PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

CURSO ACADÉMICO: 2022/2023

MÓDULO: GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL EN RESTAURACIÓN

DEPARTAMENTO: HOSTELERÍA Y TURISMO

PROFESORA: MÓNICA BERNA

CICLO SUPERIOR: EN DIRECCIÓN DE SERVICIOS EN RESTAURACIÓN

CURSO: SEGUNDO

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN. 3
2. OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO 4
3. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES DEL CICLO 4
4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE: OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL MÓDULO. 5
5. CONTENIDOS DEL MÓDULO. 5
6. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DE LOS CONTENIDOS. 8
TEMPORALIDAD DE LOS CONTENIDOS POR TRIMESTRES. 8
UNIDADES DIDÁCTICAS. 9
7. CONTENIDOS TRANSVERSALES. 20
8. METODOLOGÍA. 22
9. EVALUACIÓN. 23
10. PLAN DE RECUPERACIÓN DE APRENDIZAJES NO ADQUIRIDOS. 27
11. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS. 28
12. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES. 29
13. LA ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD: ALUMNADO CON NECESIDAD ESPECÍFICA DE APOYO EDUCATIVO. 30

1. INTRODUCCIÓN.

Esta programación está dirigida al alumnado del I.E.S. Sierra Blanca que cursa el C.F.G.S. de Dirección de Servicios en Restauración. El Módulo Profesional de *Gestión administrativa y comercial en restauración* se integra en el currículo del 2º curso del C.F.G.S. de Dirección de Servicios en Restauración, que en este centro se imparte en la modalidad de oferta completa.

- Duración del ciclo formativo: 2000 horas.

Duración del módulo profesional: 126 horas (6 horas semanales).

Equivalencia en créditos ECTS: 4.

Código: 0503.

Normativa correspondiente al Ciclo Formativo de Grado Superior de Dirección de Servicios en Restauración:

- Real Decreto 688/2010, de 20 de mayo, por el que se establece el título de Técnico Superior de Servicios en Restauración.
- Orden de 16 de junio de 2011, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico Superior en Dirección de Servicios en Restauración.

Contextualización:

Tal como establece la Ley 17/2007 de Educación de Andalucía en su capítulo V, artículo 68, "*la Consejería competente en materia de educación establecerá las medidas oportunas para adecuar la oferta pública de formación profesional a las necesidades del tejido productivo andaluz"*, las enseñanzas que se imparten en los centros deben adaptarse al entorno socioeconómico en que se sitúan. En el caso de los estudios que se incluyen en la rama de "Hostelería y Turismo", el marco socioeconómico de Andalucía en general y de Málaga en particular, lo sitúan como un sector puntero dentro de las enseñanzas profesionales. El peso y la importancia del turismo en nuestra región, sobre todo en Málaga, pionera y cabeza del sector turístico en Andalucía, hacen que estos estudios ofrezcan una salida profesional de primer orden a nuestro alumnado.

El constante aumento de viajes, la aparición de diferentes formas de comercializarlos, así como la importancia que adquiere la oferta gastronómica en el destino turístico tanto de la provincia de Málaga como de la Comunidad Autonómica de Andalucía y el resto de comunidades españolas, va unido a la necesidad de profesionalidad, tal como manifiestan todas las organizaciones y estudios referentes del sector. Es necesario que el alumnado se pueda incorporar a un mercado en el que, además de posibilidades, se encuentren en situación de competitividad, habiéndose formado y preparado para

su incorporación directa al mundo laboral, así como para asimilar futuros aprendizajes que tengan lugar en un contexto en el que las nuevas tecnologías lo hacen cada vez más dinámico.

Al tratarse de un ciclo formativo de grado superior, el alumnado al que nos dirigimos viene, en la mayoría de los casos, de haber cursado el Bachiller o de haber superado una prueba de acceso.

El mayor porcentaje lo forman alumnos/as de 21 a 38 años que han acabado el bachillerato y cursado el primer curso del ciclo, quedándole a algunos uno o dos módulos pendientes pero compatibles, de acuerdo con la normativa vigente, con el horario lectivo de primero.

La mayoría del alumnado solo se dedica a los estudios, con algunos casos de alumnos y alumnas que combinan los estudios y el trabajo.

2. OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO A LOS QUE CONTRIBUYE A ALCANZAR EL MÓDULO.

La formación del módulo contribuye a alcanzar ***los objetivos generales*** relacionados:

a) Interpretar el proyecto estratégico empresarial identificando y analizando los componentes del mismo para definir los productos y servicios que ofrece la empresa.

b) Identificar los productos y servicios que ofrece la empresa reconociendo sus características para diseñar los procesos de producción.

c) Reconocer los procesos de producción, analizando sus características y sus fases para determinar la estructura organizativa y los recursos necesarios.

d) Realizar fichas técnicas de producción, identificando y valorando los parámetros que las caracterizan para determinar la oferta de servicio de alimentos y bebidas, fijar precios y estandarizar procesos.

i) Controlar los datos originados por la producción y/o servicio, reconociendo su naturaleza para cumplimentar la documentación administrativa relacionada.

n) Reconocer posibilidades de negocio, analizando el mercado y estudiando su viabilidad para desarrollar la cultura emprendedora y generar su propio empleo.

3. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES DEL CICLO A LAS QUE CONTRIBUYE A ALCANZAR EL MÓDULO.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las **Competencias profesionales, personales y sociales** relacionadas:

Definir los productos y servicios que ofrece la empresa teniendo en cuenta los parámetros del proyecto estratégico.

a) Diseñar los procesos de producción y servicio, determinar su estructura organizativa y los recursos necesarios, teniendo en cuenta los objetivos de la empresa.

b) Determinar la oferta de servicios de alimentos y bebidas, realizando las fichas técnicas de producción, para fijar precios y estandarizar procesos.

h) Cumplimentar la documentación administrativa relacionada con las unidades de producción y/o servicio, para realizar controles presupuestarios, informes o cualquier actividad que pueda derivarse, utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.

4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE: OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL MÓDULO.

R.A. 1: Establece estructuras organizativas en restauración, caracterizando los diferentes modelos organizativos y los objetivos de la empresa

R.A. 2: Controla la gestión administrativa de áreas de restauración analizando la estructura financiera y la documentación.

R.A. 3: Controla los presupuestos de las áreas de producción, reconociendo y terminando la estructura de los niveles de aprovisionamiento, gastos e ingresos de su departamento o establecimiento, según el caso

R.A. 4: Evalúa la situación de la empresa respecto al mercado analizando las variables de su posicionamiento y de resultados.

R.A. 5: Elabora el plan de comercialización propio de las empresas de restauración, estableciendo las características de los elementos que lo conforman y diseñando estrategias y acciones.

R.A. 6: Diseña ofertas gastronómicas, caracterizando y seleccionando los elementos y las variables que las configuran.

5. CONTENIDOS DEL MÓDULO.

1. Establecimiento de las estructuras organizativas:

- Normativa legal sobre la tipología y clasificación de los establecimientos de restauración.

- Objetivos empresariales. Planificación empresarial. Etapas. Cronograma.

- Modelos organizativos de empresas de restauración. Conceptualización. Tipologías de organización de las empresas de restauración. Tendencias.

- Diseño de organigramas de empresas de restauración.

- Valoración de la importancia de las estructuras organizativas empresariales en el sector.

2. Control de la gestión administrativa y documental en restauración:

- Elementos patrimoniales.

- Interpretación de las masas y submasas patrimoniales.

- Análisis de la estructura financiera y económica.

- Relación óptima entre recursos propios y recursos ajenos.

- Herramientas de análisis. El balance y la cuenta de explotación.

- Circuito de la documentación. Finalidad y relación entre documentos.

- Sistemas y métodos de archivo de la documentación.

- Normativa de gestión documental.

- Valoración de la importancia de la gestión documental y de la información generada.

- Las nuevas tecnologías en la gestión e interpretación de los documentos.

3. Elaboración de presupuestos del área o establecimiento y gestión económica del economato:

– Concepto de presupuestos y tipologías.

– Elementos que integran los presupuestos.

– Control presupuestario. Desviaciones y medidas correctoras.

– Determinación del precio de venta de las ofertas gastronómicas.

– El umbral de rentabilidad.

– Selección de proveedores: puntos a evaluar, valoración y toma de decisiones.

– Determinación de los niveles mínimos de solicitud de pedido, existencias mínimas y máximas y rotura de «stocks».

4. Evaluación de la situación empresarial y del mercado:

– Las empresas tradicionales de restauración.

– Nuevas tendencias empresariales en restauración.

– Factores y motivaciones que influyen en la demanda.

– Elementos de la demanda.

– Clasificación de los clientes.

– Tendencias actuales de la demanda.

5. Elaboración del plan de comercialización:

– Concepto y objetivos del plan de comercialización.

– Estrategias y acciones en un plan de comercialización en restauración.

– Sistemas de control, desviaciones y medidas correctoras.

– Presentación del plan de comercialización.

6. Diseño de ofertas gastronómicas:

– Descripción, caracterización y tipos de ofertas.

– Elementos y variables de las ofertas gastronómicas.

– Ofertas básicas. Menús, cartas, buffet y otras. Descripción y análisis.

– Factores a tener en cuenta para el diseño de ofertas

– Técnicas de discriminación de ofertas gastronómicas.

– Principios básicos para el diseño físico de una carta gastronómica.

– Merchandising de la carta gastronómica y promoción de la oferta de productos.

6. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DE LOS CONTENIDOS.

UNIDAD	HORAS	TRIMESTRE
U.D. 1: Evolución y análisis de las empresas en restauración	18 horas	1º
U.D. 2: Introducción al marketing y análisis de mercado	18 horas	1º
U.D. 3: Elaboración del plan de comercialización	18 horas	1º
U.D. 4: Diseño de las ofertas gastronómicas	18 horas	1º - 2º
U.D. 5: Gestión de la documentación administrativa	18 horas	2º
U.D. 6: El control de los costes	18 horas	2º
U.D. 7: El control presupuestario y análisis de viabilidad	18 horas	2º
TOTAL	126 h	

UNIDADES DIDÁCTICAS, RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN.

Las tablas siguientes muestran cómo se organizan en unidades didácticas los distintos resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos básicos del currículo.

Unidad didáctica 1. Evolución y análisis de las empresas de restauración	
Resultados de aprendizaje	**Criterios de evaluación**
1. Establece estructuras organizativas en restauración, caracterizando los diferentes modelos organizativos y los objetivos de la empresa.	a) Se ha reconocido la normativa sobre tipología y clasificación de los establecimientos de restauración. b) Se ha definido los diferentes objetivos empresariales según el modelo de producto. c) Se han establecido diferentes planes empresariales según los objetivos marcados. e) Se han conceptualizado los diferentes modelos organizativos y nuevas tendencias entre las empresas del sector. f) Se han elaborado diferentes organigramas que correspondan a los modelos organizativos y nuevas

	tendencias entre las empresas del sector. g) Se ha valorado los principios estructurales y organizativos de las empresas de restauración como elementos fundamentales para la consecución de los objetivos establecidos.
4. Evalúa los diferentes tipos de empresas de restauración analizando su posicionamiento en el mercado.	a) Se han reconocido los diferentes tipos de empresas tradicionales de restauración. b) Se ha identificado las nuevas tendencias empresariales en restauración. c) Se ha descrito las tipologías de las empresas de restauración según la normativa legal vigente.

Contenidos formativos	
Contenidos básicos curriculares	**Contenidos propuestos**
1. Análisis de las estructuras organizativas: – Normativa legal sobre la tipología y clasificación de los establecimientos de restauración. – Modelos organizativos de empresas de restauración. Conceptualización. Tipologías de organización de las empresas de restauración. Tendencias. – Diseño de organigramas de empresas de restauración. 4. Evaluación de la situación empresarial y del mercado: – Las empresas tradicionales de restauración. – Nuevas tendencias empresariales en restauración.	1.1. El sector de la restauración 1.1.1. Los datos del sector 1.1.2. Normativa y clasificación de las empresas de restauración 1.2. El sector comercial 1.2.1. La restauración tradicional 1.2.2. La restauración moderna o neorrestauración 1.3. El sector institucional 1.3.1. La restauración colectiva 1.3.2. La restauración institucional comercial 1.3.3. La restauración automática 1.4. Organización de los establecimientos de restauración 1.4.1. La organización de las tareas 1.4.2. El diseño organizativo 1.4.3. Modelos básicos de organigramas 1.5. Diseño de organigramas 1.5.1. Organigramas en empresas de restauración tradicional 1.5.2. Organigramas en empresas de restauración hotelera 1.5.3. Organigramas en las actuales empresas de restauración 1.5.4. Las relaciones inter y extradepartamentales 1.6. Tendencias en restauración

	1.6.1. Tendencias en la demanda 1.6.2. Tendencias en los formatos de negocio 1.6.3. Tendencias en la oferta y su gestión 1.6.4. Tendencias en el personal

Unidad didáctica 2. Introducción al marketing y el análisis del mercado	
Resultados de aprendizaje	**Criterios de evaluación**
4. Evalúa los diferentes tipos de empresas de restauración analizando su posicionamiento en el mercado.	d) Se ha identificado los factores y las motivaciones de la demanda. e) Se han clasificado los clientes según su tipología. f) Se ha caracterizado los elementos determinantes de la demanda: socioculturales, económicos y demográficos. g) Se han investigado las tendencias actuales de la demanda. h) Se ha valorado la importancia de conocer la situación del mercado y las tendencias de la oferta para conocer cada tipo de posicionamiento en el mismo.
1. Establece estructuras organizativas en restauración, caracterizando los diferentes modelos organizativos y los objetivos de la empresa.	d) Se han diseñado estrategias y técnicas de planificación empresarial. e) Se han conceptualizado los diferentes modelos organizativos. g) Se ha valorado los principios estructurales y organizativos de las empresas de restauración como elementos fundamentales para la consecución de los objetivos establecidos.

5. Elabora el plan de comercialización propio de las empresas de restauración, estableciendo las características de los elementos que lo conforman y diseñando estrategias y acciones.	a) Se ha conceptualizado el plan de comercialización. b) Se han establecido objetivos a conseguir con el plan de comercialización.

Contenidos formativos	
Contenidos básicos curriculares	**Contenidos propuestos**
4. Evaluación de la situación empresarial y del mercado: – Factores y motivaciones que influyen en la demanda. – Elementos de la demanda. – Clasificación de los clientes. – Tendencias actuales de la demanda. 5. Elaboración del plan de comercialización: – Concepto y objetivos del plan de comercialización.	2.1. ¿Qué es el marketing? 2.1.1. Conceptos básicos del marketing 2.1.2. La evolución del marketing 2.1.3. La aplicación del marketing 2.2. El análisis 2.3. Análisis del cliente y de su comportamiento 2.3.1. Motivaciones de consumo 2.3.2. Figuras que intervienen en el consumo 2.3.3. Tipos de clientes 2.3.4. Proceso de decisión de compra 2.3.5. Análisis del comportamiento de compra 2.4. El análisis del entorno 2.4.1. Análisis del macroentorno 2.4.2. Análisis del microentorno 2.5. El análisis interno de la empresa 2.5.1. Actividades primarias

	2.5.2. Actividades de apoyo 2.6. La interpretación de la información: el análisis DAFO

Unidad didáctica 3. Elaboración del plan de comercialización	
Resultados de aprendizaje	**Criterios de evaluación**
5. Elabora el plan de comercialización propio de las empresas de restauración, estableciendo las características de los elementos que lo conforman y diseñando estrategias y acciones.	a) Se ha conceptualizado el plan de comercialización. b) Se han establecido objetivos a conseguir con el plan de comercialización. c) Se han diseñado las estrategias y acciones necesarias para realizar el plan de comercialización. d) Se ha realizado la planificación económica del Plan de comercialización. e) Se han identificado sistemas de control del plan de marketing y desviaciones del mismo. f) Se ha diseñado la presentación del plan de comercialización. g) Se ha valorado la importancia que supone la aplicación del plan de comercialización para alcanzar los objetivos de la empresa.

Contenidos formativos	
Contenidos básicos curriculares	**Contenidos propuestos**
5. Elaboración del plan de comercialización: – Concepto y objetivos del plan de comercialización. – Estrategias y acciones en un plan de comercialización en	3.1. El plan de acción 3.1.1. La segmentación 3.1.2. El posicionamiento 3.2. Las estrategias: marketing mix 3.2.1. El ámbito de actuación del

restauración. – Sistemas de control, desviaciones y medidas correctoras. – Presentación del plan de comercialización.	producto 3.2.2. El ámbito de actuación del precio 3.2.3. El ámbito de actuación de la distribución 3.2.4. El ámbito de actuación de la promoción y la publicidad 3.3. El plan de marketing 3.3.1. Objetivos del plan de marketing 3.3.2. La estructura del plan de marketing 3.3.3. Los recursos para la implementación del plan 3.4. La aplicación, seguimiento y sistemas de control 3.4.1. La aplicación 3.4.2. El seguimiento y control

Unidad didáctica 4. Diseño de las ofertas gastronómicas	
Resultados de aprendizaje	**Criterios de evaluación**
6. Diseña ofertas gastronómicas, caracterizando y seleccionando los elementos y las variables que las configuran.	a) Se han caracterizado los principales tipos de ofertas gastronómicas. b) Se han relacionado las ofertas con las diferentes fórmulas de restauración. c) Se han tenido en cuenta las características, las necesidades de la clientela y las nuevas tendencias en la confección de ofertas. d) Se han considerado el tipo de establecimiento, la estacionalidad, la ubicación del establecimiento, tipo de clientela y otros factores. e) Se han definido las necesidades de variación y rotación de la oferta. f) Se han tenido en cuenta los principios básicos para el diseño físico de la carta gastronómica.

	g) Se han aplicado técnicas de promoción y publicidad. h) Se han aplicados técnicas de marketing relacionadas con los precios. i) Se ha controlado el grado de satisfacción del cliente.

Contenidos formativos	
Contenidos básicos curriculares	**Contenidos propuestos**
6. Diseño de ofertas gastronómicas: – Descripción, caracterización y tipos de ofertas. – Elementos y variables de las ofertas gastronómicas. – Ofertas básicas. Menús, cartas, buffet y otras. Descripción y análisis. – Factores a tener en cuenta para el diseño de ofertas – Técnicas de discriminación de ofertas gastronómicas. – Principios básicos para el diseño físico de una carta gastronómica. – Merchandising de la carta gastronómica y promoción de la oferta de productos.	4.1. La oferta gastronómica 4.1.1. Elementos y variables de la oferta gastronómica 4.1.2. La satisfacción de la clientela 4.1.3. Factores que intervienen en el diseño de las ofertas 4.2. Ofertas básicas 4.2.1. Desayunos 4.2.2. Los menús 4.2.3. La carta 4.2.4. El bufet 4.3. Principios básicos para el diseño físico de una carta 4.3.1. La elaboración de la carta 4.3.2. Diseño formal de la carta de platos 4.4. Merchandising de la carta y promoción de la oferta 4.4.1. Merchandising de la carta 4.4.2. Promoción de la oferta de productos 4.5. Análisis y comportamiento de la oferta gastronómica por el método del menú engineering 4.5.1. El procedimiento de aplicación

	4.5.2. La aplicación del menú engineering

Unidad didáctica 5. Gestión de la documentación administrativa	
Resultados de aprendizaje	**Criterios de evaluación**
2. Controla la gestión administrativa de áreas de restauración analizando la documentación y la información en ella reflejada.	a) Se ha justificado la finalidad de la gestión de la documentación en las empresas de restauración. b) Se han reconocido el circuito de la documentación y la finalidad en el sector de restauración. c) Se han diseñado sistemas de registro de la información en ella reflejada. d) Se han identificado diferentes sistemas de archivo de la documentación generada, emitida o recibida. e) Se ha discriminado la información que refleja la documentación según las necesidades empresariales. f) Se ha reconocido la normativa básica relativa a la gestión de la documentación. g) Se ha valorado la importancia de una correcta gestión de la documentación administrativa, económica y financiera para mejorar el

	funcionamiento empresarial o departamental. h) Se han aplicado las nuevas tecnologías en la gestión e interpretación de la documentación empresarial.
3. Controla los presupuestos de las áreas de producción, reconociendo y determinando la estructura de los niveles de aprovisionamiento, gastos e ingresos de su departamento o establecimiento, según el caso.	g) Se han establecido criterios de evaluación de proveedores y posterior selección de los que mejor se adecuen a las demandas empresariales. h) Se han aplicado sistemas ofimáticos y de comunicación en la gestión departamental o empresarial.

Contenidos formativos	
Contenidos básicos curriculares	**Contenidos propuestos**
2. Gestión de la documentación administrativa, económica y financiera: – Circuito de la documentación. Finalidad y relación entre documentos. – Sistemas y métodos de archivo de la documentación. – Normativa de gestión documental. – Las nuevas tecnologías en la gestión e interpretación de los documentos. 3. Elaboración de presupuestos del área o establecimiento y gestión económica del economato: – Selección de proveedores: puntos a evaluar, valoración y toma de	5.1. La importancia de la gestión documental 5.1.1. El proceso de compras 5.1.2. Circuitos de la documentación en la compra 5.2. El proceso de precompra: selección de proveedores 5.2.1. Identificación de las necesidades 5.2.2. Elaboración de las especificaciones del producto 5.2.3. Búsqueda de proveedores 5.2.4. Solicitud de información 5.2.5. Selección de ofertas y proveedores 5.2.6. Negociación con los proveedores 5.3. El proceso de compra

decisiones. – Determinación de los niveles mínimos de solicitud de pedido, existencias mínimas y máximas y rotura de «stocks».	5.3.1. Formulación del pedido 5.3.2. Recepción y almacenamiento 5.3.3. Aprobación y pago de la factura 5.4. Sistemas y métodos de archivo de la documentación 5.5. Informatización de la gestión documental

Unidad didáctica 6. El control de los costes	
Resultados de aprendizaje	**Criterios de evaluación**
3. Controla los presupuestos de las áreas de producción, reconociendo y determinando la estructura de los niveles de aprovisionamiento, gastos e ingresos de su departamento o establecimiento, según el caso.	a) Se ha identificado los diferentes tipos de presupuestos que afectan a la planificación empresas de restauración. b) Se han caracterizado los diferentes elementos que conforman los presupuestos y se ha establecido la estructura de los ingresos y gastos para obtener referencias de comportamiento generalizado de los mismos. c) Se han elaborado diferentes tipos de presupuestos para la organización y planificación de las empresas de restauración, así como de áreas dentro de las mismas. d) Se han establecido métodos de control presupuestario justificando racionalmente las posibles desviaciones y aplicando medidas correctoras. e) Se han calculado los precios de venta de las diferentes ofertas gastronómicas del establecimiento. f) Se ha determinado el umbral de rentabilidad según la oferta gastronómica y el tipo de establecimiento o servicio. g) Se han establecido criterios de evaluación de proveedores y posterior selección de los que mejor se adecuen a las demandas empresariales. h) Se han aplicado sistemas ofimáticos y de comunicación en la gestión departamental o empresarial.

Contenidos formativos	
Contenidos básicos curriculares	**Contenidos propuestos**
3. Elaboración de presupuestos del área o establecimiento y gestión económica del economato: – Concepto de presupuestos y tipologías.	6.1. Introducción a la contabilidad de la empresa 6.1.1. La contabilidad analítica 6.1.2. La contabilidad financiera

– Elementos que integran los presupuestos. – Control presupuestario. Desviaciones y medidas correctoras. – Determinación del precio de venta de las ofertas gastronómicas. – El umbral de rentabilidad. – Selección de proveedores: puntos a evaluar, valoración y toma de decisiones. – Determinación de los niveles mínimos de solicitud de pedido, existencias mínimas y máximas y rotura de «stocks».	6.2. La rentabilidad del negocio 6.2.1. Beneficios y pérdidas 6.2.2. La cuenta de explotación 6.3. La gestión de los ingresos o ventas 6.4. La gestión de los costes 6.4.1. Tipos de costes 6.4.2. Los costes en una empresa de restauración 6.5. Cálculo del coste de la oferta gastronómica 6.5.1. Cálculo del coste de la materia prima 6.5.2. Imputación de los costes de personal 6.5.3. Reparto de los gastos generales 6.6. Fijación del precio de la oferta gastronómica 6.6.1. Variables para la fijación de precios 6.6.2. Modelos de fijación de precios

Unidad didáctica 7. Control presupuestario y análisis de viabilidad	
Resultados de aprendizaje	**Criterios de evaluación**
3. Controla los presupuestos de las áreas de producción, reconociendo y determinando la estructura de los niveles de aprovisionamiento, gastos e ingresos de su departamento o establecimiento, según el caso.	a) Se ha identificado los diferentes tipos de presupuestos que afectan a la planificación empresas de restauración. b) Se han caracterizado los diferentes elementos que conforman los presupuestos y se ha establecido la estructura de los ingresos y gastos para obtener referencias de comportamiento generalizado de los mismos. c) Se han elaborado diferentes tipos de presupuestos para la organización y planificación de las empresas de restauración, así como de áreas dentro de las

	mismas. d) Se han establecido métodos de control presupuestario justificando racionalmente las posibles desviaciones y aplicando medidas correctoras. e) Se han calculado los precios de venta de las diferentes ofertas gastronómicas del establecimiento. f) Se ha determinado el umbral de rentabilidad según la oferta gastronómica y el tipo de establecimiento o servicio.

Contenidos formativos	
Contenidos básicos curriculares	**Contenidos propuestos**
3. Elaboración de presupuestos del área o establecimiento y gestión económica del economato: – Concepto de presupuestos y tipologías. – Elementos que integran los presupuestos. – Control presupuestario. Desviaciones y medidas correctoras. – Determinación del precio de venta de las ofertas gastronómicas. – El umbral de rentabilidad.	7.1. Concepto de presupuesto 7.1.1. Tipos de presupuestos 7.1.2. La elaboración del presupuesto 7.2. Seguimiento y control del presupuesto 7.2.1. Análisis comparativo de resultados 7.2.2. El cuadro de mando 7.3. La viabilidad de un proyecto 7.3.1. Utilidad del plan de viabilidad 7.3.2. La elaboración del plan de viabilidad 7.4. Cálculo del umbral de rentabilidad 7.4.1. Cálculo sobre las ventas 7.4.2. Cálculo sobre el número de clientes

7. CONTENIDOS TRANSVERSALES.

Además de los contenidos propios del Módulo, deberán incluirse otros para la *educación en valores* y la atención a la *cultura andaluza*, según se establece en la Ley 17/2007 de Educación en Andalucía (art.39 y 40) contenidos y actividades relacionados con:

- ***Educación moral y cívica:*** El fortalecimiento del respeto de los Derechos Humanos y de las libertades y los valores que preparan al alumnado para vivir en una sociedad libre y democrática. El conocimiento y el respeto a los valores recogidos en la Constitución Española y en el Estatuto de Autonomía para Andalucía.
- ***Educación del consumidor:*** Consumo responsable y conocimiento de los derechos del consumidor.
- ***Educación para la salud:*** hábitos de vida saludable y deportiva. Búsqueda de un adecuado bienestar físico y mental para sí y para los demás. También la salud laboral y la educación sexual que promueva una vida sexual segura y responsable.
- ***Educación para la igualdad de oportunidades de ambos sexos:*** La superación de las desigualdades por razón del género y la valoración de la aportación de las mujeres al desarrollo de nuestra sociedad y al conocimiento acumulado por la humanidad.
- ***Educación ambiental:*** Cuidado del medio ambiente

La idoneidad del tratamiento de los temas transversales no se realiza únicamente impregnando o elaborando unidades didácticas en torno a temas transversales. La justificación de su tratamiento puede estar determinada por el momento en el que se desarrolla dicha unidad didáctica, que puede coincidir con un día mundial o nacional. Algunos de ellos son los siguientes:

- Día Mundial del Turismo: 27 de septiembre.

Día Internacional para la Erradicación de la Pobreza: 17 de octubre.

Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer: 25 de noviembre.

Día Mundial de la Lucha contra el Sida: 1 de diciembre.

Día Internacional de las Personas con Discapacidad: 3 de diciembre.

Día Internacional de los Derechos Humanos: 10 de diciembre.

Día Escolar de la No Violencia y la Paz: 30 de enero.

Día Mundial de los Derechos del Consumidor: 15 de marzo.

Día Internacional de la Mujer: 8 de marzo.

Día Mundial del Agua: 22 de marzo.

Día Mundial de la Salud: 7 de abril.

Día Internacional del Libro: 23 de

abril. Día Mundial Sin Tabaco: 31

de mayo. Día de Internet: 17 de

mayo.

Día Mundial del Medio Ambiente: 5 de junio.

Con carácter general se incidirá en todos los contenidos transversales a lo largo de las diferentes unidades como herramienta en el campo de la restauración.

8. METODOLOGÍA.

Los distintos medios de comunicación, no sólo la prensa especializada, recogen a diario numerosas noticias de carácter económico y comercial relacionadas con las empresas de hostelería y turismo. Ello permite seleccionar las noticias, datos e indicadores publicados relevantes para el tema que se trate en ese momento y adoptar una metodología activa en la clase.

El profesor dirigirá parte del aprendizaje con una adecuada combinación de estrategias expositivas, promoviendo el aprendizaje significativo acompañado de actividades y prácticas complementarias, con las estrategias de indagación o descubrimiento dirigido.

- Se formularán situaciones problemáticas, ayudando al alumno/a a adquirir los conocimientos que permitan abordar esas situaciones.
- El profesor dirigirá el proceso de aprendizaje a captar las ideas fundamentales (sin menoscabo de otros contenidos de menor importancia).

Se destacará la funcionalidad y la repercusión de este tipo de contenidos en la vida activa.

También se resaltará la importancia de ciertos contenidos cuando ello sea necesario para un adecuado proceso de enseñanza-aprendizaje. Es importante tener en cuenta las preconcepciones del alumno (ideas previas, lenguaje, términos, etc.) ya que hay que aprovechar los conocimientos previos y rentabilizarlos.
Potenciaremos la participación del alumno en las tareas de clase, a partir de informaciones en bruto, para que las estructure y saque conclusiones.

El contraste de ideas facilita la comprensión de los contenidos (realización de esquemas de ventajas y desventajas de un determinado problema). Para ello los trabajos en grupo nos permiten gozar de situaciones privilegiadas.

La novedad para el curso 2022/2023 está en la continuación del Proyecto Aulas Bilingües implantado en el curso 2021/2022. Este grupo comenzó el curso pasado con la inclusión del idioma alemán como módulo del curso y en segundo, se va a seguir trabajando en la línea de los idiomas. En este caso se impartirán 2 horas del módulo de Gestión Administrativa y Comercial en Restauración en el idioma inglés. De esta manera los alumnos seguirán su práctica del idioma y se potenciarán las habilidades orales, escritas y de comprensión.

9. EVALUACIÓN.

La evaluación del módulo se ajusta a los establecido *en ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.*

NORMAS GENERALES (artículo 2).

- La evaluación de los aprendizajes del alumnado que cursa ciclos formativos será **continua** y se realizará por módulos profesionales.
- La aplicación del proceso de evaluación continua del alumnado requerirá, en la modalidad presencial, su asistencia regular a clase y su participación en las actividades programadas para los distintos módulos profesionales del ciclo formativo.
- La evaluación del alumnado será realizada por el profesorado que imparta cada módulo profesional del ciclo formativo, de acuerdo con los resultados de aprendizaje, los criterios de evaluación y contenidos de cada módulo profesional así como las competencias y objetivos generales del ciclo formativo asociados a los mismos.

- **SEGUNDO CURSO**

Para los alumnos y alumnas de segundo curso, se realizará una sesión de evaluación inicial y sesiones de evaluación parciales por cada una de las unidades de trabajo.

- **EVALUACIÓN INICIAL**

Tendrá como objetivo fundamental indagar sobre las características y el nivel de competencias que presenta el alumnado en relación con los resultados de aprendizaje y contenidos de las enseñanzas que va a cursar. La evaluación inicial será el punto de referencia del equipo docente y, en su caso, del departamento de familia profesional, para la toma de decisiones relativas al desarrollo del currículo y su adecuación a las características, capacidades y conocimientos del alumnado. Esta evaluación en ningún caso conllevará calificación para el alumnado.

- **Criterios de calificación**

Establecidos de común acuerdo por el equipo educativo de profesores de Enseñanza Secundaria de la Especialidad de Hostelería y Turismo para el conjunto de los módulos que imparten.

- **PORCENTAJES DE CALIFICACIÓN.**

Los **porcentajes para medir** el grado de consecución de los resultados de aprendizaje de referencia, así como la adquisición de las competencias y objetivos generales del título en cada una de las dos evaluaciones parciales de las que consta el curso se establecerán en base a dos parámetros:

. Pruebas escritas: 0-60%
. Actividades y/o trabajos: 0-100%

En cada una de las 7 unidades planteadas a lo largo de este módulo, se explicará al alumnado la distribución de estos porcentajes de calificación, según la temporalización de la misma, el contenido teórico-práctico a trabajar y la metodología utilizada en clase.

Para que se aplique la suma de dichos porcentajes, la media ponderada del apartado de pruebas escritas, así como del apartado de actividades y/o trabajos, deberá ser igual o superior a 5 **puntos sobre 10** para que se pueda hacer la media ponderada con el resto de porcentajes que completen la evaluación total de cada unidad.

Se considerará una evaluación superada cuando la suma de dichos porcentajes sea igual o superior a **5 puntos sobre 10.** Se deberán de superar todas las unidades del módulo de manera individual para aprobar.

Las faltas de ortografía, teniendo en cuenta la importancia de una adecuada sintaxis y ortografía, se estima que sobre la nota final correspondiente al apartado que se esté evaluando (examen o actividad) se le restará al alumnado 0,15 por error cometido; hasta un máximo de 1 punto.

Introducción de notas en Séneca.

- Para el cálculo de la nota en cada una de las evaluaciones parciales no se tendrán en cuenta los decimales.
- Para el cálculo de la nota en la evaluación final, se hará media aritmética con las notas obtenidas en cada una de las evaluaciones parciales, teniendo en cuenta los decimales.
- Se redondearán las notas al alza a partir de 5 décimas. Ejemplo: 5,5 será un 6.

PRUEBAS ESCRITAS Y RECUPERACIONES.

Cada evaluación parcial constará de **una o varias pruebas escritas** de **carácter eliminatorio**. Habrá una prueba **de recuperación para cada una de las evaluaciones parciales** en las que el alumnado podrá recuperar aquellas pruebas parciales que hubiese suspendido o que no hubiese podido realizar en la fecha programada (siempre y cuando tenga una justificación, de lo contrario, tendrá que esperar a la recuperación final).

La nota que como máximo el alumno/a podrá obtener en el examen recuperado es la media de las notas obtenidas en los exámenes realizados.
Si tras la recuperación, el alumno no superarse la prueba suspensa, deberá ir con toda la evaluación suspensa, a la prueba de calificación final.

Los alumnos con pruebas escritas aprobadas pero que deseen subir nota, para subir la media, podrán presentarse de manera voluntaria a dichas pruebas, quedando la calificación la nota más alta de las pruebas.

En el caso de los **módulos de 2º** para facilitar que el alumnado pueda realizar la formación en centros de trabajo y el proyecto integrado, se llevará a cabo una recuperación previa de carácter extraordinarioal periodo de incorporación a las prácticas de empresa que permita recuperar cualquiera de las dos evaluaciones parciales. Sin perjuicio de que el periodo de recuperación de aprendizajes y mejora de las competencias se establezca de forma oficial durante el periodo comprendido entre la sesión de evaluación previa a la realización del módulo profesional de formación en centros de trabajo y la sesión de evaluación final.

El alumno que durante algún examen sea sorprendido copiando o intentando copiarse, tendrá una calificación de 0 en dicho examen.

- **ACTIVIDADES.**

El alumnado deberá entregar las actividades previstas acorde a lo especificado para cada una de ellas, y atenerse a los criterios de calificación establecidos para cada una de dichas tareas.

En el artículo 2. *Normas generales de ordenación de la evaluación*. Apartado 2, se establece que "La aplicación del proceso de evaluación continua del alumnado requerirá, en la modalidad presencial, su asistencia regular a clase y su participación en las actividades programadas para los distintos módulos profesionales del ciclo formativo" Es decir, **la asistencia y participación en las actividades programadas para el módulo es obligatoria y calificable.**

Las actividades y/o trabajos entregados fuera de plazo tendrán una calificación de 0.

10. PLAN DE RECUPERACIÓN DE APRENDIZAJES NO ADQUIRIDOS.

Una vez realizadas las correspondientes evaluaciones parciales de las que consta el curso se determinarán y planificarán las actividades de refuerzo o mejora de las competencias, que permitan al alumnado la superación de los módulos profesionales pendientes de evaluación positiva o, en su caso, mejorar la calificación obtenida en los mismos.

Dichas actividades se realizarán en primer curso durante el periodo comprendido entre la última evaluación parcial y la evaluación final y, en segundo curso durante el periodo comprendido entre la sesión de evaluación previa a la realización del módulo profesional de formación en centros de trabajo y la sesión de evaluación final.

El alumnado de primer curso de oferta completa que tenga módulos profesionales no superados mediante evaluación parcial, o desee mejorar los resultados obtenidos, tendrá obligación de asistir a clases y continuar con las actividades lectivas hasta la fecha de finalización del régimen ordinario de clase que no será anterior al día 22 de junio de cada año.

10. PLAN DE RECUPERACIÓN DE APRENDIZAJES NO ADQUIRIDOS.

Una vez realizadas las correspondientes evaluaciones parciales de las que consta el curso se determinarán y planificarán las actividades de refuerzo o mejora de las competencias, que permitan al alumnado la superación de los módulos profesionales pendientes de evaluación positiva o, en su caso, mejorar la calificación obtenida en los mismos.

Dichas actividades se realizarán, en segundo curso durante el periodo comprendido entre la sesión de evaluación previa a la realización del módulo profesional de formación en centros de trabajo y la sesión de evaluación final.

El alumnado que tenga el módulo profesional no superado mediante evaluación parcial, o desee mejorar los resultados obtenidos, tendrá obligación de asistir a clases y continuar con las actividades lectivas hasta la fecha de finalización del régimen ordinario de clase que no será anterior al día 22 de junio de cada año

El alumnado que haya perdido el derecho a evaluación continua o que no haya superado alguna de las evaluaciones parciales tendrá que **presentarse a la prueba correspondiente a dicha evaluación y realizar las actividades que se contemplen para la recuperación de dicha evaluación.**

- La prueba escrita de cada una de las evaluaciones comprenderá la totalidad de los contenidos vistos durante la misma, independientemente de que el alumno o alumna hubiese superado alguno de las pruebas parciales realizadas.

El profesor/a podrá determinar la realización de nuevas actividades orientadas al refuerzo o mejora de las competencias de la materia correspondiente a cada una de las evaluaciones parciales que el alumnado tenga que superar o en las que desee mejorar su calificación

Para superar la evaluación final, el alumnado deberá haber obtenido una **calificación igual o superior a cinco en cada una de las evaluaciones parciales que se hayan realizado**, ya sea durante el periodo ordinario o en el periodo de refuerzo de aprendizajes y mejora de las competencias. Es decir, el alumnado que tenga alguna de las evaluaciones parciales suspensas se considerará que no supera dicho módulo.

11. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.

Material bibliográfico de aula:

Planas Baselga, M., Osanz Pueyo, J. (2018) *Gestión administrativa y comercial en restauración*. Ed. Altamar.

Material bibliográfico de departamento:

- Hernandis, Leticia. *Gestión administrativa y comercial.* Editorial Síntesis.
- Recursos instrumentales: equipos audiovisuales.
- Recursos informáticos: equipos informáticos.
- Recursos textuales, documentales e internet: webs, material y publicaciones específicas.
- Recursos varios: Manuales de las editoriales Síntesis y Paraninfo, así como también apuntes propios realizados por la profesora.

12. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.

A lo largo del curso 2022/2023 está prevista la realización de una actividad de inmersión lingüística relacionada con el Proyecto Aulas Bilingües implantado el curso 2021/2022.

La inmersión se realizará en el mes de Enero y el destino será Lyon. En el programa de actividades se realizarán clases de francés, visitas guiadas y la asistencia a la feria de Hostelería Sirha.

De acuerdo con la *ORDEN de 3 de agosto de 2010, por la que se regulan los servicios complementarios de la enseñanza de aula matinal, comedor escolar y actividades extraescolares en los centros docentes públicos, así como la ampliación de horario*, las actividades extraescolares tendrán carácter voluntario para todos los alumnos y alumnas y en ningún caso formarán parte del proceso de evaluación del alumnado para la superación de las distintas áreas o materias que integran los currículos.

En el caso de actividades complementarias, se evaluará la participación y actitud del alumnado a través de la observación directa y se tendrá en cuenta para la nota final del parcial correspondiente. Para aquellos alumnos y alumnas que no hayan podido asistir y/o participar, deberán realizar un trabajo de investigación relacionado con lo tratado en dicha actividad y se tendrá en cuenta, igualmente, para la nota final del parcial correspondiente.

13. LA ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD: ALUMNADO CON NECESIDADES ESPECÍFICAS DE APOYO EDUCATIVO.

Ante los problemas que se detecten en el proceso de enseñanza-aprendizaje será necesario adoptar una serie de medidas que ayuden a conseguir los fines. Estas medidas irán encaminadas a que el alumnado adquiera los resultados de aprendizaje requeridos en el título. Se trata de ajustar la metodología, materiales y agrupamientos.

Los cambios se realizarían sobre:

-La organización o disposición física de la clase favoreciendo a ese alumnado.

-La temporalización (dedicar más tiempo a un contenido, facilitar tiempo extra en un examen, etc.).

-La metodología didáctica (presentación de contendidos, exposición de la profesora, trabajo del alumnado), así como la realización de actividades alternativas (con distinto nivel de profundidad) o complementarias (para afianzar contenidos no dominados, con especial interés en los mínimos exigibles).

-El uso de materiales distintos.

-Actividades específicas de recuperación a realizar a lo largo de las evaluaciones siguientes. Estas actividades pueden consistir, según la naturaleza de esa/s capacidad/es implicada/s, en: parciales de recuperación después de cada control, cuestionarios más específicos, análisis y solución de casos prácticos, trabajos, informes, realización de estudios y exposiciones, etc.