

.UBA económicas
Diplomaturas

DIPLOMATURA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS GASTRONÓMICOS



MOD	CARÁCTER	DENOMINACIÓN DEL MÓDULO	CLASES VIRTUALES	ENCUENTRO PRESENCIAL	REQUIERE PARA APROBACIÓN
1	OBLIGATORIO	MASTERCLASS: "INTRODUCCIÓN A LOS MODELOS DE NEGOCIOS GASTRONÓMICOS"	1 CLASE	No requiere	ASISTENCIA VIRTUAL
2	OBLIGATORIO	PLAN DE NEGOCIOS	4 CLASES	1	ASISTENCIA VIRTUAL +ENCUENTRO PRESENCIAL+ ENTREGABLE
3	OBLIGATORIO	DISEÑO, LEGISLACIÓN Y HABILITACIÓN DE LOCALES GASTRONÓMICOS	4 CLASES	1	ASISTENCIA VIRTUAL +ENCUENTRO PRESENCIAL+ ENTREGABLE
4	OBLIGATORIO	COSTOS Y ESTRATEGIAS DE FIJACIÓN DE PRECIOS	4 CLASES	1	ASISTENCIA VIRTUAL +ENCUENTRO PRESENCIAL+ ENTREGABLE
5	OBLIGATORIO	ADMINISTRACIÓN GASTRONÓMICA	2 CLASES	1	ASISTENCIA VIRTUAL +PRACTICA PRESENCIAL+ ENTREGABLE
6	OBLIGATORIO (1 ELECTIVA)	MARKETING DIGITAL EN GASTRONOMÍA	2 CLASES	1	ASISTENCIA VIRTUAL +ENCUENTRO PRESENCIAL+ ENTREGABLE
		RECLUTAMIENTO GASTRONÓMICO Y ESTRATEGIAS DE RETENCIÓN			
7	OBLIGATORIO (1 ELECTIVA)	EVENTOS, CEREMONIAL Y PROTOCOLO	2 CLASES	1	ASISTENCIA VIRTUAL +ENCUENTRO PRESENCIAL+ ENTREGABLE
		FRANQUICIAS GASTRONÓMICAS			
8	OBLIGATORIO	MASTERCLASS "ACTUALIDAD Y DESAFÍOS EN GASTRONOMÍA"	1 CLASE	No requiere	ASISTENCIA VIRTUAL
			DURACION 4 MESES		

Módulos y Contenidos

MÓDULO 1: MASTERCLASS “INTRODUCCIÓN A LOS MODELOS DE NEGOCIOS GASTRONÓMICOS”

- Tipos y modelos de negocios gastronómicos. Formatos tradicionales e innovadores.
- Desarrollos posibles dentro de la gastronomía comercial. Modelos de negocios competitivos.
- Principios básicos de calidad en gastronomía. Diferenciadores claves.

MÓDULO 2: PLAN DE NEGOCIOS

- El plan de negocios. Elementos a tener en cuenta en el Business Plan.
- Construcción de plan de negocios en gastronomía: desarrollo de idea y plan competitivo.
- Plan de negocios y desarrollo emprendedor.
- Métodos para la formulación de un plan de negocios. Procesos y proyecciones claves.
- Práctica 1 a 4: Análisis de caso. Herramientas para documentar plan de negocios. Ejercitaciones prácticas.

El módulo requiere adicionalmente 1 encuentro presencial obligatorio en AHRCC

MÓDULO 3: DISEÑO, LEGISLACIÓN Y HABILITACIÓN DE LOCALES GASTRONÓMICOS

- Condiciones y requisitos de habilitación de locales gastronómicos. Normativas generales y específicas en el diseño y habilitación de un restaurante.
- Tipos de equipamientos de almacenamiento y mantenimiento gastronómico.
- La importancia del flujograma de procesos, personas y funcionalidad de sectores.
- Documentación obligatoria del personal.
- Inspecciones: Buenas prácticas de mantenimiento preventivo y registro de la documentación solicitada.
- Práctica 1 a 4: Análisis de caso de apertura de local gastronómico. Creación de check list de inspección. Estrategias de seguimiento y controles.

El módulo requiere adicionalmente 1 encuentro presencial obligatorio en AHRCC

MÓDULO 4: COSTOS Y ESTRATEGIAS DE FIJACIÓN DE PRECIOS

- Costos. Elementos del costo. Métodos.
- La relación costo-volumen-utilidades.
- Cálculo de Costos de Alimentos & Bebidas. Ingredientes complejos para costos. Desperdicios. Costo de porciones. Costo en la gestión de compras y abastecimiento. Costo de ventas.
- Carta y Menú. Consideraciones básicas para el armado de menú.
- Estrategia de Fijación de precios. Optimización de precios.
- Neurociencia al servicio de la fijación de precios. Valoración de la marca, producto y clientes.
- Prácticas 1 a 4: Análisis de caso. Cálculo de precio de menú. Aplicación de herramientas de costos y fijación de precios. Práctica en software de gestión.

El módulo requiere adicionalmente 1 encuentro presencial obligatorio en AHRCC

MÓDULO 5: ADMINISTRACIÓN GASTRONÓMICA

- Controles básicos del negocio gastronómico.
- Mejores prácticas de contabilidad en restaurantes.
- El sistema de información y control: Menú, recetario, escandallo, compras, ventas, stocks, costo-ventas.
- Indicadores de compras. Funciones.
- Índice de ventas. Monitoreo. Su combinación con el indicador de compras. Importancia de evaluar la eficiencia de los gastos.
- Retorno de Inversión (ROI). Utilidad.
- La administración de personal gastronómico. Legislación general y específica.
- Práctica 1 y 2: Análisis de caso. Lectura e interpretación de indicadores. Ejercitaciones prácticas.

El módulo requiere adicionalmente 1 encuentro presencial obligatorio en AHRCC

MÓDULO 8: MASTERCLASS DE CIERRE “ACTUALIDAD Y DESAFÍOS EN GASTRONOMÍA”

Cierre de la Diplomatura a cargo de un experto del sector donde se podrá abordar algunas de las siguientes temáticas de actualidad gastronómica, tales como:

- Cambios en los servicios de restauración.
- Producción ética y sostenible.
- Turismo gastronómico.
- Emprendedores gastronómicos, pequeños negocios y start-ups.

MÓDULO 6 Y 7 ELECTIVOS

MARKETING DIGITAL EN GASTRONOMÍA

- El Marketing Digital en Gastronomía o Gastromarketing. Objetivos.
- Herramientas de marketing y publicidad digital. Redes y plataformas sociales. Ecosistemas y parámetros de mediciones.
- La digitalización del negocio.
- Plan de Marketing digital. Definición de público objetivo / target primario y secundario. Propuesta de valor de la marca. Branding. Creación del menú y concepto.
- El Customer Journey y la experiencia del cliente.
- Práctica 1 y 2: Análisis de caso. Propuesta de acciones de marketing.

El módulo requiere adicionalmente 1 encuentro presencial obligatorio en AHRCC

RECLUTAMIENTO GASTRONÓMICO y ESTRATEGIAS DE RETENCIÓN

- Proceso de contratación de personal. Pasos elementales.
- Cómo realizar un proceso de reclutamiento en gastronomía. Construcción del perfil del puesto.
- La entrevista, preselección y selección.
- La Gestión de base de datos de candidaturas.
- Capacitación: Onboarding para los nuevos miembros.
- Estrategias para evitar la rotación del personal. Fidelización del talento.
- Práctica 1 y 2: Análisis de caso. Ejercitaciones prácticas. Elaboración de una requisición de personal y de Plan de Retención.

El módulo requiere adicionalmente 1 encuentro presencial obligatorio en AHRCC

EVENTOS, CEREMONIAL Y PROTOCOLO

- Eventos. Tipos de eventos, clasificación y características.
- Planificación y logística de eventos.
- Concepto de protocolo, ceremonial y etiqueta en los eventos.
- Ceremonial. Aspectos Normativos. Características del ceremonial actual.
- El protocolo como herramienta de comunicación. Principios y ámbitos de aplicación del protocolo.
- Tipos de etiqueta. Reglas básicas.
- Prácticas 1 y 2: Análisis de caso. Protocolo y Ceremonial en el servicio gastronómico. Ejercitaciones prácticas.

El módulo requiere adicionalmente 1 encuentro presencial obligatorio en AHRCC

FRANQUICIAS GASTRONÓMICAS

- Franquicia. Concepto. Elementos. Características. Legislación.
- Modelos de Franquicias. Ventajas y desventajas.
- Emprender una franquicia. Aspectos a tener en cuenta.
- Manuales de implementación de marca.
- La gestión de ingredientes de inventario en franquicias gastronómicas.
- Prácticas 1 y 2: Análisis de caso de funcionamiento de franquicia gastronómica. Ejercitaciones prácticas.

El módulo requiere adicionalmente 1 encuentro presencial obligatorio en AHRCC

INFORMES E INSCRIPCIONES

CRONOGRAMA PRIMER CUATRIMESTRE 2025 - INICIO 10/3

REQUISITOS DE INGRESO

Idóneos, Profesionales y/o Técnicos de cualquier especialidad y personas con necesidad de perfeccionarse con los contenidos de la presente propuesta.

DICTADO

Las clases sincrónicas virtuales se dictarán días miércoles, utilizando la herramienta de videoconferencias Teams de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires.

Asimismo el estudiante deberá cumplir con 1 encuentro presencial por módulo, en la sede de AHRCC.

Podrá haber encuentros virtuales o presenciales en otros días de la semana, en función de los feriados previstos por calendario nacional.

OBJETIVOS

- Analizar los distintos tipos de negocios gastronómicos y los modelos competitivos actuales.**
- Desarrollar criterios de planeamiento y diseño gastronómico, teniendo en cuenta la diversidad de elementos normativos que intervienen en el proceso de apertura como mantenimiento de un establecimiento.**
- Adquirir criterios para la administración gastronómica y la ejecución de controles básicos para lograr operaciones rentables.**
- Generar propuestas innovadoras en la creación y promoción de nuevos emprendimientos gastronómicos teniendo en cuenta las problemáticas, las tendencias y los desafíos del mercado actual.**

CERTIFICADO UBA

Diplomatura en Administración de Negocios Gastronómicos

* Certificado expedido por la Secretaría de Extensión universitaria, bienestar estudiantil y desarrollo sustentable de la Facultad de Cs Económicas, de la Universidad de Buenos Aires, y con el aval de la Asociación de Hoteles, Restaurantes, Confeiterías y Cafés de la Ciudad de Bs As.

* Se entiende por Diplomaturas los cursos extracurriculares que brindan una posibilidad de capacitación y aprendizaje, no solo a los integrantes de una comunidad educativa sino también a la sociedad en su conjunto. Las diplomaturas en ningún caso constituyen carreras de pregrado, grado o posgrado, ni otorgan títulos o diplomas, sí en cambio certificados de asistencia y aprobación.