

CURSOS PROFISSIONAIS DE NÍVEL SECUNDÁRIO

Técnico de Restauração

PROGRAMA

Componente de Formação Técnica

Disciplina de

Gestão e Controlo

Escolas Proponentes / Autores

**Escola Profissional de Carvalhais
Escola Tecnológica e Profissional da Zona do Pinhal
Escola Profissional do Fundão
EBA – Formação Profissional
Escola Profissional de Penafirme
Escola de Serviços e Comércio do Oeste**

**António Tavares
António Neves
Sandra Couto
Horácio Flório
Ana Cristina Matos
Margarida Caldeira
Luísa Mira**

ANQ – Agência Nacional para a Qualificação

2008

Parte I

Orgânica Geral

Índice:

	Página
1. Caracterização da Disciplina	2
2. Visão Geral do Programa	2
3. Competências a Desenvolver.	3
4. Orientações Metodológicas / Avaliação	3
5. Elenco Modular	4
6. Bibliografia	4

TÉCNICO DE RESTAURAÇÃO

1. Caracterização da Disciplina

Na disciplina de Gestão e Controlo do Curso Profissional de Técnico de Restauração é tratada a gestão do processo de produção no restaurante, acompanhando todo o circuito de mercadorias desde o aprovisionamento à confecção e posterior serviço ao cliente.

No desenvolvimento dos conteúdos da disciplina, são analisados os diferentes pontos críticos do circuito, apresentando técnicas e métodos de controlo de produção, no sentido de proporcionar aos alunos os conhecimentos e as ferramentas de gestão indispensáveis ao exercício da sua profissão.

O facto de os produtos serem altamente perecíveis obriga as operações de restauração a adoptar rigorosos procedimentos de controlo de produção, de forma a obter uma óptima rentabilização dos recursos disponíveis. Trata-se de uma tarefa complexa por envolver a preparação de um variado número de produtos finais, para cada período de serviço diário, que são alterados na maioria dos estabelecimentos, várias vezes ao ano, e por vezes ao mês ou à semana. Acresce a isto o facto de ao longo do processo estarem envolvidos diversos profissionais de diferentes secções, o que aumenta o risco de desperdícios e deteriorações do produto.

O objectivo principal de um restaurante consiste na obtenção de lucro, pelo menos a um prazo aceitável. O lucro representa a diferença entre as receitas obtidas e as despesas efectuadas, reflectindo a eficiência da gestão realizada.

Se as receitas estão altamente condicionadas pela concorrência, o que impede a livre fixação de preços na ementa e restringe a captação de clientes, o sucesso da operação depende em grande medida da capacidade de controlar os custos. A disciplina de Gestão e Controlo centra-se, em grande medida, nesta temática.

Esta disciplina valoriza ainda a comunicação como elemento fundamental na prestação de um serviço de qualidade, e o *marketing* como instrumento de promoção dos estabelecimentos de restauração.

2. Visão Geral do Programa

A disciplina compreende cinco módulos, que se sugere serem leccionados no segundo e terceiro anos.

Os primeiros quatro módulos constituem um tronco comum às duas variantes, sendo o último módulo específico de cada uma delas.

A sequência dos módulos é apresentada seguindo o circuito das mercadorias no restaurante, desde a encomenda e recepção das matérias-primas até à confecção e serviço do produto final.

Os conteúdos teóricos vão surgindo enquadrados de forma equilibrada por exercícios práticos a realizar em sala de aula ou em contexto de prática simulada.

TÉCNICO DE RESTAURAÇÃO

3. Competências a Desenvolver

- Contribuir para a definição de uma política de compras eficaz;
- Contribuir para a definição e implementação de mecanismo de controlo do circuito de mercadorias, incluindo normas de recebimento, armazenagem e requisição de mercadorias, bem como padrões de confeção e serviço;
- Desenvolver a noção da importância de existências e consumos;
- Desenvolver a capacidade de definir preços de custo, preços de venda e apurar resultados.

4. Orientações Metodológicas / Avaliação

Orientações Metodológicas:

A disciplina de Gestão e Controlo compreende, nos seus conteúdos, um conjunto de conhecimentos transversais às diversas disciplinas das áreas técnicas. Desta forma, é importante ter em conta os conhecimentos prévios dos alunos, assim como valorizar as suas vivências e objectivos, pois estes aspectos condicionam, de modo decisivo, as suas aprendizagens.

A componente prática deverá ser parte integrante dos processos de ensino e aprendizagem dos conteúdos de cada módulo. Neste sentido, deve existir um relacionamento muito próximo entre os professores de Gestão e Controlo e os de Serviços Específicos, de forma a aproveitar sinergias entre as duas disciplinas e integrar conteúdos e aprendizagens.

O trabalho prático deve ser entendido como um conceito abrangente que engloba actividades de natureza diversa, que vão das que se concretizam com recurso a papel e lápis àquelas que exigem simulação de situações práticas.

A compreensão dos conteúdos implica conhecimentos básicos de cálculo matemático para além de conhecimentos técnicos específicos e conhecimentos de segurança alimentar. Em função disso, é fundamental a cooperação entre os professores das disciplinas de Gestão e Controlo, de Matemática e de Tecnologia Alimentar.

Avaliação:

As actividades de avaliação devem ser entendidas como parte integrante dos processos de aprendizagem e, nesse sentido, perfeitamente articuladas com as estratégias didácticas utilizadas, pois ensinar, aprender e avaliar são, na realidade, três processos interdependentes e inseparáveis.

De acordo com as propostas do programa, os processos de avaliação deverão integrar as dimensões teórica e prática do ensino.

Salienta-se, no entanto, que as opções tomadas deverão, sempre, salvaguardar os seguintes aspectos:

- A avaliação, sendo parte integrante dos processos educacionais, deverá revestir-se de funções diagnóstica, formativa e sumativa interdependentes e devidamente articuladas com as actividades de ensino-aprendizagem;

TÉCNICO DE RESTAURAÇÃO

- A avaliação, permitindo diagnosticar o ponto de partida dos alunos, orientará o professor na análise do programa e na selecção das estratégias mais adequadas para a sua implementação;
- A avaliação com funções formativas deverá prevalecer durante todo o processo educativo, permitindo aos alunos receber *feedback* dos seus desempenhos, bem como informações que os ajudem a identificar as suas dificuldades e potencialidades, o que será fundamental na sua preparação para os momentos de avaliação sumativa que terão lugar no final de cada módulo;
- A avaliação formativa possibilitará o acompanhamento permanente da qualidade dos processos de ensino e de aprendizagem, fornecendo elementos que o professor deverá utilizar para reforçar, corrigir e incentivar a aprendizagem dos alunos que, deste modo, são considerados parte activa em todo o processo.

5. Elenco Modular

Número	Designação	Duração de Referência (Horas)
1	Circuito de Mercadorias / Aprovisionamento	24
2	Gestão de <i>Stocks</i>	32
3	Comunicação e <i>Marketing</i>	24
4	Análise das Vendas	24
5*	Controlo de Custos (Cozinha/Pastelaria)*	36
5*	A Ementa (Restaurante/Bar)*	36

* A aplicar de acordo com a variante

6. Bibliografia

- ABOIM, J. M. B. (1984), *Elementos Básicos de Económico*. Lisboa: Instituto Nacional de Formação Turística.
- BAPTISTA, M. (1997), *Turismo: Competitividade sustentável*. Lisboa: Verbo.
- BAPTISTA, M. (2003), *Turismo: Gestão estratégica*. Lisboa: Verbo.
- BATESON, J. E. G.; Hoffman, K. D. (2003), *Princípios de Marketing de Serviços: Conceitos, estratégias e casos*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.
- BERBEROGLU, H. (1993), *The Complete Cost Control Book*. Toronto: Food and Beverage Consultants.
- BIOSCA, D. (2005), *Cómo conseguir que los Clientes Repitan en la Hostelería*. Barcelona: Gestión 2000.

TÉCNICO DE RESTAURAÇÃO

- CARMO, I. (2004), *Alimentação Saudável, Alimentação Segura*. Coleção Temas de Hoje – Viver Melhor, N.º 6. Lisboa: Dom Quixote.
- CARRELHAS, H. (coord.); Unihsnor (2005), *Hotelaria e Restauração: Manual de prevenção*. Coleção Segurança, Higiene e Saúde no Trabalho - Informação Técnica, N.º 20. Lisboa: ISHST
- CHIAVENATO, I. (2004), *Recursos Humanos: O capital humano das organizações*. 8.ª ed. São Paulo: Atlas.
- CRACKNELL, H. L.; Kaufman, R. J.; Nobis, G. (1993), *Catering: Manual prático e profissional da indústria hoteleira*. Vol. I e II. Coleção Hotelaria e Turismo, N.º 7 e 8. Mem Martins: CETOP.
- DIAS, R.; Pimenta, M. A. (2005), *Gestão de Hotelaria e Turismo*. São Paulo: Prentice Hall.
- EIGLIER, P.; Langeard, E. (2004), *Servuction: A gestão marketing de empresas de serviços*. Lisboa: McGraw-Hill.
- ESTEVES, P., et al. (2003), *Manual de Higiene e Segurança Alimentar*. Lisboa: INATEL.
- GONÇALVES, A.C (2006)., *Gestão em Restauração e Bebidas* – Instituto de Turismo de Portugal, Lisboa, ITP.
- JANEIRO, J. A. (2004), *Guia Técnico de Hotelaria*. 4.ª ed. Coleção Hotelaria & Turismo, N.º 3. Mem Martins: Edições Cetop.
- JOHNS, N. (1999), *Higiene de los Alimentos: Directrices para profesionales de hostelería, restauración y catering*. Zaragoza: Acribia.
- JONES, P.; Merricks, P. (1995), *The Management of Foodservices Operations*. London: Cassell.
- KINTON, R.; Ceserani, V.; Foskett, D. (2000), *Teoría del Catering*. Zaragoza: Acribia
- KOTLER, P.; Bloom, P. (2002), *Marketing de Serviços Profissionais: estratégias inovadoras para impulsionar sua atividade, sua imagem e seus lucros*. 2.ª ed. São Paulo: Manole.
- KOTLER, P.; Bowen, J.; Makens, J. (2006), *Marketing for Hospitality and Tourism*. 4th ed.: New Jersey: Prentice Hall.
- LAS CASAS, A. L. (2006), *Marketing de Serviços*. 4.ª Edição. São Paulo: Atlas.
- LENDREVIE, J., et al. (1998), *Mercator: Teoria e prática do marketing*. 7.ª ed. Coleção Gestão & Inovação – Ciências de Gestão, N.º 1. Lisboa: Dom Quixote.
- LILLICRAP, D. R.; Cousins, J. A.; Smith, R. (2006), *Food and Beverage Service*. 7.ª ed. London: Edward Arnold.
- LOVELOCK, C. H.; Wirtz, J. (2006), *Services Marketing: People, technology, strategy*. 6th ed. New Jersey: Prentice Hall.
- LUISE, F. (2004), *Emília e o Food Cost*. Lisboa: Edições do Gosto.
- MARCHESI, M. R. (1998), *O Livro do Protocolo*. 2.ª ed. Lisboa: Presença.



TÉCNICO DE RESTAURAÇÃO

MCLEAN, A. D.; Hazelwood, D. (1993), *Curso de Higiene para Manipuladores de Alimentos*. Zaragoza: Acribia.

MORGAN, M. (1996), *Marketing for Leisure and Tourism*. London: Prentice Hall.

MOSER, F. (2002), *Manual de Gestão de Alimentação e Bebidas*. Coleção Hotelaria & Turismo. Mem Martins: CETOP.

QUINTAS, M. A. (2006), *Organização e Gestão Hoteleira*. Vol. I, II e III. Alcabideche: Oteltur.

REIS, L. (1996), *Exercícios de Gestão de Stocks e Compras*. Lisboa: Universidade Moderna.

REIS, L.; Paulino, A. (2000), *Gestão dos stocks e compras*. Coleção Gestão. 3.^a ed. Lisboa: Internacional.

RUSCHMANN, D. (2003), *Marketing Turístico: Um enfoque promocional*. 8.^a ed. Coleção Turismo. Campinas: Papirus.

SHOCK, P. J.; Bowen, J. T.; Stefanelli, J. (2005), *Marketing para Restaurantes, para Proprietários e Gerentes*. Coleção Hotelaria & Turismo. Mem Martins: CETOP.

VELLAS, F.; Bécherel, L. (1999), *The International Marketing of Travel and Tourism: A strategic approach*. London: Palgrave Macmillan.

VIERA, E. V. (2003), *Marketing Hoteleiro: Uma ferramenta indispensável*. Coleção Hotelaria. Caxias do Sul: Educ.

ZEITHAML, V.; Bitner, M. J.; Gremler, D. D. (1996), *Services Marketing: Integrating customer focus across the firm*. McGraw-Hill.

Parte II

Módulos

Índice:

	Página
Módulo 1 Circuito de Mercadorias / Aprovisionamento	8
Módulo 2 Gestão de Stocks	11
Módulo 3 Comunicação e Marketing	13
Módulo 4 Análise das Vendas	16
Módulo 5* Controlo de Custos (variante Cozinha/Pastelaria)	18
Módulo 5* A Ementa (variante Restaurante/Bar)	20

* A aplicar de acordo com a variante

TÉCNICO DE RESTAURAÇÃO

MÓDULO 1Duração de Referência: **24 horas****1. Apresentação**

O módulo de Circuito de Mercadorias / Aproveitamento tem como enfoque o economato e as funções desempenhadas nesta secção.

Inicia-se com a apresentação do circuito de mercadorias no restaurante de forma a introduzir a problemática do controlo de produção e permitir aos alunos a compreensão da dinâmica que será dada à disciplina.

Em seguida, são abordadas as questões relacionadas com o economato, através da descrição do espaço físico da secção, nomeadamente a sua localização, dimensão e características, os equipamentos da secção e as competências técnicas do pessoal.

Será apresentada a metodologia de compra, alertando os alunos para a necessidade do estabelecimento de procedimentos que permitam a obtenção da melhor relação qualidade / preço junto dos fornecedores.

Serão referidos e praticados os procedimentos de recepção e armazenamento de mercadorias.

2. Objectivos de Aprendizagem

- Definir o ciclo de controlo e identificar os diferentes pontos do circuito das mercadorias no restaurante;
- Reconhecer a importância do economato;
- Identificar as secções que compõem o economato, assim como as características que elas devem possuir;
- Enumerar as vantagens e desvantagens da instalação de unidades de restauração junto ou afastadas dos mercados abastecedores;
- Identificar e descrever o equipamento, mobiliário e maquinaria a utilizar no economato, tendo em vista a funcionalidade e a segurança deste;
- Definir uma política de compras, estabelecendo e aplicando uma metodologia correcta;
- Escolher adequada e criteriosamente os fornecedores, para assegurar o funcionamento ideal do restaurante;
- Receber as mercadorias e proceder às verificações necessárias;
- Armazenar as mercadorias, respeitando as suas características e as suas compatibilidades.

TÉCNICO DE RESTAURAÇÃO

Módulo 1: Circuito de Mercadorias / Aprovisionamento

3. Âmbito dos Conteúdos

1. Circuito de mercadorias
 - 1.1. Ciclo de mercadorias
 - 1.2. Definição e objectivos
 - 1.3. Implementação do Sistema de Controlo de F&B
2. O economato
 - 2.1. Definição
 - 2.2. Localização no edifício.
 - 2.3. Divisão
 - 2.3.1. Economato propriamente dito
 - 2.3.2. Cave geral e despensa
 - 2.3.3. Definições e características
 - 2.4. Equipamento, maquinaria e mobiliário
 - 2.5. As categorias e funções do pessoal
3. A compra
 - 3.1. Política de compra
 - 3.2. Padrão das especificações de compra
 - 3.3. Controlo
 - 3.4. Pedidos de cotação
4. Recepção e controlo de mercadorias
 - 4.1. Competências do pessoal de recebimento
 - 4.2. Verificação das mercadorias
 - 4.3. Registo de entrada
 - 4.4. Tratamento das devoluções
5. Armazenagem
 - 5.1. Instalações e equipamentos
 - 5.2. Cuidados a ter na armazenagem

4. Bibliografia / Outros Recursos

Bibliografia:

ABOIM, J. M. B. (1984), *Elementos Básicos de Economato*. Lisboa: Instituto Nacional de Formação Turística.

BERBEROGLU, H. (1993), *The Complete Cost Control Book*. Toronto: Food and Beverage Consultants.

DIAS, R.; Pimenta, M. A. (2005), *Gestão de Hotelaria e Turismo*. São Paulo: Prentice Hall

ESTEVES, P., et al. (2003), *Manual de Higiene e Segurança Alimentar*. Lisboa: INATEL.

TÉCNICO DE RESTAURAÇÃO

Módulo 1: Circuito de Mercadorias / Aprovisionamento

GONÇALVES, A.C (2006)., *Gestão em Restauração e Bebidas* – Instituto de Turismo de Portugal, Lisboa, ITP.

JANEIRO, J. A. (2004), *Guia Técnico de Hotelaria*. 4.^a ed. Coleção Hotelaria & Turismo, N.º 3. Mem Martins: Edições Cetop.

JOHNS, N. (1999), *Higiene de los Alimentos: Directrices para profesionales de hostelería, restauración y catering*, Zaragoza: Acribia.

LILLICRAP, D. R.; Cousins, J. A.; Smith, R. (2006), *Food and Beverage Service*. 7.^a ed. London: Edward Arnold.

MOSER, F. (2002), *Manual de Gestão de Alimentação e Bebidas*. Coleção Hotelaria & Turismo. Mem Martins: CETOP.

REIS, L. (1996), *Exercícios de Gestão de Stocks e Compras*. Lisboa: Universidade Moderna.

REIS, L.; Paulino, A. (2000), *Gestão dos stocks e compras*. Coleção Gestão. 3.^a ed. Lisboa: Internacional.

Outros Recursos:

Revistas e jornais da especialidade

TÉCNICO DE RESTAURAÇÃO

MÓDULO 2

Gestão de Stocks

Duração de Referência: 32 horas

1. Apresentação

O módulo de Gestão de *Stocks* assenta na gestão das mercadorias no economato. Pretende-se que os alunos saibam gerir a rotação de mercadorias, de forma a conseguir a melhor rentabilização do espaço disponível e evitar o desperdício e a deterioração de mercadorias.

Como tal, neste módulo serão abordados os conceitos de *stock* e *par stock* e serão realizados exercícios de *inventory turn-over*.

A valorização de mercadorias será trabalhada de forma prática, através de exercícios de inventário e de movimentação de *stocks*.

Serão trabalhados os procedimentos relativos a requisição interna e externa de mercadorias.

Os alunos analisarão diferentes documentos contabilísticos como facturas, vendas a dinheiro, notas de crédito e de débito, entre outros.

2. Objectivos de Aprendizagem

- Distinguir os vários tipos de *stock* existentes e identificar a gestão de cada um;
- Gerir *stocks* pela análise ABC;
- Identificar e caracterizar as diferenças existentes nos vários documentos utilizados no economato;
- Analisar os documentos dos fornecedores e emitir notas de encomenda, requisições e outra documentação necessária;
- Classificar os vários géneros no economato e identificar a sua compatibilidade na armazenagem.

3. Âmbito dos Conteúdos

1. Controlo de *stocks*
 - 1.1. Definição dos diferentes tipos de *stock*
 - 1.2. Taxa de rotação de *stocks* - *Inventory turn-over*
 - 1.3. O estabelecimento de *par stock*
 - 1.4. Análise ABC para a gestão dos *stocks*
 - 1.5. As movimentações das mercadorias facilmente deterioráveis
2. A valorização de existências
 - 2.1. A valorização de mercadorias: Diferentes métodos de cálculo
 - 2.2. O inventário
 - 2.3. A reconciliação de inventários de armazém

TÉCNICO DE RESTAURAÇÃO**Módulo 2: Gestão de Stocks**

- 2.4. Requisição de mercadorias
 - 2.4.1. Métodos de requisição de produtos ao economato
 - 2.4.2. As transferências de produtos
 - 2.4.3. Tratamento das devoluções
 - 2.4.4. Valorização das requisições
 - 2.4.5. Reconciliações

4. Bibliografia / Outros Recursos**Bibliografia:**

ABOIM, J. M. B. (1984), *Elementos Básicos de Economato*. Lisboa: Instituto Nacional de Formação Turística.

BERBEROGLU, H. (1993), *The Complete Cost Control Book*. Toronto: Food and Beverage Consultants.

DIAS, R.; Pimenta, M. A. (2005), *Gestão de Hotelaria e Turismo*. São Paulo: Prentice Hall

GONÇALVES, A.C (2006)., *Gestão em Restauração e Bebidas* – Instituto de Turismo de Portugal, Lisboa, ITP.

JANEIRO, J. A. (2004), *Guia Técnico de Hotelaria*. 4.^a ed. Coleção Hotelaria & Turismo, N.º 3. Mem Martins: Edições Cetop.

JONES, P.; Merricks, P. (1995), *The Management of Foodservices Operations*. London: Cassell.

LILLICRAP, D. R.; Cousins, J. A.; Smith, R. (2006), *Food and Beverage Service*. 7. ed. London: Edward Arnold.

MOSER, F. (2002), *Manual de Gestão de Alimentação e Bebidas*. Coleção Hotelaria & Turismo. Mem Martins: CETOP.

REIS, L. (1996), *Exercícios de Gestão de Stocks e Compras*. Lisboa: Universidade Moderna.

REIS, L.; Paulino, A. (2000), *Gestão dos stocks e compras*. Coleção Gestão. 3.^a ed. Lisboa: Internacional.

Outros Recursos:

Revistas e jornais da especialidade

TÉCNICO DE RESTAURAÇÃO

MÓDULO 3

Comunicação e *Marketing*Duração de Referência: **24 horas****1. Apresentação**

Neste módulo pretende-se chamar a atenção para a importância da qualidade de atendimento nos estabelecimentos de restauração, sublinhando aspectos como a comunicação e empatia adequadas, a rapidez e eficiência do serviço, a garantia e capacidade de resposta.

Irá tratar-se, também, a forma de evitar reclamações e a capacidade de as utilizar como modo de melhorar o serviço. Para além disso, será analisada não só a importância do *marketing*, como ferramenta de trabalho imprescindível para conhecer os gostos e preferências dos clientes e conseguir alcançar a sua satisfação, mas também a importância das estratégias de promoção dos estabelecimentos de restauração, com vista a chegar ao público-alvo.

2. Objectivos de Aprendizagem

- Identificar os princípios básicos de comunicação e aplicá-los no contexto de trabalho;
- Caracterizar os diversos estilos comportamentais e relacionar-se com os colegas de profissão e os mais variados tipos de clientes;
- Diferenciar as fases do atendimento aos clientes, reconhecendo a devida importância de cada uma;
- Receber reclamações dos clientes e dar resposta às mesmas, aproveitando para melhorar o serviço ao eliminar os seus pontos fracos;
- Utilizar o *marketing* como ferramenta de trabalho na aplicação das principais técnicas, tais como inquéritos de satisfação, pesquisas de mercado, segmentação, entre outras;
- Colaborar na promoção dos estabelecimentos de restauração de forma adequada, promovendo parcerias com outras empresas, aplicando estratégias de divulgação ou outros métodos considerados adequados.

3. Âmbito dos Conteúdos

1. Princípios básicos de comunicação
2. Estilos comportamentais
3. Diferentes fases do atendimento
4. Gestão de reclamações
 - 4.1. Recepção de reclamações
 - 4.2. Atitudes a tomar
 - 4.3. Segmentação de mercado
 - 4.4. Inquéritos a clientes

TÉCNICO DE RESTAURAÇÃO

Módulo 3: Comunicação e Marketing

5. O *marketing* como ferramenta de trabalho
 - 5.1. A qualidade dos serviços
 - 5.2. Segmentação de mercado
 - 5.3. Inquéritos a clientes

4. Bibliografia / Outros Recursos

Bibliografia:

ABOIM, J. M. B. (1984), *Elementos Básicos de Econmato*. Lisboa: Instituto Nacional de Formação Turística.

BAPTISTA, M. (1997), *Turismo: Competitividade sustentável*. Lisboa: Verbo.

BAPTISTA, M. (2003), *Turismo: Gestão estratégica*. Lisboa: Verbo.

BATESON, J. E. G.; Hoffman, K. D. (2003), *Princípios de Marketing de Serviços: Conceitos, estratégias e casos*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.

BIOSCA, D. (2005), *Cómo conseguir que los Clientes Repitan en la Hostelería*. Barcelona: Gestión 2000.

CHIAVENATO, I. (2004), *Recursos Humanos: O capital humano das organizações*. 8.ª ed. São Paulo: Atlas.

EIGLIER, P.; Langeard, E. (2004), *Servuction: A gestão marketing de empresas de serviços*. Lisboa: McGraw-Hill.

GONÇALVES, A.C (2006)., *Gestão em Restauração e Bebidas* – Instituto de Turismo de Portugal, Lisboa, ITP.

KOTLER, P.; Bloom, P. (2002), *Marketing para Serviços Profissionais: estratégias inovadoras para impulsionar sua atividade, sua imagem e seus lucros*. 2.ª ed. São Paulo: Manole.

KOTLER, P.; Bowen, J.; Makens, J. (2006), *Marketing for Hospitality and Tourism*. 4th ed.: New Jersey: Prentice Hall.

LAS CASAS, A. L. (2006), *Marketing de Serviços*. 4.ª Edição. São Paulo: Atlas.

LENDREVIE, J., *et al.* (1998), *Mercator: Teoria e prática do marketing*. 7.ª ed. Coleção Gestão & Inovação – Ciências de Gestão, N.º 1. Lisboa: Dom Quixote.

LOVELOCK, C. H.; Wirtz, J. (2006), *Services Marketing: People, technology, strategy*. 6th ed. New Jersey: Prentice Hall.

MARCHESI, M. R. (1998), *O Livro do Protocolo*. 2.ª ed. Lisboa: Presença.

MORGAN, M. (1996), *Marketing for Leisure and Tourism*. London: Prentice Hall.

MOSER, F. (2002), *Manual de Gestão de Alimentação e Bebidas*. Coleção Hotelaria & Turismo. Mem Martins: CETOP.

REIS, L.; Paulino, A. (2000), *Gestão dos stocks e compras*. Coleção Gestão. 3.ª ed. Lisboa: Internacional.

RUSCHMANN, D. (2003), *Marketing Turístico: Um enfoque promocional*. 8.ª ed. Coleção Turismo. Campinas: Papyrus.



TÉCNICO DE RESTAURAÇÃO

Módulo 3: Comunicação e Marketing

VELLAS, F.; Bécherel, L. (1999), *The International Marketing of Travel and Tourism: A strategic approach*. London: Palgrave Macmillan.

VIERA, E. V. (2003), *Marketing Hoteleiro: Uma ferramenta indispensável*. Coleção Hotelaria. Caxias do Sul: Educs.

ZEITHAML, V.; Bitner, M. J.; Gremler, D. D. (1996), *Services Marketing: Integrating customer focus across the firm*. McGraw-Hill.

Outros recursos:

Livros de reclamações de estabelecimentos de restauração

TÉCNICO DE RESTAURAÇÃO

MÓDULO 4

Análise das Vendas

Duração de Referência: 24 horas

1. Apresentação

Tendo em conta que no módulo final será analisado o controlo das vendas, o trabalho a desenvolver neste módulo incidirá sobre o cálculo do preço de venda líquido e bruto, de acordo com os conhecimentos adquiridos ao nível da valorização de *Food Cost*.

Neste contexto, os exercícios de análise do potencial de vendas para apuramentos de desvios e apresentação de medidas correctivas terá por base os conceitos de rácio e margem, a análise de mapas de controlo de pré-custo e pré-produção, e de mapas de consumos e a sua valorização.

2. Objectivos de Aprendizagem

- Calcular o preço de custo de cada dose a servir, bem como o preço de venda;
- Elaborar mapas de vendas e de consumos e calcular os desvios;
- Implementar medidas correctivas para evitar os desvios;
- Identificar todos os passos para elaborar um orçamento.

3. Âmbito dos Conteúdos

1. A fixação de preço na ementa
 - 1.1. A noção de preço líquido e de preço de venda ao público; o IVA
 - 1.2. Métodos de fixação de preços na ementa
 - 1.3. Cálculo de rácios e margens
2. Controlo das vendas
 - 2.1. Registo e controlo de vendas
 - 2.2. Análise dos potenciais de vendas
 - 2.3. A conciliação entre as vendas e consumo
3. Etapas reais da constituição de um orçamento

4. Bibliografia / Outros Recursos

ABOIM, J. M. B. (1984), *Elementos Básicos de Económico*. Lisboa: Instituto Nacional de Formação Turística.

BERBEROGLU, H. (1993), *The Complete Cost Control Book*. Toronto: Food and Beverage Consultants.



TÉCNICO DE RESTAURAÇÃO

Módulo 4: Análise das Vendas

GONÇALVES, A.C (2006)., *Gestão em Restauração e Bebidas* – Instituto de Turismo de Portugal, Lisboa, ITP.

JONES, P.; Merricks, P. (1995), *The Management of Foodservices Operations*. London: Cassell.

LILLICRAP, D. R.; Cousins, J. A.; Smith, R. (2006), *Food and Beverage Service*. 7.^a ed. London: Edward Arnold.

MOSER, F. (2002), *Manual de Gestão de Alimentação e Bebidas*. Colecção Hotelaria & Turismo. Mem Martins: CETOP.

MÓDULO 5

Controlo de Custos*

Duração de Referência: **36 horas**

1. Apresentação

O módulo inicia-se com a apresentação dos erros de gestão mais comuns que provocam o encarecimento dos custos de mercadorias. De seguida, serão apresentadas e estudadas tabelas de capitações.

Através de exercícios práticos, os alunos deverão ser orientados no sentido de calcular capitações correctas para diferentes públicos.

Em conjunto com a disciplina de Serviços de Cozinha/Pastelaria será realizado o teste do cortado, de modo a permitir que os alunos preencham tabelas de perdas e desperdícios e procedam à respectiva valorização, com base na sua própria experiência prática.

Por fim, serão apresentados os métodos para uma correcta elaboração de cartas e ementas.

2. Objectivos de Aprendizagem

- Identificar as causas mais comuns dos elevados custos de matérias-primas e prever medidas para os evitar;
- Calcular capitações para diferentes públicos;
- Calcular perdas e desperdícios de valorização e fazer a sua valorização;
- Calcular os rendimentos de um produto alimentar e dos seus desperdícios
- Calcular perdas de confecção e valorizar o custo líquido;
- Elaborar fichas técnicas e compreender as vantagens da sua utilização;
- Reconhecer o valor das receitas padrão;
- Elaborar cartas e ementas.

3. Âmbito dos Conteúdos

1. Introdução
 - 1.1. Causas do elevado custo de matérias-primas
2. Padrão de especificação das doses
 - 2.1. Definição das doses padrão
3. Padrão de rendimento dos produtos alimentares
 - 3.1. Cálculo das perdas e dos desperdícios de produção
 - 3.2. Valorização de matérias-primas e produtos alimentares

TÉCNICO DE RESTAURAÇÃO

Módulo 5: Controlo de Custos

4. Receitas padrão
 - 4.1. Elaboração de receitas padrão
 - 4.2. Características valorativas de receitas padrão
5. A elaboração da ementa
 - 5.1. Tipos de ementa
 - 5.2. Cuidados a ter na escolha dos pratos

4. Bibliografia / Outros Recursos

ABOIM, J. M. B. (1984), *Elementos Básicos de Económico*. Lisboa: Instituto Nacional de Formação Turística.

BERBEROGLU, H. (1993), *The Complete Cost Control Book*. Toronto: Food and Beverage Consultants.

GONÇALVES, A.C (2006)., *Gestão em Restauração e Bebidas* – Instituto de Turismo de Portugal, Lisboa, ITP.

JONES, P.; Merricks, P. (1995), *The Management of Foodservices Operations*. London: Cassell.

LILLICRAP, D. R.; Cousins, J. A.; Smith, R. (2006), *Food and Beverage Service*. 7.^a ed. London: Edward Arnold.

MOSER, F. (2002), *Manual de Gestão de Alimentação e Bebidas*. Coleção Hotelaria & Turismo. Mem Martins: CETOP.

*Variante Cozinha/Pastelaria

TÉCNICO DE RESTAURAÇÃO

MÓDULO 5**A Ementa***Duração de Referência: **36 horas****1. Apresentação**

Neste módulo pretende-se que os alunos analisem a ementa em termos de popularidade e rentabilidade, assim como ao nível da sua representação gráfica.

Pretende-se ainda que os alunos analisem a rentabilidade das vendas de banquetes.

2. Objectivos de Aprendizagem

- Reconhecer a elaboração da ementa como instrumento eficiente de gestão de vendas;
- Calcular os índices que permitam avaliar a conjugação entre a popularidade e a rentabilidade dos produtos;
- Representar graficamente os índices que permitam avaliar a conjugação entre a popularidade e a rentabilidade dos produtos;
- Verificar a rentabilidade das vendas de banquetes.

3. Âmbito dos Conteúdos

1. A engenharia da ementa
 - 1.1. *Menu engineering*
 - 1.1.1. Índice de rentabilidade
 - 1.1.2. Itens da ementa
 - 1.1.3. Quantidade vendida
 - 1.1.4. Índice de popularidade
 - 1.1.5. Preço unitário de venda
 - 1.1.6. Preço unitário de custo
 - 1.1.7. Margem unitária de contribuição
 - 1.2. Classes
 - 1.2.1. *Star*
 - 1.2.2. *Plowhorse*
 - 1.2.3. *Puzzle*
 - 1.2.4. *Dog*
 - 1.2.5. Representação gráfica



TÉCNICO DE RESTAURAÇÃO

Módulo5: A Ementa

4. Bibliografia / Outros Recursos**Bibliografia:**

ABOIM, J. M. B. (1984), *Elementos Básicos de Económico*. Lisboa: Instituto Nacional de Formação Turística.

BERBEROGLU, H. (1993), *The Complete Cost Control Book*. Toronto: Food and Beverage Consultants.

DIAS, R.; Pimenta, M. A. (2005), *Gestão de Hotelaria e Turismo*. São Paulo: Prentice Hall.

GONÇALVES, A.C (2006)., *Gestão em Restauração e Bebidas* – Instituto de Turismo de Portugal, Lisboa, ITP.

JANEIRO, J. A. (2004), *Guia Técnico de Hotelaria*. 4.ª ed. Coleção Hotelaria & Turismo, N.º 3. Mem Martins: Edições Cetop.

MOSER, F. (2002), *Manual de Gestão de Alimentação e Bebidas*. Coleção Hotelaria & Turismo. Mem Martins: CETOP.

REIS, L. (1996), *Exercícios de Gestão de Stocks e Compras*. Lisboa: Universidade Moderna.

REIS, L.; Paulino, A. (2000), *Gestão dos stocks e compras*. Coleção Gestão. 3.ª ed. Lisboa: Internacional.

Outros Recursos:

Revistas e Jornais da especialidade

* Variante de Restaurante/Bar