



DIPLOMADO

Planeación, gestión y mercadotecnia para restaurantes

Reseña del programa	Muestra de manera práctica las nuevas tendencias en el diseño, la ambientación, la decoración y la operación de restaurantes. Se basa en el conocimiento del display, los colores, optimización de espacios y la planeación estratégica comercial para atraer, cautivar a los clientes y entender sus necesidades y con ello "reinventar" el negocio.
Coordinador	Lic. Gustavo Cordero
Currículum del coordinador	Presidente del Colegio Mexicano de la Mercadotecnia A.C. Socio-Consultor en Arosjegu Consulting Group, empresa líder en asesoría y consultoría para empresas de servicios especialmente hoteles y restaurantes. Catedrático de la UIA y de la UVM a nivel diplomados en materias de Mercadotecnia e Investigación de Mercados. Licenciado en Administración de Empresas con Maestría en Dirección Empresarial y Mercadotecnia, Diplomado en Mercadotecnia y Estrategia publicitaria (TTC San Diego, California).
Perfil de ingreso	Personas del sector restaurantero o interesadas en el mismo que requieran desarrollar, ampliar y / o actualizar sus habilidades y conocimientos sobre los nuevos esquemas globales de negocio, las estrategias de diseño, trade dress y display para enfrentar los nuevos retos de los mercados en donde hay clientes cada vez mas exigentes, con necesidades muy concretas y que demandan servicios acordes a sus expectativas; en síntesis todos los restauranteros que quieran hacer crecer sus negocios y volverse mas competitivos.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> · Conocer, desarrollar, aplicar y evaluar las diferentes estrategias, y técnicas de planeación estratégica comercial, diseño y ambientación para ganar participación de mercado e incrementar el nivel de ventas. · Como base a la practicidad de los conocimientos, aplicar y retroalimentar los resultados para iniciar un proceso de mejora y rediseño. · Comprender el valor de la planeación para escuchar la voz de sus clientes y así diseñar productos que verdaderamente satisfagan y superen las expectativas de los mismos y que los resultados de la planeación sean una herramienta sistemática para la toma de decisiones. · Comprender el apoyo que brinda la aplicación de la arquitectura, la planeación y la mercadotecnia para generar valor agregado y percibido es la base del nivel de servicio y cuya percepción es lo que anclará el crecimiento del negocio, mejorando sustancialmente la productividad y capacidad competitiva.

**DIPLOMADO****Planeación, gestión y mercadotecnia para restaurantes****Contenido temático****Módulo I****EL SISTEMA RESTAURANTE – EMPRESA**

Duración: 20 hrs.

- El restaurante y su misión empresarial
- Diagnóstico del Perfil para un restaurantero
- El Análisis de los factores claves de un restaurante
- Indicadores de éxito para mantener un restaurante
- La Inversión en un restaurante
- El costo de emprender

Módulo II**PLANEACIÓN DEL RESTAURANTE**

Duración: 20 hrs.

- La Investigación de mercados aplicada en los estudios de factibilidad y viabilidad para un restaurante
- Determinación del mercado potencial y estimación de demanda en base al target y segmentación de mercado
- El plan de Negocios del Restaurante
- Indicadores macroeconómicos (áreas de oportunidad para restaurantes)

Módulo III**TENDENCIAS EN EL DISEÑO Y ARQUITECTURA DE RESTAURANTES**

Duración: 20 hrs.

- Bases y fundamentos del diseño y la arquitectura de espacios abiertos para negocios.
- Optimización de espacios y adaptación de locales comerciales.
- El lay-out del restaurante en función del espacio y la operación.
- Costos de adecuación, remodelación y adaptación.
- El entorno legal de los locales y su remodelación

Módulo IV**ESTRATEGIAS DE TRADE DRESS Y DISPLAY**

Duración: 20 hrs.

- El Trade dress como herramienta de diferenciación.
- El Display para mejorar la percepción y valor agregado del restaurante.
- Innovación comercial: display y trade dress

**DIPLOMADO****Planeación, gestión y mercadotecnia para restaurantes****Contenido temático****Módulo V****MERCADOTECNIA Y ESTRATEGIA COMERCIAL**

Duración: 20 hrs.

- Bases de la mercadotecnia
- Tendencias y cifras en el mercado de los restaurantes
- Estructura de los medios de publicidad en México
- El Plan de mercadotecnia
- Creatividad e innovación: anclajes del restaurante

Módulo VI**EL VALOR DE LA PLANEACIÓN Y EL DISEÑO HACIA LA LEALTAD Y EL SERVICIO**

Duración: 20 hrs.

- El servicio como ventaja competitiva
- El despliegue de las funciones de calidad
- La cultura de servicio y el diseño hacia la conservación y lealtad del cliente

Informes

Julio A. Martínez Castillo
Tel.: 59.50.40.00 Ext. 7249
julio.martinez@ibero.mx

Coordinador del área

Mtro. Héctor de la O Godínez
Tel.: 59.50.40.00 Ext. 7601
hector.delao@ibero.mx

La Universidad Iberoamericana se reserva el derecho de posponer o cancelar los programas. Todos los alumnos de la Dirección de Educación Continua quedan regidos por los reglamentos generales de la Universidad Iberoamericana, así como de los reglamentos particulares internos.