

MODULE F 56 périodes (7 jours)

Conduite et organisation d'un établissement

Compétence

Le chef d'établissement connaît les bases de la gestion d'établissement, agit dans un esprit entrepreneurial et sait répondre aux besoins du marché (clients, collaborateurs). Il est capable de :

	Périodes	Objectifs - compétences acquises	Taxonomie
Marketing	16	d'entreprendre une simple auto-analyse (impulsions personnelles, conditions préliminaires, objectifs) en vue de sa future activité dans l'hôtellerie et la restauration	2
		d'expliquer les points de vue fondamentaux concernant les questions de l'information à la clientèle et de la philosophie de marketing	1
		de citer les éléments et objectifs d'un concept d'exploitation et d'en expliquer la signification pour s'imposer sur le marché	1
		de comparer les principales possibilités publicitaires avec leurs avantages et inconvénients fondamentaux	1
		d'expliquer la nécessité d'innovation et de qualité dans les établissements de l'hôtellerie et de la restauration	1
Gestion d'exploitation / Organisation administrative	16	d'esquisser un modèle standard de l'organisation structurelle et fonctionnelle d'un petit établissement dans la restauration	1
		d'expliquer les interfaces et leur signification	1
		d'expliquer comment organiser les travaux de bureau de manière rationnelle et écologique	1
		de citer les points fondamentaux des travaux de bureau (débiteurs/créanciers, conservation des dossiers, inventaire) et d'expliquer leur signification	1
		d'écrire les principales lettres standards de correspondance	2
Gestion du personnel	8	de citer les possibilités de recrutement de personnel ainsi que leurs avantages et inconvénients	1,2
		d'établir un programme d'introduction pour les nouveaux collaborateurs	1
		de juger les différents styles de gestion, il en connaît les répercussions et peut donc appliquer ces différents styles en conséquence	2
Structure de l'offre et des prix	16	de nommer et utiliser les paramètres qui influencent la structure de l'offre d'une entreprise	2
		d'être capable d'utiliser des outils afin d'identifier les attentes des clients	1
		de créer l'offre F & B d'une PME en restauration	2
		d'analyser et expliquer les rapports entre l'offre, la vente et l'organisation de l'entreprise	1
		d'être capable de définir une mise en page attractive d'une carte des mets	3
d'être capable d'analyser les prix de vente d'une carte ainsi que la dispersion des prix de cette carte	1		
Supports de cours		Fournis par GastroVaud	
Examen		Module F – examen écrit – durée de l'examen : 3 h 00	