

20%

Guía didáctica

KB FORMACIÓN PROFESIONAL 

# KB Hostelería



## JUSTIFICACIÓN

Los establecimientos de hostelería deben ajustarse a unos requisitos que hagan de su modelo de negocio un éxito. Entre esos requisitos encontramos el etiquetado, básico para el control y la seguridad en los procesos de su cocina. La publicidad va a ser fundamental para el éxito en el reconocimiento y difusión del negocio. Una compra verde puede ser un elemento diferenciador en nuestro negocio, y el conocimiento de los derechos y deberes de la clientela van a prevenir los conflictos de consumo.

## OBJETIVOS

- Saber cuáles son nuestros derechos y deberes como empresa y conocer las vías para dar respuesta a los conflictos con la clientela.
- Adquirir habilidades para resolver conflictos cotidianos de su vida profesional.
- Conocer los etiquetados obligatorios y especiales de los diferentes alimentos e identificar la información relevante de cada uno de ellos.
- Conocer las sustancias que suponen un riesgo para las personas que sufren alergias o intolerancias alimentarias y opciones para informar la clientela.
- Conocer distintas técnicas de venta y elaborar campañas de publicidad de éxito.
- Reconocer los símbolos de compras verdes, así como el impacto medioambiental de los distintos envases.

## CONTENIDOS

- **Nociones básicas de consumo.**
  - Derechos y deberes de las empresas frente a las personas usuarias.
  - Vías de resolución de conflictos.
- **Etiquetado de los alimentos.**
  - Etiquetado obligatorio de alimentos envasados.
  - Etiquetado de alimentos frescos.
  - Indicaciones especiales.
  - Alérgenos.
- **Técnicas de venta.**
  - Estrategias de marketing.
  - Publicidad fuera del punto de venta.
- **Compra verde.**
  - Tipos de envases y sus características.
  - Símbolos de compra verde. Significados.

## ACTIVIDADES

### FASE INICIAL (Actividad previa)

- Test de conocimientos previos.
- Recetas contra el despilfarro.
- Creación de un modelo de empresa.

## FASE DESARROLLO (Sesión)

- Compra verde.
- Etiquetado.
- Alérgenos.
- Nociones básicas de consumo.
- Publicidad.

## FASE APLICACIÓN Y COMUNICACIÓN (Act. posterior)

- Presentación de la idea de negocio al resto de grupos que mediante una rúbrica de evaluación otorgarán puntos a la exposición.

## CONTRIBUCIÓN A LAS COMPETENCIAS

### DISCIPLINARES

- Competencia comunicativa, lingüística y literaria.
- Competencia social y cívica.
- Competencia tecnológica.
- Competencia artística.

### TRANSVERSALES

- Competencias para la comunicación verbal, no verbal y digital.
- Competencia de aprender a convivir.
- Competencia para aprender a aprender y pensar.
- Competencia para la iniciativa y el espíritu emprendedor.
- Competencia para aprender a ser.

## METODOLOGÍA

- Trabajo cooperativo.
- Aprendizaje por proyectos.
- Thinking based learning.

## ORGANIZACIÓN

Recursos y herramientas TIC	Espacios y grupos	Duración
Tablets. Acceso a internet.	Grupo dividido en 3 equipos (verde, rojo y azul). La fase 2 se realiza en los espacio de Kontsumobide. Las fases 1 y 3 en la sede del propio colectivo.	- Fase 1: 6h - Fase 2: 4h - Fase 3: 5h

# EVALUACIÓN

---

## PROFESORADO

Encuesta de satisfacción

## ALUMNADO

Encuesta de satisfacción