

INDICE DEL PROYECTO INTEGRADOR
“FERIA DE EMPRESAS GASTRONÓMICAS”

Portada

Introducción

Justificación

Alcance del proyecto

Capítulo I. Antecedentes de la empresa (Formación sociocultural y Mercadotecnia)

1.1 Descripción general de la empresa

1.1.1 Descripción de la necesidad y del producto o servicio que la satisface

1.1.2 Nombre de la empresa

1.1.3 Eslogan

1.1.4 Marca

1.2 Filosofía organizacional.

1.2.1 Justificación

1.2.2 Misión

1.2.3 Visión

1.2.4 Valores

1.3 Objetivo general

1.4 Objetivos específicos

1.4.1 A corto plazo

1.4.2 A mediano plazo

1.4.3 A largo plazo

1.5 Estructura organizacional

1.6 Croquis del establecimiento señalando dirección de ubicación

1.7 Innovación.

1.7.1 Creatividad en concepto de empresa y trabajo.

Capítulo II. Aspectos administrativos de la empresa (Administración de alimentos y bebidas)

2.1 Fundamentos de dirección

2.1.1 Ejecución de la Misión conjunta a planeación estratégica planteada

2.1.2 Elaboración de indicadores para medir eficiencia y eficacia

2.2 Principios de Supervisión

2.2.1 Elaboración de Herramientas de Supervisión

2.2.2 Elaboración de Manual de Supervisión

2.3 Principios de Control

2.3.1 Análisis Foda

2.3.2 Estrategias Emergentes

Capítulo III. Aspectos mercadológicos de la empresa (Mercadotecnia)

3.1 Análisis del Entorno (Interno y Externo)

3.2 Ventajas competitivas

3.3 Mercado

3.3.1 Segmentación de mercados

3.3.1.1 Geográfica

3.3.1.2 Demográfica

3.3.1.3 Psicográfica

3.3.1.4 Conductual

3.4 Definición del producto (características y beneficios)

3.5 Posicionamiento

3.6 Tácticas de mercadotecnia

3.6.1 Producto

3.6.1.1 Estructura del producto

3.6.1.2 Atributos del producto

3.6.2 Precio

3.6.2.1 Políticas de fijación de precio

3.6.2.2 Precio de venta

3.6.3 Plaza

3.6.3.1 Ubicación de la empresa

3.6.3.2 Tipo de distribución

3.6.3.3 Canales de distribución

3.6.4 Promoción

3.6.4.1 Publicidad

3.6.4.2 Promoción de ventas

3.6.4.3 Ventas personales

3.6.4.4 Relaciones Públicas

3.6.4.5 Mercadotecnia directa

3.6.4.6 Merchandising (diseño y distribución del lugar)

3.6.4.7 Calendarización de medios

Capítulo IV. Servicio de Alimentos y Bebidas

4.1 Utensilios y equipo de servicio de alimentos y bebidas.

4.1.2 Seleccionar el equipo menor y mayor acorde a las necesidades del servicio.

4.2. Identificar concepto y tipos de servicio en la industria de alimentos y bebidas

4.2.1 Seleccionar los tipos de servicio acordes a las necesidades de los clientes.

4.2.2 Demostrar los tipos de servicio y el montaje de mesa.

4.3 Montaje de comedor de alimentos y bebidas.

4.3.1 Realizar el montaje de mesas acorde a las características del evento.

4.4 Distribución del área de servicio de alimentos y bebidas.

4.4.1 Funciones del personal de servicio de alimentos y bebidas

4.4.2 Esquema distribución del establecimiento de alimentos y bebidas

4.4.2.1 Área de recepción del cliente.

4.4.2.2 Área de bar.

4.4.2.3 Área de fumar o no fumar.

4.4.2.4 Estaciones de servicio

4.5 Secuencia de servicio.

4.5.1 Actividades y funciones complementarias a la apertura del servicio del establecimiento

4.5.2 Diagrama de flujo de la secuencia de servicio al cliente

4.5.2.1 Recepción.

4.5.2.2 Asignación de mesa.

4.5.2.3 Venta a comensal

4.5.2.4 Presentación de cartas

4.5.2.5 Toma de orden: atención al comensal

4.5.2.6 Entrega de alimentos y bebidas.

4.5.2.7 Cuenta

4.5.2.8 Retiro loza y cristalería vacía

4.5.2.9 Despedida del comensal.

4.6 Manejo de conflictos.

4.6.1 Estrategias del manejo de conflictos Queja y Sugerencias.

4.6.2 Diseño de herramientas para Identificar las áreas de oportunidad frente a un comensal insatisfecho

4.6.2.1 Quejas de alimentos y bebidas

4.6.2.2 Fallas en las instalaciones

4.6.2.3 Actitud del personal

Conclusión general

Referencias (Utilizar formato APA)

Anexos

- Formatos en general (formatos de almacén, formatos administrativos, recetas estándar, etc.)
- Foto galería con pie de imagen

NOTA: Resulta importante el uso de citas en el contenido de su portafolio de evidencias (APA).