

Cocina creativa o de autor

Modalidad: curso e-Learning Duración: 30 horas

Categorías: Hostelería y turismo

OBJETIVOS

- Practicar posibles variaciones en las elaboraciones culinarias ensayando modificaciones en cuanto las técnicas forma y corte de los géneros alternativa de ingredientes combinación de sabores y forma de presentación y decoración
- Evaluar la información que se genera en términos de gustos expectativas o necesidades de una potencial demanda deduciendo los cambios necesarios en el proceso de producción culinaria para realizar las adaptaciones oportunas.

CONTENIDOS

UD1. Cocina Moderna de Autor y de Mercado.

1.1. Fuentes de información y bibliografía sobre cocina moderna de autor y de mercado: identificación selección análisis valoración y utilización.

1.2. Fundamentos. Características generales de estos tipos de cocina.

1.3. Evolución de los movimientos gastronómicos.

1.4. Pioneros franceses y españoles.

1.5. La Nouvelle Cuisine o nueva cocina. Antecedentes.

1.6. Hábitos y tendencias de consumo de elaboraciones culinarias.

1.7. De la nueva cocina o la “Nouvelle Cuisine” a la cocina actual.

1.8. Utilización de materias primas características de cada zona en cocina creativa.

1.9. Cocina de fusión.

1.10. Cocina creativa o de Autor.

1.11. Platos españoles más representativos.

1.12. Su repercusión en la industria hostelera.

1.13. El mercado y sus productos. Nuevos productos introducidos en nuestros mercados en la última década.

1.14. Influencia de otras cocinas.

UD2. Experimentación y Evaluación de Resultados.

2.1. Experimentación de modificaciones en cuanto a las técnicas y procedimientos instrumentos empleados forma y corte de los géneros alternativa de ingredientes combinación de sabores y formas de acabado.

2.2. Justificación y realización de variaciones en la decoración y presentación de

elaboraciones culinarias.

2.3. Análisis control y valoración de resultados.

2.4. Aplicación de métodos de evaluación del grado de satisfacción de consumidores de nuevas elaboraciones culinarias.

2.5. Justificación de ofertas comerciales de los nuevos resultados obtenidos.