

CURSO ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN HOTELERA

Para ser competitivo en la actividad hotelera, es necesario comprender el funcionamiento integral del negocio, con miras a asegurar el posicionamiento en el mercado y la sostenibilidad del emprendimiento a través del tiempo.

OBJETIVO:

- Conocer y aplicar las técnicas de la administración hotelera para una gestión eficiente y rentable del negocio.

DIRIGIDO A:

- Propietarios y administradores de hoteles y afines.
- Profesionales en hotelería y/o personas interesadas en adquirir conocimientos en la gestión hotelera.

TEMARIO

1. Administración Hotelera

- Hotelería en la Actualidad
- El diseño de un establecimiento hotelero.
- Generalidades de la industria hotelera.
- Objetivos y finalidad. Agrupación de actividades.
- Distribución de departamentos
- Análisis del sector. Aspectos legales en general
- Gestión económica y financiera
- Evaluación y comparación de servicios con la competencia
- Importancia del capital humano y su capacitación
- Dirección y Gestión hotelera. El planeamiento hotelero. Administración del Personal. Supervisión Hotelera.

2. El Departamento de alimentos y bebidas

- Diseño del espacio físico.
- Creación de servicio y producto.
- Selección de proveedores.
- Control de consumos. Integración con el sistema central de control.
- El Restaurante. El Bar. La Cafetería. La Bodega.
- Dietética e Higiene en alimentos y bebidas.

3. Administración del Economato

- Administración del Economato.
- Contabilidad de los servicios del Economato.
- Compras.
- Organización de los Almacenes.
- Contabilidad de los servicios de almacén.

4. Contabilidad de Costos en Hoteles

- La estructura de costos en el servicio de hoteles y restaurantes.
- Los márgenes de utilidad en hoteles y restaurantes.
- Determinación de los precios de venta en hoteles y restaurantes.
- El punto de equilibrio financiero.
- El presupuesto operativo.
- El flujo de caja.

5. Estrategias de Marketing

- Fundamentos del marketing.
- Comportamiento del consumidor. Segmentación de mercados y Posicionamiento.
- Estrategias y medición de los planes de Marketing.

6. Atención y fidelización al Cliente

- Importancia de la relación con el cliente
- Segmentación e identificación de clientes rentables
- Técnicas de Atención al Cliente.
- Fidelización y retención de clientes. El valor del cliente
- Estrategias, beneficios e implementación del CRM

METODOLOGIA

La metodología será teórico - práctica, con participación activa de los asistentes. Se realizarán ejercicios prácticos, para que, en conjunto y bajo la dirección permanente del expositor, se analicen casos que ilustran las técnicas y conceptos planteados en este curso.

DURACIÓN

72 Horas

INVERSIÓN

Contado

S/. 720 (Incluye el IGV)

Financiamiento

Cuota inicial S/. 260 + 2 cuotas de S/. 260.00