 26/01/2024.

- Depósitos en Divisas: puede hacer pagos en divisas a través del Banco Nacional de Crédito, a la cuenta de la Universidad de Margarita, UNIMAR, A.C. Rif. C Rif: J-30660040-0, N°. 0191 0146 1123 00009652 y enviar captura de la planilla de depósito al número de WhatsApp de la Dirección de Administración 0412-595 7440, indicando datos personales y el concepto.

- Pagos por ZELLE: realizar pagos a: unimarllc@unimar.edu.ve y enviar captura de la transacción con el nombre, apellido cédula, correo, monto del pago con el 3% de IGTF, al número de WhatsApp de la Dirección de Administración 0412-595 7440.
- Pagos en Caja: puedes realizar el pago directamente en caja, a través de tarjeta de débito, crédito y efectivo, hasta el 29 de enero. El horario de caja es el siguiente: Lunes a Viernes: 8:00 a.m. a 12:00 m - 1:00 p.m. a 4:30 p.m.

## **ESTRUCTURA ACADÉMICA**

### MÓDULO I (horas académicas 24 h/a)

- Gastronomía.
- Manipulación de Alimentos.
- Procesos de Limpieza y Desinfección.
- Manejo de la Cadena de Frío.
- Empleo Eficiente de Desperdicio Útil

### MÓDULO II (horas académicas 24h/a)

- Gerencia de sí mismo base piramidal del éxito de una buena Gestión.
- Las 21 leyes irrefutables del liderazgo. Autoridad, dirección y trabajo en equipo.
- Gestión del talento humano.
- Orden y manejo del tiempo.
- Solución de problemas y toma de decisiones.
- Administración para obtener resultados.
- 14 principios de Fayol.

### MÓDULO III (horas académicas 48 h/a)

- Estudio de Mercadeo: - Definición. Importancia. Público objetivo. Target group. - Segmentación de mercado. VCU

- Variables de segmentación. Ciclo de vida del producto y/o empresa - Análisis situacional. Análisis de recursos. Análisis de costos.
- -Gerencia estratégica Matriz FODA. - Tendencias en Marketing Gastronómico Herramientas de marketing para turismo gastronómico
- -El cliente gastronómico - Características del cliente gastronómico -Tipos de clientes gastronómicos
- -Reglas para la buena atención al cliente gastronómico.
- Cosots

#### MÓDULO IV (horas académicas 20 h/a)

- Community Manager: - Definición de manejo de redes sociales. - Clasificación de manejo de información responsable en la red. - Técnicas de promoción de productos y/o servicios de establecimientos gastronómicos en las redes sociales. - Definición y características del consumidor. - Manejo de SOLOMO (Social Local Mobile) en la promoción de establecimientos gastronómicos
- Actividad Especial. Ciclo de conferencias

#### MÓDULO V (horas académicas 36 h/a )

- Técnicas de Servicio: Elementos Necesarios, Montajes, Tipos de Servicio, Normatividad.
- Etiqueta y Protocolo: Relaciones Interpersonales Personal de Servicio vs Cliente.
- Enogastronomía y su importancia en la Gestión de la restauración moderna
- Carta de Vinos y procedimientos para su elaboración
- Creación y Aplicación de Rutas y circuitos Gastronómicos

#### MÓDULO VI (horas académicas 32 h/a)

- Gestión de restaurante. Cafeterías. Panaderías, catering y diferentes empresas que conforman la industria alimentaria 'del siglo XXI.

MÓDULO VII (horas académicas 8 h/a)

- Trabajo final (SEMINARIO, TESINA O DEMOSTRACIÓN DE LOS CONOCIMIENTOS EN UNA EXPOSICIÓN GASTRONÓMICA)