Ciclo de Grado Superior (Pruebas Libres)

Agencias de Viajes y Gestión de Eventos

tech formación profesional

tech formación profesional

Ciclo de Grado Superior (Pruebas Libres)

Agencias de Viajes y Gestión de Eventos

Modalidad: **Online**

Titulación: **TECH Formación Profesional**

Duración: **2 años**

Horas: **2.000**

Acceso web: **www.techtitute.com/hosteleria-turismo/pruebas-libres-grado-superior/agencias-viajes-gestion-eventos**

Índice

01
Presentación
pág. 4

02
¿Qué aprenderé a hacer?
pág. 6

03
Salidas laborales
pág. 8

04
Plan de formación
pág. 10

05
Formación en Centros de Trabajo (FCT)
pág. 28

06
¿Dónde podré realizar la Formación en Centros de Trabajo?
pág. 30

07
Requisitos de Acceso
pág. 36

08
Realización de las pruebas libres
pág. 38

09
Acompañamiento personalizado
pág. 42

10
Metodología de estudio
pág. 44

11
Titulación
pág. 54

01

Presentación

Visitar otras ciudades o países durante el periodo vacacional se ha convertido en una de las opciones más apetecibles para muchas personas. No obstante, organizar un viaje no es tarea fácil debido a que no solo se debe elegir el destino, sino que también hay que tener en cuenta factores como el alojamiento o el transporte en el propio lugar para optimizar los recursos. Por este motivo, los Técnicos Superiores en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos son estrictamente necesarios para ofrecer servicios que se adapten a las necesidades de los usuarios y garanticen una experiencia inigualable. Debido a ello, TECH ofrece este programa, que te capacitará para superar las Pruebas Libres y, así, acceder a las oportunidades laborales que otorga este sector. Mediante esta capacitación, aprenderás a diseñar viajes combinados o gestionarás de forma eficiente diversos eventos turísticos. Además, quedarás habilitado para presentarte a las Pruebas Libres y obtener un Título Oficial a tu propio ritmo.

> *De una forma rápida y cómoda, podrás estudiar los contenidos de este programa y presentarte a las pruebas libres del Grado Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos, garantizando tu acceso a numerosas oportunidades laborales en el sector turístico"*

Viajar se ha situado como una de las experiencias más valoradas por las personas en la actualidad. Así, este tipo de ocio permite desconectar de la rutina, conocer otras culturas o realizar actividades en un entorno nuevo, algo que genera una elevada satisfacción en el individuo. Por ello, los expertos en gestión de productos turísticos son muy solicitados, debido a que son los encargados de diseñar, combinar y ofertar aquellos servicios que cubran las necesidades de cada cliente.

Dada esta situación, TECH pone a tu disposición este programa, que te otorgará los conocimientos requeridos para superar las Pruebas Libres del Grado Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos y así, gozar de amplias perspectivas profesionales. Mediante su plan de estudios, propondrás servicios turísticos adaptados a las preferencias de cada usuario, manejarás la documentación propia de estos productos o desarrollarás diversas tareas de facturación en la empresa.

A través de su metodología 100% online, compatibilizarás un excelente aprendizaje con tu vida personal o con tus obligaciones laborales. Asimismo, podrás presentarte a los exámenes en cualquier momento, lo que te posibilita la obtención de un título acreditativo y, a continuación, podrás presentarte a los exámenes que te garantizan la obtención del título oficial. Durante todo ese proceso, dispondrás del acompañamiento personalizado de los docentes y tutores de TECH Formación Profesional. Estos expertos, incluso te recibirán en de forma presencial y estarán contigo en la sede de las pruebas libres durante su realización.

Gracias a TECH, te prepararás para presentarte a las Pruebas Libres a tu ritmo, sin la necesidad de asistir a clases ni de realizar una evaluación continua"

02

¿Qué aprenderé a hacer?

Cursando este Ciclo de Grado Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos (Pruebas Libres) aumentarás tus competencias y habilidades en el sector turístico. Así, serás capaz de:

01 Programar y ofertar viajes combinados y otros servicios turísticos complejos que se adecuen en calidad, tiempo y precio a las demandas del cliente

02 Programar y Ofertar servicios para congresos, convenciones, ferias y otros eventos, que se adecuen a las expectativas y necesidades del cliente

03 Asesorar y proponer al cliente diferentes alternativas de servicios turísticos y análogos, interpretando sus solicitudes y calibrando sus necesidades para cubrir sus expectativas

04 Reservar los derechos de utilización de servicios y productos turísticos, calculando las tarifas a aplicar y emitiendo los bonos y los documentos de confirmación de los mismos

05 Poner en funcionamiento un servicio post-venta aparejado a la oferta

06 Atender el cliente para dar respuesta a sus solicitudes y/o reclamaciones, asegurando su satisfacción y la calidad de los servicios

07 Desarrollar tareas de administración para cumplir los requisitos legales, económicos y empresariales de la actividad

08 Desarrollar tareas de administración para cumplir los requisitos legales, económicos y empresariales, incluyendo operaciones de facturación, cobros y pagos para liquidar económicamente con clientes y proveedores

03

Salidas laborales

El ocio, los viajes y los servicios turísticos son una continua fuente de empleo alrededor del mundo. Según el Consejo Mundial del Viaje y el Turismo, unas 290 millones personas trabajaban de manera directa o indirecta en esta industria. Asimismo, para sostener resultados y la excelencia profesional en esta área es indispensable estar preparados. TECH te ofrece el acceso a este sector laboral a través de este Ciclo Formativo de Grado Superior (Pruebas Libres). Una oportunidad sin parangón de crecer e, incluso, emprender en un campo tan demándate como las Agencias de Viajes y la Gestión de Eventos.

Tras finalizar este Ciclo de Grado Superior (Pruebas Libres) te desempeñarás como agente de viajes, promotor turístico u organizador de eventos con elevada excelencia"

Esta titulación te permitirá acceder a numerosas oportunidades laborales realizando labores relacionadas con la administración, gestión y comercialización de productos turísticos, en una gran variedad de ámbitos y sectores, por lo que al finalizarla podrás desempeñarte profesionalmente en los siguientes puestos:

- Jefe / jefa de oficina de agencia de viajes
- Jefe / jefa de departamento en agencia de viajes
- Agente de viajes
- Consultor / consultora de viajes
- Organizador / organizadora de eventos
- Vendedor / vendedora de servicios de viaje y viajes programados
- Promotor / promotora comercial de viajes y servicios turísticos
- Empleado / empleada del departamento de booking o reservas

Sigue estudiando...

Si al terminar el programa quieres seguir creciendo académica y profesionalmente, el título de técnico superior te dará acceso a poder seguir estudiando:

- Cursos de especialización profesional
- Máster Profesional
- Programas de actualización profesional
- Otro ciclo de Formación Profesional con la posibilidad de establecer convalidaciones de módulos profesionales de acuerdo a la normativa vigente
- Enseñanzas Universitarias con la posibilidad de establecer convalidaciones de acuerdo con la normativa vigente

Accederás a empleos en las mejores agencias de viajes y desarrollarás tu carrera con éxito gracias a este programa de TECH"

04

Plan de formación

El temario de este programa académico se conformó a partir de las asignaturas oficiales de Ciclo Formativo de Grado Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos. Así, este completísimo plan de estudios te permitirá adquirir conocimientos holísticos y superar las Pruebas Libres de la titulación de forma óptima. De igual forma, dispondrás de estos contenidos didácticos durante las 24 horas del día y a través de una metodología 100% online, con el fin de favorecer un aprendizaje eficaz que te permita aprobar las Pruebas Libres de una forma rápida y sencilla, desde cualquier dispositivo con acceso a internet.

> *Para garantizar una adecuada preparación de cara a las Pruebas Libres, accederás a los contenidos didácticos oficiales del Grado Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos”*

Módulo 1. Destinos Turísticos (165 horas)

1.1. Identificación de rasgos geográficos, históricos y culturales de España
- 1.1.1. Concepto, importancia y finalidad de la geografía turística. Herramienta de toma de decisiones turísticas
- 1.1.2. Organización territorial y administrativa de España. Comunidades Autónomas y provincia. Comarcas y municipios turísticos más representativos
- 1.1.3. Relieve. Características
- 1.1.4. El clima y su incidencia en la actividad turística
- 1.1.5. Espacios naturales de interés turísticos. El respeto al patrimonio natural

1.2. Identificación de rasgos geográficos, históricos y culturales de España 2
- 1.2.1. Demografía: distribución de la población
- 1.2.2. Principales vías de comunicación y transporte
- 1.2.3. Sinopsis de la historia de España
- 1.2.4. Historia de la cultura y el arte españoles
- 1.2.5. Diversidad cultural y lingüística de España
- 1.2.6. Aplicaciones informáticas y otras fuentes para el estudio de la geografía turística
  - 1.2.6.1. Los SIG: Sistemas de Información Geográfica
  - 1.2.6.2. ING: Instituto Geográfico Nacional
- 1.2.7. Lectura e interpretación de mapas: la orientación

1.3. Organizaciones a nivel mundial e internacional
- 1.3.1. La Organización Internacional del Turismo
- 1.3.2. La Organización Mundial de Turismo (OMT). Concepto y funciones Regiones y subregiones
- 1.3.3. Organización política y territorial de Europa
- 1.3.4. Espacio Schengen
- 1.3.5. Territorios dependientes de dentro y fuera de Europa. Relación y características
- 1.3.6. Relieve de Europa y características. Unidades físicas europeas. Red hidrográfica de Europa

1.4. Diversidad cultural europea, y características turísticas, geográficas del mundo
- 1.4.1. Historia de la cultura y el arte europeos
- 1.4.2. Diversidad cultural europea: culturas, pueblos, lenguas
- 1.4.3. Geografía turística del resto del mundo: rasgos distintivos del relieve, hidrografía, vegetación, clima y diversidad cultural de las regiones y subregiones OMT, excepto Europa
- 1.4.4. Actitud de respeto por las diferentes razas, creencias y elementos diferenciadores de estos países

1.5. El destino turístico y la importancia del turismo en España
- 1.5.1. Importancia del turismo en España. Principales datos turísticos. El Instituto de Estudios Turísticos. Frontur, Familitur y Egatur
- 1.5.2. Definición y características de destino turístico

1.6. Destinos litorales, de islas, culturales y de sol y playa en España
- 1.6.1. Destinos españoles de sol y playa
- 1.6.2. Centros turísticos litorales peninsulares e islas
- 1.6.3. Destinos culturales españoles. Rutas culturales. Gastronomía. Folclore

1.7. Destinos urbanos, rurales y de naturaleza en España
- 1.7.1. Destinos urbanos españoles
  - 1.7.1.1. Tipologías de turismo
  - 1.7.1.2. Grandes ciudades
  - 1.7.1.3. Ciudades Patrimonio de la Humanidad
- 1.7.2. Destinos rurales y de naturaleza españoles. Espacios naturales protegidos

1.8. Destinos deportivos y de ocio en España. Grandes eventos y tipos de alojamiento según el destino
- 1.8.1. Destinos españoles de espacios lúdicos y de ocio
- 1.8.2. Destinos deportivos (golf, esquí, náutico, ecuestre, aventura y nieve): y de salud y belleza
- 1.8.3. Grandes eventos en los destinos
- 1.8.4. Tipología de alojamientos según destino turístico

1.9. El turismo internacional. Destinos de sol y playa, culturales y centros turísticos litorales, islas y archipiélagos
- 1.9.1. El papel del turismo a escala internacional. Datos internacionales OMT. Perspectivas y tendencias futuras a escala mundial
- 1.9.2. Destinos de sol y playa
- 1.9.3. Centros turísticos litorales, islas y archipiélagos
- 1.9.4. Destinos culturales. Rutas culturales. Las grandes rutas culturales: Camino de Santiago europeo, Ruta del Danubio, Ruta de la Seda... Gastronomía. Folclore

1.10. Destinos culturales, rurales, urbanos, de naturaleza y deportivos a nivel nacional
- 1.10.1. Destinos urbanos. La oferta turística en las ciudades. Grandes ciudades europeas. Destinos rurales y de naturaleza. Espacios naturales protegidos. Los grandes Parques Nacionales
- 1.10.2. Destinos de espacios lúdicos y de ocio
- 1.10.3. Destinos deportivos (golf, esquí, náutico, ecuestre, aventura y nieve) y de salud y belleza
- 1.10.4. Grandes eventos en los destinos
- 1.10.5. Tipología de alojamientos turísticos en los diferentes destinos europeos

Módulo 2. Estructura del Mercado Turístico (135 horas)

2.1. Contextualización del sector turístico
- 2.1.1. Conceptos básicos del turismo
- 2.1.2. Evolución histórica del turismo
- 2.1.3. Impacto económico, social, cultural y ambiental
- 2.1.4. Entidades públicas y privadas de ámbito local, regional, nacional e internacional relacionadas con el sector turístico

2.2. Valoración dentro de la contextualización del sector turístico
- 2.2.1. Valoración de la actividad turística en el desarrollo de un núcleo poblacional
- 2.2.2. Valoración de las nuevas tecnologías como fuentes de información y promoción turística
- 2.2.3. Valoración del profesional turístico en el ámbito de su profesión

2.3. Identificación de las tipologías turísticas y sus tendencias
- 2.3.1. Tipologías turísticas y sus características
- 2.3.2. Localización geográfica de las principales tipologías turísticas
- 2.3.3. Tendencias de las tipologías turísticas nacionales
- 2.3.4. Tendencias de las tipologías turísticas internacionales

2.4. La oferta turística: intermediación y empresas
- 2.4.1. La oferta turística
- 2.4.2. La intermediación turística. Canales de distribución
- 2.4.3. Las empresas de alojamientos turísticos (hoteleros y extrahoteleros)
- 2.4.4. Las empresas de hostelería
- 2.4.5. Las empresas de transporte turístico (aéreo, por carretera, ferroviario, marítimo y fluvial)

2.5. La oferta turística: la oferta complementaria, el núcleo turístico y la economía
- 2.5.1. La oferta complementaria
- 2.5.2. El núcleo turístico
- 2.5.3. Importancia económica del turismo para el núcleo turístico

2.6. La demanda turística: influencias, motivación, segmentación y estacionalidad
- 2.6.1. Elementos externos que influyen en la elasticidad de la demanda turística
- 2.6.2. Motivaciones de la demanda turística
- 2.6.3. Segmentación de la demanda
- 2.6.4. Estacionalidad de la demanda. Acciones de desestacionalización

2.7. La demanda turística: tendencias actuales y previsiones, la clientela y los sistemas de medición
- 2.7.1. Tendencias actuales de la demanda turística
- 2.7.2. Valoración de la importancia de conocer a la clientela como elemento dinamizador de la demanda
- 2.7.3. Sistemas de medición y estadísticas de las corrientes turísticas

2.8. Los recursos turísticos y profesionales de la Comunidad de Madrid 1
- 2.8.1. Información sobre aspectos diversos de la Comunidad de Madrid
  - 2.8.1.1. Historia de Madrid capital y poblaciones del entorno
  - 2.8.1.2. Datos geográficos de la Comunidad de Madrid
  - 2.8.1.3. El proceso de urbanización de Madrid capital
  - 2.8.1.4. Población y evolución reciente
  - 2.8.1.5. Organización administrativa de la Comunidad de Madrid
  - 2.8.1.6. Fiestas, actividades culturales, gastronomía y folclore de la Comunidad de Madrid

2.9. Los recursos turísticos y profesionales de la Comunidad de Madrid 2
- 2.9.1. Las oficinas de información turística, Internet y otros medios de información
- 2.9.2. Parques y jardines. Madrid árabe, medieval, de los Austrias, de los Borbones, romántico y del siglo XXI. Ferias y congresos. Embajadas y consulados. Servicios médicos, religiosos, de urgencia, de correos y locutorios. Transporte. Teatros. Salas cinematográficas. Salas de fiesta. Deportes. Música. Bibliotecas. Museos. Salas de exposiciones. Galerías de arte y anticuarios. Compras. Bares y restaurantes. Agencias de viajes. Hotelería. Medios de transporte

Módulo 3. Marketing Turístico (135 horas)

3.1. Caracterización del marketing turístico
- 3.1.1. Concepto de marketing. Origen y evolución
- 3.1.2. Marketing y turismo
- 3.1.3. Relación con el sector de la hostelería y el turismo
- 3.1.4. Evolución de la función del marketing: orientación hacia el consumidor
- 3.1.5. El futuro del marketing

3.2. Interpretación de la segmentación de mercados turísticos
- 3.2.1. Variables de segmentación más utilizadas en turismo
- 3.2.2. Aplicación de la segmentación al diseño de la estrategia comercial de las empresas turísticas
- 3.2.3. Tipos de estrategias de cobertura del mercado
- 3.2.4. Posicionamiento en el mercado: Conceptos. Estrategias. Métodos
- 3.2.5. Instrumentos comerciales y compatibilidad de los segmentos

3.3. Identificación del marketing-mix y sus elementos 1
- 3.3.1. Aplicación y estrategias
- 3.3.2. El producto-servicio. Niveles y elementos
- 3.3.3. Creación de nuevos productos y servicios turísticos
- 3.3.4. Productos y servicios de última generación
- 3.3.5. La «servucción»

3.4. Identificación del marketing-mix y sus elementos 2
- 3.4.1. El ciclo de vida del producto y de los destinos turísticos
- 3.4.2. Desarrollo y lanzamiento de los nuevos productos turísticos
- 3.4.3. El precio
- 3.4.4. Política de precios
- 3.4.5. Aspectos psicológicos de los precios
- 3.4.6. Métodos para el cálculo del precio. En función de los costes, de contribución al beneficio, de un euro por cada mil de inversión, de la demanda. El Yield Management

3.5. Identificación del marketing-mix y sus elementos 3
- 3.5.1. La promoción
- 3.5.2. Soportes y medios de comunicación turística
- 3.5.3. Publicidad, folletos, las relaciones públicas, las promociones de ventas, el merchandising, las ferias turísticas, Work shops, Fam-trips y otros
- 3.5.4. La distribución
- 3.5.5. Canales de distribución directa e indirecta
- 3.5.6. Nuevas tendencias de los canales de distribución

3.6. Análisis y aplicación de las nuevas tecnologías al marketing turístico
- 3.6.1. Marketing directo en turismo y nuevas tecnologías
- 3.6.2. Marketing en internet: páginas webs, blogs, foros de opinión y redes sociales. Comercio de productos turísticos online
- 3.6.3. Bases de datos
- 3.6.4. Objetivos generales del desarrollo de una base de datos de marketing
- 3.6.5. Marketing directo
- 3.6.6. Materiales de soporte y de desarrollo de políticas de marketing directo
- 3.6.7. El marketing directo y su desarrollo

3.7. Caracterización del plan de marketing como herramienta de gestión
- 3.7.1. Plan de marketing. Fases. Elementos y Finalidad
- 3.7.2. Segmentación y público objetivo
- 3.7.3. Planes de acción: estrategias y tácticas
- 3.7.4. Objetivos y cuotas de ventas
- 3.7.5. Recursos necesarios para respaldar las estrategias y alcanzar los objetivos
- 3.7.6. Seguimiento y control del marketing
- 3.7.7. Presentación y promoción del plan
- 3.7.8. Auditoria ambiental del plan

3.8. Interpretación del proceso de decisión en el consumidor
- 3.8.1. Fases del proceso de decisión
- 3.8.2. Postcompra y fidelización
- 3.8.3. Los nuevos consumidores en el sector turístico
- 3.8.4. Herramientas de control de la calidad y la satisfacción del cliente. Implementación en empresas del sector turístico

3.9. Caracterización de los criterios de consumerismo
- 3.9.1. El consumerismo
- 3.9.2. La reacción de la empresa y su respuesta
- 3.9.3. Normativa que regula al consumidor y sus derechos en la U.E. y en España: legislación genérica y específica
- 3.9.4. Derechos y deberes de los consumidores

Módulo 4. Protocolo y Relaciones Públicas (100 horas)

4.1. Aplicación del protocolo institucional
- 4.1.1. Protocolo institucional
- 4.1.2. Sistemas de organización de invitados
- 4.1.3. Interés por la normativa en materia de protocolo y precedencias oficiales del Estado y de las Comunidades Autónomas
- 4.1.4. Proyección de actos protocolarios

4.2. Aplicación del protocolo empresarial
- 4.2.1. Tipos y objetivos de los actos protocolarios empresariales
- 4.2.2. Identificación del público objetivo y adecuación del acto
- 4.2.3. Manual protocolario y de comunicación de una empresa
- 4.2.4. Actos protocolarios empresariales
- 4.2.5. Elaboración del programa y cronograma del acto a organizar

4.3. Aplicación de los fundamentos y los elementos de las relaciones públicas en el ámbito turístico
- 4.3.1. Aplicación y valoración de las relaciones públicas en al ámbito turístico empresarial e institucional
- 4.3.2. Recursos de las relaciones públicas
- 4.3.3. La imagen corporativa
- 4.3.4. La expresión corporal. La imagen personal. Habilidades sociales
- 4.3.5. Tipos de imagen
- 4.3.6. La imagen del turismo español

4.4. Comunicación con los clientes
- 4.4.1. Proceso de la comunicación
- 4.4.2. Comunicación no verbal
- 4.4.3. Comunicación verbal
- 4.4.4. Variables de la atención al cliente
- 4.4.5. Modalidades de atención al cliente
- 4.4.6. Puntos clave de una buena atención al cliente según la fase de contacto de este con la empresa
- 4.4.7. Comunicación telefónica y nuevas tecnologías
  - 4.4.7.1. Comunicación interna y externa
  - 4.4.7.2. Organización, funciones, control y facturación

4.5. Gestión de quejas, reclamaciones y sugerencias
- 4.5.1. Quejas, reclamaciones y sugerencias
- 4.5.2. Principales motivos de quejas del cliente de las empresas de hostelería y turismo
- 4.5.3. Elementos de recogida de quejas, reclamaciones o sugerencias
- 4.5.4. Fases de la gestión de quejas y reclamaciones
- 4.5.5. Normativa legal vigente en materia de reclamaciones de clientes en establecimientos de empresas turísticas

4.6. Actitudes de atención al cliente
- 4.6.1. Actitud de servicio al cliente
- 4.6.2. Actitud de respeto hacia clientes, superiores, personal dependiente y compañeros
- 4.6.3. Actitud profesional
- 4.6.4. El valor de la discreción dentro del ámbito laboral
- 4.6.5. El valor de la imagen corporativa

4.7. Información al cliente
- 4.7.1. Información sobre instalaciones, servicios y actividades del establecimiento hotelero
- 4.7.2. La orden de servicio, la pizarra y otros medios de recepción y transmisión de información
- 4.7.3. La información sobre los recursos turísticos y profesionales

Módulo 5. Recursos turísticos (135 horas)

5.1. Identificación de los recursos turísticos del territorio
- 5.1.1. Recursos turísticos. Clasificación y tipología: Defert, Gunn, según la Organización de Estados Americanos (O.E.A). y otras
- 5.1.2. Legislación nacional y europea que afecta a los recursos turísticos
- 5.1.3. Normativa de protección existente en Europa y en España referente a los recursos turísticos, a su protección, mantenimiento y reconocimiento

5.2. Factores físico-naturales y humanos en el desarrollo turístico
- 5.2.1. Factores naturales
- 5.2.2. Factores socioculturales
- 5.2.3. Factores políticos y económicos
- 5.2.4. Repercusiones del desarrollo y del subdesarrollo en las actividades turísticas
- 5.2.5. Distancia, localización geográfica del recurso turístico y relación coste-distancia
- 5.2.6. Transformación del recurso natural y cultural en recurso turístico

5.3. Interpretación de los conceptos básicos del arte
- 5.3.1. Pintura: Desde la prehistoria al siglo XXI
- 5.3.2. Escultura: Clásica, medieval, renacentista, barroca, neoclásica, modernista, y contemporánea

5.3.3. Arquitectura: Clásica, visigoda, románica, gótica, mudéjar, renacentista, barroca, neoclásica, modernista, ecléctica y contemporánea
5.3.4. Otras manifestaciones artísticas. Las artes decorativas: Orfebrería, muebles, telas y joyas
5.3.5. Diferentes movimientos y estilos artísticos en pintura, escultura, arquitectura y otras manifestaciones artísticas de España

5.4. Identificación y análisis del Patrimonio histórico-artístico y sociocultural de España 1
5.4.1. Patrimonio y Bienes patrimoniales en España. Turismo cultural
5.4.2. Museos y otros centros culturales: Parques arqueológicos, cuevas prehistóricas, enclaves rupestres al aire libre, megalitos, ciudades y villaes romanas, castros íberos y celtíberos y otros vestigios de interés
5.4.3. Fiestas y declaraciones de interés turístico regional, nacional e internacional: Lúdicas, religiosas, Semana Santa y toros, Normativa
5.4.4. Gastronomía de España. Elaboraciones, productos tradicionales, de calidad y con denominación de origen

5.5. Identificación y análisis del Patrimonio histórico-artístico y sociocultural de España 2
5.5.1. Enología de España. Zonas vinícolas y denominaciones de origen
5.5.2. Etnografía y artesanía: Cerámica, cristal, joyas y otros productos propios de cada zona. Tipos
5.5.3. Patrimonio Inmaterial. Descripción y contenido. Tradiciones. Música popular. Música clásica. Opera. Zarzuela. Teatro, Danza. Cine. Otras expresiones culturales. Grandes eventos, ferias y festivales
5.5.4. Tipología de la arquitectura popular en las Comunidades Autónomas y núcleos rurales que mejor representan dichas tipologías

5.6. Patrimonio natural y paisajístico
5.6.1. Análisis del Patrimonio natural y paisajístico de España
5.6.2. Concepto de recursos naturales y paisajísticos
5.6.3. Normativa
5.6.4. Espacios naturales protegidos españoles y su normativa. Parques Nacionales y Parques Regionales
5.6.5. Programas europeos de ayuda al patrimonio natural y paisajístico. Patrimonio de la Humanidad, Reserva de la Biosfera, Convenio Ramsar, Zonas de Especial Protección para Aves (ZEPAS) y otros
5.6.6. Otros recursos naturales relacionados con el medio físico: Cuevas geológicas, desfiladeros, cañones, zonas volcánicas, bosques y otros
5.6.7. Nuevas tecnologías para detectar y localizar los espacios, programas de cartografía y otros
5.6.8. Medidas para mantener el medio ambiente. Turismo y sostenibilidad

5.7. Interpretación global del patrimonio histórico, artístico y sociocultural
5.7.1. Métodos para acercar el legado natural y cultural al público visitante
5.7.2. La interpretación del patrimonio como sistema de gestión
5.7.3. Diseño de los métodos de evaluación y control de los sistemas de interpretación: Método del coste de viaje, método de la valoración contingente y método hedónico
5.7.4. Puesta en valor turístico del patrimonio cultural

5.8. Análisis y estructura del medio ambiental turístico
5.8.1. Evolución del impacto medioambiental. Calidad ambiental, actividad turística y salud
5.8.2. Capacidad de carga
5.8.3. Protección del área
5.8.4. Gestión medioambiental
5.8.5. Efectos negativos de la contaminación ambiental (aire, aguas y ruidos) en los destinos turísticos

5.9. Agentes implicados en los recursos turísticos
5.9.1. Políticas territoriales y de la Comunidad de Madrid
5.9.2. Estrategias de los agentes: motivación, producción, consumo, otros
5.9.3. Nuevos modelos de consumo turístico
5.9.4. Señalización y accesibilidad a los recursos turísticos

Módulo 6. Módulo profesional optativo I (180 horas)

Módulo 7. Inglés profesional para Grado Superior (50 horas)

7.1. *My favourite places*
- 7.1.1. *Adverbs of frequency*
- 7.1.2. *Modal auxiliary verb "Can"*
- 7.1.3. *Use of can*

7.2. *Formal greetings and farewells*
- 7.2.1. *Review on countable/uncountable nouns and definite/indefinite articles*

7.3. *I'm going on holidays! Tourism*
- 7.3.1. *Sentence constructions regarding safety measures on the beach*
- 7.3.2. *Sentence construction referring to opinion or belief*
- 7.3.3. *Adverbs of quantity*
- 7.3.4. *Verb structure: Do not stop + infinitive*
- 7.3.5. *Sentence construction related to memories*
- 7.3.6. *Sentence constructions referring to the achievement of a goal*

7.4. *Accommodation*
- 7.4.1. *Present perfect*
- 7.4.2. *Sentence construction related to travel*
- 7.4.3. *Adverbs of time*
- 7.4.4. *Sentence construction related to lack*
- 7.4.5. *Sentence construction related to existence*

7.5. *Formal greetings and farewells*
- 7.5.1. *Review on countable/uncountable nouns and definite/indefinite articles*

7.6. *Addressing and resolving complex and detailed issues and complaints*
- 7.6.1. *Off the wall (idiom): strange, wacky, or unusual.Collocations and idioms related to problems and solutions*
- 7.6.2. *To be a catch-22 (idiom): a situation in which it's impossible to succeed because of conflicting rules or conditions*
- 7.6.3. *Overcome (v): to defeat or succeed in controlling or dealing with something*

Módulo 8. Itinerario personal para la empleabilidad I (100 horas)

8.1. Evaluación de riesgos laborales
- 8.1.1. La evaluación de riesgos en la empresa como elemento básico de la actividad preventiva
- 8.1.2. Los riesgos generales
- 8.1.3. Los riesgos específicos

8.2. Planificación de la prevención de riesgos en la empresa
- 8.2.1. El Plan de prevención de riesgos laborales
  - 8.2.1.1. Evaluación de riesgos
  - 8.2.1.2. Organización y planificación de la prevención en la empresa
- 8.2.2. Elementos básicos de la gestión de la prevención en la empresa
- 8.2.3. Medidas de prevención y protección

8.3. Primeros auxilios
- 8.3.1. El botiquín de primeros auxilios
  - 8.3.1.1. Situación y elementos básicos
  - 8.3.1.2. Revisión y reposición
- 8.3.2. Tratamiento básico de las lesiones y traumatismos más frecuentes
  - 8.3.2.1. Identificación, clasificación y actuación básica en lesiones: heridas, hemorragias, quemaduras e intoxicaciones
  - 8.3.2.2. Identificación y actuación básica en traumatismos: torácicos, craneoencefálicos, de la columna vertebral, síndrome de aplastamiento, politraumatizados, esguinces, contusiones, luxaciones y fracturas
- 8.3.3. Técnicas de inmovilización y transporte
  - 8.3.3.1. Evaluación de la necesidad de traslado del accidentado o enfermo repentino
  - 8.3.3.2. Aplicación de técnicas de inmovilización y transporte con medios convencionales o inespecíficos
  - 8.3.3.3. Posición lateral de seguridad
  - 8.3.3.4. Posiciones de espera y traslado, según lesión o enfermedad repentina
  - 8.3.3.5. Confección de camillas con medios convencionales o inespecíficos
- 8.3.4. Identificación de las técnicas que no son de su competencia por corresponder a otros profesionales

8.4. Contratos de trabajo
- 8.4.1. Análisis y requisitos de la relación laboral individual
- 8.4.2. Derechos y deberes derivados de la relación laboral
- 8.4.3. El contrato de trabajo y modalidades de contrato de trabajo
- 8.4.4. La nómina. Condiciones económicas establecidas en el convenio colectivo aplicable al sector del título
- 8.4.5. Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo: Causas y efectos
- 8.4.6. Medidas establecidas por la legislación vigente para la conciliación de la vida laboral y familiar

8.5. Seguridad social, empleo y desempleo
- 8.5.1. Estructura del Sistema de la Seguridad Social: Modalidades y regímenes de la Seguridad Social
- 8.5.2. Principales obligaciones de empresarios y trabajadores en materia de Seguridad Social: Afiliación, altas, bajas y cotización
- 8.5.3. Acción protectora de la Seguridad Social: Introducción sobre contingencias, prestaciones económicas y servicio

8.6. Orientación profesional y empleo
- 8.6.1. Normativa reguladora del ciclo formativo
- 8.6.2. Importancia de la formación constante y permanente
- 8.6.3. Opciones profesionales: Definición y análisis del sector profesional del título del ciclo formativo
- 8.6.4. Empleadores en el sector
- 8.6.5. Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo y selección de personal
- 8.6.6. Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa

8.7. Habilidades de búsqueda activa de empleo
- 8.7.1. Habilidades de búsqueda activa de empleo
  - 8.7.1.1. Recursos e instrumentos de búsqueda de empleo
  - 8.7.1.2. Canales y vías de búsqueda de empleo
  - 8.7.1.3. El proceso de selección
- 8.7.2. Creación de ambientes positivos en el ámbito laboral

Módulo 9. Segunda Lengua Extranjera (160 horas)

9.1. *Mes lieux favoris*
- 9.1.1. *Comment décrire et caractériser des lieux*
- 9.1.2. *Parler des lieux où on aime passer le temps*
- 9.1.3. *S'orienter dans l'espace*
- 9.1.4. *Exprimer ce qu'on va faire dans un futur proche*

9.2. *Plage ou Campagne?*
- 9.2.1. *Comment exprimer son intérêt pour quelques lieux*
  - 9.2.1.1. *Les activités à faire à la campagne et à la plage*

9.3. *Je ne quitte pas la maison sans*
- 9.3.1. *Objets et documents liés au voyage: carte d'identité, passeport, valise, sac, etc*
- 9.3.2. *Lexique se référant aux hôtels et au personnel touristique*
- 9.3.3. *Types d'hébergement à l'hôtel: chambre simple / double*
- 9.3.4. *Sports pratiqués pendant les vacances*
- 9.3.5. *Types de voyage et d'hébergement: vacances, tourisme, office de tourisme et d'information, excursion*

9.4. *À l'agence de voyages*
- 9.4.1. *Vocabulaire relatif aux vacances et au temps libre*
- 9.2.2. *Comment formuler des hypothèses*
- 9.2.3. *Mots de deux, trois et quatre syllabes*

9.5. *Faire ses valises*
- 9.5.1. *Vocabulaire relatif aux vacances, vêtements d'hiver et d'été*
- 9.5.2. *Projets d'avenir*
- 9.5.3. *À parler du temps ou de la durée d'une action*
- 9.5.4. *Exprimer la quantité*
- 9.5.5. *Mots de deux, trois et quatre syllabes*

9.6. *Petit déjeuner inclus*
- 9.6.1. *Vocabulaire relatif aux vacances, aux plans et aux repas*
- 9.6.2. *Situer les événements sur la ligne du temps*
- 9.6.3. *Mots de deux, trois et quatre syllabes*

9.7. *Guide touristique*
- 9.7.1. *Vocabulaire relatif aux vacances, aux projets et au tourisme*
- 9.7.2. *Description des lieux et des personnes*
- 9.7.3. *Mots de deux, trois et quatre syllabes*
- 9.7.4. *La conjugaison à l'impératif*

9.8. *Allons sur une île*
- 9.8.1. *Vocabulaire en rapport avec les moyens de transport*
- 9.8.2. *Imaginer des situations hypothétiques*
- 9.8.3. *Mots de la leçon*
- 9.8.4. *L'utilisation du passé récent*

9.9. *Une promenade en bateau*
- 9.9.1. *Vocabulaire en rapporta vec les moyens de transport et les aliments*
- 9.9.2. *À désigner des êtres ou des choses sans en préciser l'identité ou le nombre*
- 9.9.3. *Prononciation en rapport avec les mots de la leçon*

Módulo 10. Dirección de entidades de Intermediación Turística (190 horas)

10.1. Dirección estratégica de las entidades de intermediación turística
- 10.1.1. Dirección estratégica de las entidades de intermediación turística
  - 10.1.1.1. El concepto de estrategia
  - 10.1.1.2. Niveles de estrategia
  - 10.1.1.3. El proceso de dirección estratégica
  - 10.1.1.4. Los objetivos y los valores de estas entidades
    - 10.1.1.4.1. La misión, visión y valores de las entidades de intermediación
    - 10.1.1.4.2. Los objetivos estratégicos de las entidades de intermediación
    - 10.1.1.4.3. La responsabilidad social de las entidades de intermediación
    - 10.1.1.4.4. La ética empresarial de las entidades de intermediación turística

10.2. La intermediación turística: el entono general y específico y formas de desarrollo
- 10.2.1. Análisis del entorno general
- 10.2.2. Análisis del entorno especifico de entidades de intermediación
- 10.2.3. Análisis interno de entidades de entidades de intermediación
- 10.2.4. Formas de desarrollo de las entidades de intermediación: la diversificación y la internalización
- 10.2.5. Agencias de viajes. Concepto. Evolución histórica. Clasificación legal. Características, funciones y requisitos
- 10.2.6. Requisitos específicos para su funcionamiento. Estructura interna

10.3. Dirección de entidades de intermediación turística
- 10.3.1. Agencias de viajes especializadas. Agencias virtuales, agencias por franquicia. Servicios que ofertan
- 10.3.2. Otras figuras de intermediación y gestión de servicios y productos turísticos
- 10.3.3. Centrales de reservas: Concepto, funciones y características
- 10.3.4. Localización de las empresas de intermediación
- 10.3.5. Normativa europea, nacional y autonómica aplicable a la actividad de intermediación de servicios turísticos
- 10.3.6. Deontología profesional
- 10.3.7. Organismos y asociaciones nacionales e internacionales. Particularidades y funciones
- 10.3.8. Aplicación de las tecnologías de la información y a la comunicación a las entidades de intermediación

10.4. Organización de entidades de intermediación turística
- 10.4.1. Empresas de intermediación turística. Concepto. Principios de organización
- 10.4.2. Sistemas y tipos de organización
- 10.4.3. Estructuras organizativas. Concepto, elementos y dimensiones estructurales
- 10.4.4. Departamentalización o áreas. Relaciones interdepartamentales
- 10.4.5. Diseño de organigramas. Concepto. Clasificación de organigramas. Puestos y funciones
- 10.4.6. Planificación y planes empresariales. Concepto, naturaleza y elementos de la planificación. Estrategias y políticas. Herramientas de planificación. Programación de actividades de producción en las empresas de intermediación
- 10.4.7. Valoración de la importancia de la planificación en la gestión empresarial

10.5. Control de la rentabilidad en entidades de intermediación turística 1
- 10.5.1. Concepto de gestión económica y financiera en las empresas de intermediación turística
- 10.5.2. El patrimonio. Concepto. Elementos y masas patrimoniales
- 10.5.3. Análisis de balances y cuentas de resultados de las empresas de intermediación turística
- 10.5.4. Análisis de la estructura de ingresos y gastos, de cobros y pagos de las empresas de intermediación turística. Conceptos. Tipos de ingresos y gastos, de cobros y pagos
- 10.5.5. Presupuestos. Concepto. Tipos. Elaboración de presupuestos. Control, desviaciones y medidas correctoras

10.6. Control de la rentabilidad en entidades de intermediación turística 2
- 10.6.1. Financiación. Estructura financiera de la empresa. Conceptos. Clases y costes de las fuentes de financiación
- 10.6.2. Los costes. Tipos. Cálculo e imputación de costes derivados de la gestión de empresas de intermediación turística. Control de los costes
- 10.6.3. Comisiones de las empresas de intermediación. Concepto. Tipos
- 10.6.4. Análisis de la rentabilidad. Definición, ratios, cálculo de ratios, margen de beneficio y umbral de rentabilidad
- 10.6.5. La inversión en empresas de intermediación. Concepto. Tipos de inversión. Métodos de selección de inversión
- 10.6.6. Aplicaciones informáticas de gestión económico-financiera

10.7. Realización de la gestión administrativa y comercial
- 10.7.1. Procesos administrativos derivados de las relaciones con proveedores de servicios. Procedimientos. Documentos: liquidaciones, pago de facturas, Bank and Settlement Plan (BSP) y otros
- 10.7.2. I.V.A. Concepto. Tipos impositivos. Régimen especial de las agencias de viajes. Normativa. Funcionamiento. Requisitos. Exenciones. Calendario impositivo. Tipos de declaraciones. Liquidación. Procedimiento manual y telemático
- 10.7.3. Procesos administrativos derivados de las relaciones con clientes. Procedimiento Documentos: Internos y externos. Bonos y tipos de bonos. Emisión de títulos de transporte, facturas, seguros de viaje, bonos y otros documentos. Contratos. Cambio de divisas y cheques de viajero
- 10.7.4. Control de cajas y bancos. Análisis de la información bancaria
- 10.7.5. Gestión de impagos y devoluciones
- 10.7.6. Gestión del almacén. Inventarios. Control de existencias de documentos internos y externos
- 10.7.7. Gestión comercial y canales de distribución. Tipos de canales de distribución: Directos e indirectos. Estrategias comerciales y de distribución en las empresas de intermediación
- 10.7.8. Aplicaciones informáticas de gestión administrativa y comercial

10.8. Recursos humanos: el departamentos, funciones y gestión
- 10.8.1. Dirección de equipos de trabajo: Concepto. Objetivos y funciones. Sistemas de dirección, tipos de mando y liderazgo
- 10.8.2. Organización del personal: planificación de turnos, horarios, calendarios y otros
- 10.8.3. Previsión de plantillas según la estacionalidad
- 10.8.4. Selección de personal. Métodos
- 10.8.5. Formación del personal según la estacionalidad
- 10.8.6. Manual de empresa. Concepto, contenido y función
- 10.8.7. Evaluación y gestión del rendimiento

10.9. Recursos humanos: el equipo de trabajo, formación y producción
- 10.9.1. Diseño de puestos de trabajo. Casos prácticos Evaluación de los puestos
- 10.9.2. La motivación. Concepto. Estrategias de incentivos a la producción. Sistemas de recompensa, retribuciones e incentivos
- 10.9.3. La formación. Programas de formación. Carreras profesionales
- 10.9.4. Manual de formación. Manual de prevención de riesgos laborales
- 10.9.5. Comunicación interna
- 10.9.6. Exigencias internacionales de la Dirección de Recursos Humanos en las entidades de intermediación turística. Casos prácticos

10.10. Calidad en los servicios de intermediación turística
- 10.10.1. Concepto, evolución, elementos y principios rectores de la calidad en el sector turístico
- 10.10.2. Objetivos generales en el subsector de las empresas de intermediación turística
- 10.10.3. Sistemas de calidad aplicables a entidades de intermediación turística

10.10.4. Costes de la calidad
10.10.5. Los costes de la no calidad en los servicios de intermediación turística
10.10.6. Los costes de la calidad en los servicios de intermediación turística
10.10.7. Implantación de un sistema de control de calidad de una consultora externa a la empresa
10.10.8. Sistema documental del modelo de calidad implantado: Manuales de calidad, de procesos, procedimientos y seguridad
10.10.9. Manejo de las herramientas de gestión de la calidad: Autoevaluación, planificación de la mejora, sistemas indicadores, sistema de encuesta, sistema de quejas y sugerencias. Fidelización de clientes. Concepto. Sistemas de captación de clientes
10.10.10. La certificación de modelos o sistemas de calidad implantados en las entidades de intermediación
10.10.11. Gestión medio ambiental de las entidades de intermediación turística

Módulo 11. Gestión de Productos Turísticos (160 horas)

11.1. Análisis de los viajes combinados
11.1.1. Viajes combinados. Definición. Tipología y normativa
11.1.2. Viajes combinados basados en la oferta
11.1.3. Viajes combinados basados en la demanda y hechos a la medida del cliente
11.1.4. Normativa aplicable: ley de viajes combinados, ley del IVA, legislación de agencias de viajes de la Comunidad de Madrid
11.1.5. Elementos de los viajes combinados
11.1.6. El programa de viajes combinados. El contrato de viajes combinados
11.1.7. Intermediarios. Tipología: Agencias receptivas y corresponsales, broker aéreos, y otros
11.1.8. Funciones y relaciones con los organizadores de viajes combinados: hoteles, restaurantes, guías, medios de transporte, agencias organizadoras y otros proveedores
11.1.9. Relaciones profesionales entre organizador, detallista y proveedores de servicios
11.1.10. Convenios de colaboración y términos de retribución
11.1.11. Mercado de viajes combinados. Situación actual y tendencias futuras

11.2. Diseño y cotización de viajes combinados
11.2.1. Aplicación de técnicas de investigación de mercado: Tendencias y necesidades de la demanda, segmentación de mercados y análisis de la competencia
11.2.2. Diseño del viaje combinado. Componentes. Fases y secuenciación
11.2.2.1. Planificación del itinerario
11.2.2.2. Distribución en el tiempo
11.2.2.3. Distribución en el espacio
11.2.2.4. Determinación de los servicios turísticos de un viaje
11.2.3. Selección de proveedores. Negociación. Criterios
11.2.4. Cotización de los servicios
11.2.4.1. Reglas básicas para cotizar viajes combinados
11.2.4.2. Componentes del precio
11.2.4.3. Tarifas y condiciones especiales, descuentos, gratuidades y otros. Impuestos y tasas
11.2.4.4. Costes: fijos y variables
11.2.4.5. Comisiones a los intermediarios
11.2.4.6. Cálculo del Margen de beneficio
11.2.4.7. Determinación del punto muerto
11.2.5. Cálculo del precio de venta final
11.2.6. Documentación derivada del diseño y cotización de viajes combinados
11.2.7. La calidad en los viajes combinados
11.2.7.1. Indicadores de calidad del producto
11.2.7.2. Controles sobre los proveedores
11.2.7.3. Controles sobre los distribuidores
11.2.7.4. Análisis del impacto social y medio ambiental
11.2.7.5. Atenciónal distribuidor en la venta de viajes combinados
11.2.7.6. Controles de satisfacción de los clientes
11.2.7.7. Gestión de quejas y reclamaciones de clientes
11.2.8. Aplicaciones informáticas
11.2.9. Supuestos prácticos de diseño y cotización de viajes combinados a la oferta y a la demanda. Los proveedores: tarifas, formas de pago y contratos. Cotización: costes, margen de beneficio y PVP. Resultado económico del viaje

11.3. Coordinación de viajes combinados con los prestatarios de los servicios
- 11.3.1. Operación y reserva de los viajes combinados. Procesos
- 11.3.2. Control de plazas y cupos. Gestión de tiempos: release
- 11.3.3. Medios utilizados y operativa: directamente al prestatario o a través de las agencias corresponsales o receptivo
- 11.3.4. Organización y reserva de los servicios de transporte, alojamiento y otros servicios complementarios para grupos y clientes individuales
- 11.3.5. Coordinación con las agencias receptivas: reserva de servicios y atención a los clientes en destino
- 11.3.6. Documentación: tipo, finalidad y emisión
- 11.3.7. Aplicaciones informáticas específicas de información para el diseño, gestión y reserva de servicios turísticos
- 11.3.8. Programas informáticos de gestión interna y de gestión de ventas
- 11.3.9. Conexiones informáticas con los proveedores

11.4. Identificación del mercado de eventos
- 11.4.1. Los eventos. Tipología. Concepto y función. Clasificación de los eventos. Infraestructuras y servicios necesarios en función del tipo de evento
- 11.4.2. El departamento de organización de eventos: necesidades de personal y distribución de funciones
- 11.4.3. Servicios demandados según la tipología de eventos
- 11.4.4. La captación de eventos: organismos y empresas públicas y privadas intervinientes
- 11.4.5. La importancia de los eventos. Análisis del mercado actual y previsible evolución del sector. Impacto económico y social en los destinos
- 11.4.6. Oferta turística necesaria para el desarrollo de eventos
- 11.4.7. Patrocinadores y entidades colaboradoras
- 11.4.8. Aplicaciones informáticas de información aplicadas a los eventos

11.5. Organización de eventos
- 11.5.1. Proyecto: fases y metodología para su desarrollo
- 11.5.2. Recursos humanos, técnicos y materiales para la organización de eventos
- 11.5.3. La contratación de servicios a proveedores de transporte, alojamiento, restauración, seguros, material multimedia y otras necesidades
- 11.5.4. Las nuevas tecnologías utilizadas en los eventos
- 11.5.5. La comercialización del evento. Herramientas promocionales
- 11.5.6. Formalización y gestión de la documentación de un evento
- 11.5.7. La Gestión Económica de los Eventos. Cálculo de costes: elaboración del presupuesto, valoración, cálculo de tarifas y determinación del margen de beneficios
- 11.5.8. Coordinación entre clientes y organizador del evento. Presentación del evento
- 11.5.9. Plan de seguridad: gestión, medios técnicos y planes de emergencia
- 11.5.10. Aplicaciones informáticas para la búsqueda de información y gestión de eventos
- 11.5.11. Supuesto práctico de organización de un evento. Definición de cliente y servicio
- 11.5.12. Selección de proveedores y contratación de servicios. Cotización, cálculo de costes, margen de beneficio y PVP. Determinación de tarifas, formas de pago y contratos. Evaluación del desarrollo del evento y Análisis de resultados

11.6. Supervisión de eventos
- 11.6.1. Coordinación de los recursos humanos y control durante el evento
  - 11.6.1.1. Personal. Funciones y ubicación
  - 11.6.1.2. Equipos técnicos, mobiliario y material diverso
  - 11.6.1.3. Documentación de levento: carpetas, credenciales y otros
  - 11.6.1.4. Aplicación de normas de protocolo en diversos tipos de actos
- 11.6.2. Puntos clave para el éxito de un evento. Check List del evento
- 11.6.3. Fases en el desarrollo de un Evento: acogida, atención durante el evento, y despedida
- 11.6.4. Soportes publicitarios e informativos en eventos
- 11.6.5. Acogida, atención a los asistentes durante el evento y despedida. Procedimiento
- 11.6.6. Gestión de las relaciones con los medios de comunicación. Necesidades técnicas y dispositivos para los medios
- 11.6.7. El centro de prensa y el plan de comunicación
- 11.6.8. La calidad en los servicios de eventos

11.7. Actividades Post-evento
- 11.7.1. Evaluación del desarrollo del evento
- 11.7.2. Análisis de resultados
- 11.7.3. Análisis de satisfacción y tratamiento de quejas
- 11.7.4. Detección de errores y propuestas de mejora
- 11.7.5. Elaboración de estadísticas, informe y memoria
- 11.7.6. Evaluación de la repercusión del evento
- 11.7.7. Facturación a clientes. Pago a proveedores de servicios y personal contratado

Módulo 12. Venta de Servicios Turísticos (190 horas)

12.1. Intermediación en la venta del transporte aéreo y marítimo
- 12.1.1. Intermediación en la venta del transporte aéreo
  - 12.1.1.1. Tipología y caracterización
  - 12.1.1.2. Aeropuertos. Proveedores del transporte aéreo. Productos y servicios que ofertan
  - 12.1.1.3. Principales tarifas. Comisiones. Condiciones del transporte
  - 12.1.1.4. Impuestos y tasas
  - 12.1.1.5. Normativa vigente del transporte aéreo
  - 12.1.1.6. Derechos y deberes de usuarios y transportistas
- 12.1.2. Intermediación en la venta del transporte marítimo
  - 12.1.2.1. Tipología y características
  - 12.1.2.2. Puertos. Compañías marítimas. Productos y servicios que ofertan
  - 12.1.2.3. Principales tarifas. Comisiones. Condiciones del transporte
  - 12.1.2.4. Impuestos y tasas
  - 12.1.2.5. Normativa vigente del transporte marítimo
  - 12.1.2.6. Derechos y deberes de usuarios y transportistas

12.2. Intermediación en la venta del transporte ferroviario y por carretera
- 12.2.1. Intermediación en la venta del transporte ferroviario
  - 12.2.1.1. Tipología y características
  - 12.2.1.2. Estaciones. Compañías ferroviarias. Productos y servicios que ofertan
  - 12.2.1.3. Principales tarifas. Comisiones. Condiciones del transporte
  - 12.2.1.4. Impuestos y tasas
  - 12.2.1.5. Normativa vigente del transporte ferroviario
- 12.2.2. Intermediación en la venta del transporte por carretera
  - 12.2.2.1. Tipología y características: Autocares. Alquiler de automóviles y otros tipos de vehículos
  - 12.2.2.2. Proveedores. Productos y servicios que ofertan
  - 12.2.2.3. Principales tarifas. Comisiones. Condiciones del transporte
  - 12.2.2.4. Impuestos y tasas
  - 12.2.2.5. Normativa vigente del transporte por carretera
  - 12.2.2.6. Derechos y deberes de usuarios y transportistas

12.3. Intermediación en la venta de alojamiento turístico, restauración, viajes combinados y otros servicios turísticos
- 12.3.1. Intermediación en la venta de alojamiento turístico y servicios de restauración
  - 12.3.1.1. Tipología y características. Productos y servicios que ofertan
  - 12.3.1.2. Tarifas. Comisiones. Condiciones del servicio
  - 12.3.1.3. Normativa vigente de alojamientos turísticos y empresas de restauración
- 12.3.2. Intermediación en la venta de viajes combinados. Principales productos y proveedores. Comisiones
- 12.3.3. Intermediación en la venta de otros servicios turísticos. Caracterización y tipologías: guías turísticos, seguros de viaje, venta y cambio de divisas, cheques de viajero, entradas a espectáculos, museos, monumentos, excursiones y otras actividades de las agencias de viajes. Comisiones, tarifas y condiciones. Productos y servicios que ofertan

12.4. Aplicación de técnicas de venta de productos y servicios turísticos y el cliente
- 12.4.1. El cliente. Tipología y características. Tratamiento del cliente en función de necesidades y motivos de compra
  - 12.4.1.1. Técnicas de comunicación aplicadas. El lenguaje del cuerpo y su información
- 12.4.2. Técnicas de venta de productos y servicios turísticos. Principios básicos. Valoración de la importancia de las técnicas de venta en la gestión comercial de las agencias de viajes

12.5. Etapas de la venta y venta telefónica de servicios turísticos
- 12.5.1. Etapas de la venta
  - 12.5.1.1. Acogida y generación de confianza en el cliente
  - 12.5.1.2. Indagación de necesidades y deseos del cliente
  - 12.5.1.3. Presentación del producto/servicio
  - 12.5.1.4. La negociación. Proceso y técnicas. Manejo de objeciones y dudas
  - 12.5.1.5. Cierre de la venta
- 12.5.2. Venta telefónica de servicios turísticos

12.6. Venta de servicios, fuentes de información, asesoramiento y sistema de reservas
- 12.6.1. Fuentes de información internas y externas utilizadas para la venta de productos y servicios turísticos en agencias de viajes. Tipología y uso
- 12.6.2. Información y asesoramiento al cliente de productos, servicios y destinos turísticos
- 12.6.3. Reserva de productos y servicios. Sistemas de reservas
  - 12.6.3.1. Procedimiento de reserva y confirmación. Localizadores
  - 12.6.3.2. Alternativas en el supuesto de no-confirmación
  - 12.6.3.3. Depósitos

12.7. Gestión de reservas, relaciones con proveedores y confirmación de servicio y entrega
- 12.7.1. Gestión de reservas a través de Global Distribution System (GDS), Computerized Reservation System (CRS) y otros sistemas globales de distribución
- 12.7.2. Relaciones con proveedores. Medios y documentos de confirmación de reserva. Crédito y prepago
- 12.7.3. Confirmación del servicio y entrega de documentación al cliente

12.8. Información previa a los servicios y otras gestiones de venta de servicios
- 12.8.1. Información previa al servicio/viaje
  - 12.8.1.1. Pasaporte, D.N.I., visados
  - 12.8.1.2. Fichas de control de entrada y salida
  - 12.8.1.3. Certificados de vacunación
  - 12.8.1.4. Divisas, cupos y trámites aduaneros
  - 12.8.1.5. Consulados y embajadas
  - 12.8.1.6. Horarios, itinerarios y otros datos de interés
- 12.8.2. Registro de datos. Soportes documentales. Procedimiento de uso y archivo
- 12.8.3. Normativa vigente sobre protección de datos de consumidores y usuarios
- 12.8.4. Agencias virtuales. Venta por Internet, equipos informáticos, terminales, Centrales de Reservas y GDS
- 12.8.5. La calidad en la venta de productos y servicios turísticos en agencias de viajes

12.9. Operaciones de cierre y post-venta. Procesos y documentos administrativos
- 12.9.1. Documentos para la prestación de servicios. Tipología: fichas de clientes, expediente de servicios, fichas de proveedores, presupuesto de servicios, bonos, títulos de transporte, Miscellaneus Charge Order (MCO)
- 12.9.2. Procedimiento de emisión
  - 12.9.2.1. Bonos, billetes, pasajes, títulos de transporte y MCO. Localizadores
- 12.9.3. Documentos de venta. Tipología. Funciones
- 12.9.4. Procedimiento de facturación de servicios a clientes. Facturas y albaranes. Sistemas y formas de cobro de servicios
  - 12.9.4.1. Transporte
  - 12.9.4.2. Alojamiento y servicios de restauración
  - 12.9.4.3. Viajes combinados
  - 12.9.4.4. Otros servicios turísticos

12.10. Operaciones de cierre y post-venta. Procesos y documentos administrativos
- 12.10.1. Sistemas y formas de cobro de servicios. Políticas de crédito
  - 12.10.1.1. Cliente individual
  - 12.10.1.2. Cliente empresa
- 12.10.2. Cancelaciones de servicios. Procedimiento. Aplicación de la normativa en función del servicio cancelado. Devoluciones por servicios no utilizados
- 12.10.3. Instrucciones previas al servicio/viaje
- 12.10.4. Procesos de post-venta y valoración desde un punto de vista comercial y de fidelización. Tratamiento de quejas y reclamaciones
- 12.10.5. Aplicaciones informáticas, terminales y GDS

Módulo 13. Itinerario personal para la empleabilidad II (70 horas)

13.1. Optimizando la Empleabilidad
- 13.1.1. Las habilidades sociolaborales
- 13.1.2. Habilidades de autonomía personal para la inserción sociolaboral
- 13.1.3. Conocimiento del entorno social y la comunidad
- 13.1.4. Gestión y organización del tiempo
- 13.1.5. Autogobierno
- 13.1.6. Habilidades sociales para la inserción sociolaboral
- 13.1.7. Habilidades básicas de interacción social
- 13.1.8. Habilidades de conversación

13.1.9. Habilidades de cordialidad y cooperación
13.1.10. Habilidades de autoafirmación / asertividad
13.1.11. Habilidades emocionales / inteligencia emocional
13.1.12. Habilidades laborales
13.1.13. Habilidades profesionales específicas de cada empleo
13.1.14. Normas de comportamiento en el puesto de trabajo
13.1.15. Habilidades relacionadas con el trabajo / competencias transversales
13.2. La iniciativa emprendedora y la empresa
13.2.1. El espíritu emprendedor
13.2.2. El empresario
13.2.3. Evolución histórica de la figura del empresario
13.2.4. Visión actual del empresario
13.2.5. La empresa: su papel en la economía
13.2.6. La empresa como sistema
13.3. Creación y puesta en marcha de una empresa
13.3.1. Las personas jurídicas y sus formas
13.3.2. Las sociedades
13.3.2.1. Sociedad no mercantil
13.3.2.2. Sociedad mercantil
13.3.2.3. Cooperativa
13.3.2.4. Franquicia
13.3.3. Trámites para crear una empresa
13.3.4. Trámites previos
13.3.4.1. Certificación negativa de nombre
13.3.4.2. Ingreso del capital en cuenta corriente
13.3.4.3. Elaboración de estatutos y otorgamiento de escrituras al notario
13.3.4.4. Solicitud del número de identificación fiscal (NIF)
13.3.4.5. Pago de impuestos de Transmisiones Patrimoniales y Actos jurídicos documentados
13.3.4.6. Inscripción en el registro mercantil
13.3.5. Trámites para el funcionamiento
13.3.5.1. Trámites ante la Agencia Tributaria
13.3.5.2. Trámites ante el Ayuntamiento
13.3.5.3. Trámites ante la Tesorería General de la Seguridad Social (TGSS)
13.3.5.4. Trámites ante la Dirección Provincial de Trabajo
13.3.5.5. Trámites ante el Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE)
13.3.5.6. Trámites ante otros registros
13.3.6. Crear una empresa por internet
13.4. Emprendimiento Corporativo
13.4.1. Dimensiones del emprendimiento corporativo
13.4.1.1. Propiedad organizacional
13.4.2. Fases del emprendimiento corporativo
13.4.2.1. Recopilar y validar ideas de las partes interesadas corporativas
13.4.2.2. Establecer metas y objetivos de innovación empresarial claros
13.4.2.3. Construir equipos de emprendimiento e innovación corporativos
13.4.2.4. Ejecutar la estrategia de innovación corporativa
13.4.2.5. Unirse a un programa de innovación corporativa
13.4.3. Tipos de emprendimiento corporativo
13.4.4. Corporate venturing
13.4.4.1. Renovación organizacional
13.4.4.2. Innovación (orientación empresarial)
13.4.5. Modelos (ejemplos) de emprendimiento corporativo
13.4.5.1. El facilitador (Google)
13.4.5.2. El productor (Cargill)
13.4.5.3. El oportunista (Zimmer)
13.4.5.4. El defensor (DuPont)

13.5. Innovación Estratégica
- 13.5.1. Dimensiones de la estrategia corporativa
  - 13.5.1.1. Proceso de innovación gestionado
  - 13.5.1.2. Alineación estratégica
  - 13.5.1.3. Previsión en la industria Visión cliente consumidor
  - 13.5.1.4. Tecnologías y competencias básicas
  - 13.5.1.5. Preparación organizacional
  - 13.5.1.6. Implementación disciplinada
- 13.5.2. Tipos de innovación estratégica (ejemplos)
  - 13.5.2.1. Proactiva
  - 13.5.2.2. Activa
  - 13.5.2.3. Reactiva
  - 13.5.2.4. Pasiva
  - 13.5.2.5. Innovación estratégica disruptiva
- 13.5.3. Diferencias entre estrategia tradicional e innovación estratégica
- 13.5.4. Pasos para desarrollar una innovación estratégica
  - 13.5.4.1. Determine objetivos y enfoque estratégico de la innovación
  - 13.5.4.2. Conozca su mercado: clientes y competidores
  - 13.5.4.3. Defina su propuesta de valor
  - 13.5.4.4. Evalúe y desarrolle sus capacidades básicas
  - 13.5.4.5. Establezca sus técnicas y sistemas de innovación
- 13.5.5. Strategic innovation framework (SIF)
  - 13.5.5.1. Definición y conceptos fundamentales
  - 13.5.5.2. Modelo del ciclo de vida (Abraham y Knight)
- 13.5.6. Importancia de la innovación estratégica

Módulo 14. Digitalización aplicada a los sectores productivos (30 horas)

14.1. Transformación Digital y Empresarial
- 14.1.1. Digitalización vs. transformación digital
- 14.1.2. Social business: plataformas, procesos y personas
  - 14.1.2.1. ¿Cómo se construye el social business?
- 14.1.3. Modelos organizativos

14.2. Diferentes tecnologías habilitadoras digitales (THD)
- 14.2.1. Definición de proyecto 4.0
- 14.2.2. Ejemplos de habilitadores digitales en la industria
  - 14.2.2.1. Big Data
  - 14.2.2.2. *Machine learning*
  - 14.2.2.3. Implantación de robótica colaborativa (cobots)
  - 14.2.2.4. Impresión aditiva 3D
  - 14.2.2.5. IoT

14.3. Sistemas basados en cloud/nube
- 14.3.1. Desarrollo
  - 14.3.1.1. Características
  - 14.3.1.2. ¿Qué es el Cloud Computing?
  - 14.3.1.3. ¿Cuáles son las ventajas del Cloud Computing?
- 14.3.2. Modelos de implementación
- 14.3.3. Niveles o capas
- 14.3.4. Otros modelos de servicios para la nube

14.4. Inteligencia Artificial (IA)
- 14.4.1. Concepto de inteligencia artificial
- 14.4.2. Tipos de inteligencia artificial
- 14.4.3. Inteligencia artificial vs. Machine learning
- 14.4.4. Depp learning

14.5. Big Data
- 14.5.1. Concepto de Big data y Smalldata
  - 14.5.1.1. ¿Qué es el Big Data
  - 14.5.1.2. ¿Cuál es el objetivo del Big Data?
  - 14.5.1.3. ¿Qué es el Small Data
- 14.5.2. Las 4 V del Big Data
- 14.5.3. Analítica predictiva

14.6. Proyectos de transformación digital. Aplicaciones de uso
- 14.6.1. Camino de la transformación digital
  - 14.6.1.1. Etapa 1. Negocio tradicional
  - 14.6.1.2. Etapa 2: Presente y activos
  - 14.6.1.3. Etapa 3. Emprendimiento interno
  - 14.6.1.4. Etapa 4: estrategias
  - 14.6.1.5. Etapa 5: Convergencia
- 14.6.2. Proyectando la transformación digital
  - 14.6.2.1. Etapa 6: Innovadoras y adaptativas
- 14.6.3. Cómo triunfar en la transformación digital

Módulo 15. Sostenibilidad aplicada al sistema productivo (30 horas)

15.1. Desarrollo sostenible: Empresa y medio ambiente
- 15.1.1. Desarrollo sostenible: empresa y medio ambiente
  - 15.1.1.1. Desarrollo sostenible: objetivos y metas
  - 15.1.1.2. La actividad económica y su impacto en el medio ambiente
  - 15.1.1.3. La responsabilidad social de las empresas

15.2. Agenda 2030 y Objetivos de desarrollo sostenible
- 15.2.1. Agenda 2030 y objetivos de desarrollo sostenible
  - 15.2.1.1. La Agenda 2030: antecedentes, proceso de aprobación y contenido
  - 15.2.1.2. Los 15 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) Guía SGD Compass

15.3. Economía circular
- 15.3.1. Economía circular
  - 15.3.1.1. La economía circular
  - 15.3.1.2. Legislación y estrategias de apoyo a la economía circular
  - 15.3.1.3. Diagramas del sistema de la economía circular

15.4. Planes directores de eficiencia energética
- 15.4.1. Planes directores de eficiencia energética
  - 15.4.1.1. Metodología de elaboración de un plan director
  - 15.4.1.2. Modelos de gestión
  - 15.4.1.3. Eficiencia energética dentro de un plan director

Módulo 16. Módulo profesional optativo II (120 horas)

Módulo 17. Proyecto intermodular de agencias de viajes y gestión de eventos (50 horas)

Módulo 18. Formación en centros de trabajo (370 horas)

Este programa dispone de una metodología 100% online para garantizar la adecuación de tu aprendizaje a tus propias necesidades personales”

05

Formación en Centros de Trabajo (FCT)

TECH Formación Profesional es el único centro educativo que ofrece prácticas garantizadas en las Pruebas Libres para este Grado Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos. Por tanto, estás ante una oportunidad única para desempeñarte en un entorno profesional realista, gracias al cual no solo multiplicarás tus posibilidades de inserción laboral, sino con el que también aprenderás en una empresa de primer nivel y contarás con el acompañamiento de profesionales de gran reputación internacional.

Desde las empresas de prácticas, tendrás acceso a las actividades básicas y avanzadas que son indispensables para la gestión de eventos. Asimismo, conocerás las herramientas de trabajo más eficientes y actualizadas que emplean hoy en día las agencias de viaje. Con todo esto, adquirirás competencias útiles, innovadoras e indispensables para asumir todos los retos profesionales de este campo, colocándote como un activo de gran valor en el panorama laboral.

Aunque estas prácticas garantizadas son voluntarias e independientes a las exigidas por cada Comunidad Autónoma, enriquecerán tu andadura académica y te proporcionarán una formación superior al resto de programas convencionales de preparación de Pruebas Libres, aumentando tus posibilidades de éxito. Además, no solo estarás preparándote para disfrutar de un futuro laboral brillante, sino que estarás enriqueciendo tu red de contactos rodeándote de los profesionales más valorados del sector. Una oportunidad de crecimiento y consolidación única que solo TECH Formación Profesional podría ofrecerte.

Las prácticas tienen las siguientes características:

Se cursan una vez superados el resto de los módulos profesionales realizados en el centro educativo

La duración del periodo de prácticas del ciclo formativo será de 370 horas

Podrás hacer las prácticas en un centro de tu Comunidad Autónoma

TECH tiene convenios de prácticas con las empresas líderes del sector turístico y de la gestión de eventos

TECH es el único centro de Formación Profesional que incluye prácticas presenciales para la modalidad de Pruebas Libres. Matricúlate ahora e impulsa tu carrera con un enfoque teórico-práctico global en relación a la gestión de eventos y de las agencias de viajes"

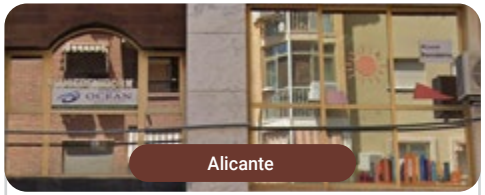
06

¿Dónde podré realizar la Formación en Centros de Trabajo?

TECH tiene una amplísima red de convenios con centros especializados dentro del territorio español. Estas empresas son escogidas por sus recursos humanos altamente capacitados y su uso de la tecnología más avanzada. Gracias a esas entidades, contarás con otra perspectiva del desarrollo profesional ya que adquirirás habilidades de un modo directo y bajo la supervisión de especialistas con dilatada experiencia. Una iniciativa que te permitirá estar preparado y enfrentar con eficiencia cualquier desafío dentro del ámbito laboral relacionado con la Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.

No dejes pasar la oportunidad de completar este Grado Superior (Pruebas Libres) en una institución equipada con la última aparatología y con un distinguido equipo de expertos"

En particular, para esta Formación en Centros de Trabajo, también están disponibles las siguientes instituciones:



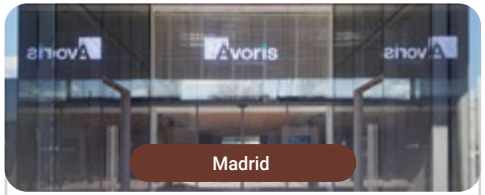
Viajes Ocean

País
España

Ciudad
Alicante

Dirección: Calle de la Nucia, 4, Local 8, 03502 Benidorm, Alicante

Viajes Ocean, Especialistas en diseño y creación de viajes a medida a gran variedad de destinos



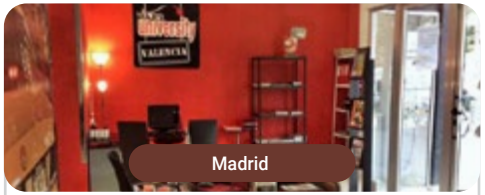
Ávoris Corporación Empresarial

País
España

Ciudad
Madrid

Dirección: Calle Vía de los Poblados, 13, Edificio Milenium A, Hortaleza, 28033. Madrid

Empresa relacionada al turismo nacional e internacional, dedicada a la elaboración de paquetes vacacionales para su venta a través de las agencias de viaje



Viajes University

País
España

Ciudad
Madrid

Dirección: Calle Blasco de Garay nº 16, 28015 Madrid

Especialistas en viajes para estudiantes y viajes a medida

Sansor Viajes

País
España

Ciudad
Alicante

Dirección: Avda. Puerto Santa Maria, 25 – Portal II – Local 4 – 03710 Calpe (Alicante)

Sansor Viajes ofrece un servicio especializado en Grupos y Escapadas Temáticas

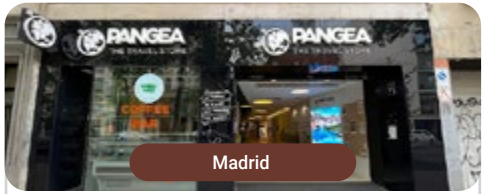
Viajes Carrefour Fuenlabrada

País
España

Ciudad
Madrid

Dirección: C.C. Carrefour La Estación, Plaza De Grecia S/N, 28943, Fuenlabrada

Viajes Carrefour cuenta con más de 30 años de experiencia en el sector de agencias de viajes en Europa



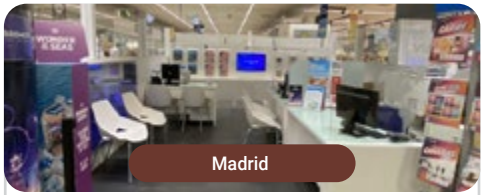
Pangea The Travel Store

País
España

Ciudad
Madrid

Dirección: C. del Príncipe de Vergara, 26, 28001 Madrid

Pangea The Travel Store tiene más de 80 asesores expertos en cualquier destino y tipo de viaje



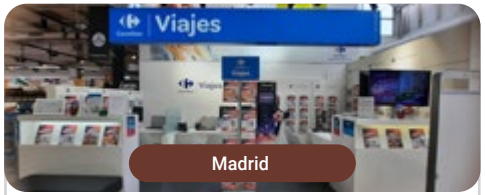
Viajes Carrefour Los Ángeles

País
España

Ciudad
Madrid

Dirección: Avda de Andalucia Km 7,1, Avenida de Andalucía, 28041, Madrid

Viajes Carrefour cuenta con más de 30 años de experiencia en el sector de agencias de viajes en Europa



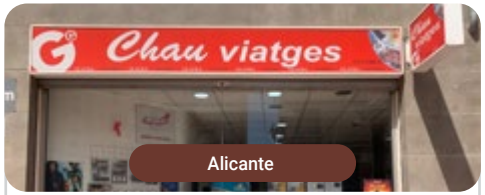
Viajes Carrefour Aluche

País
España

Ciudad
Madrid

Dirección: Avenida de los Poblados S/N, CC Carrefour Aluche, 28044, Madrid

Viajes Carrefour cuenta con más de 30 años de experiencia en el sector de agencias de viajes en Europa



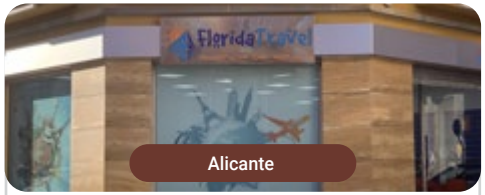
Chau Viatges

País
España

Ciudad
Alicante

Dirección: Carrer el Camí, 62, 03801 Alcoi, Alicante

Servicio personalizado con nuevas herramientas tecnológicas, ofreciendo las mejores ofertas a la medida de sus necesidades para sus viajes



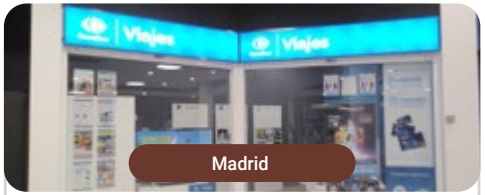
Florida Travel Spain

País
España

Ciudad
Alicante

Dirección: Carrer Republica Argentina, 56, 03007 Alacant, Alicante

Una agencia distinta a todo lo que conoces. Ellos se encargan de todo ya que su dilema es "cero problemas para nuestros clientes"



Viajes Jedisean

País
España

Ciudad
Madrid

Dirección: Av. Pablo Neruda, 91, CC Madrid Sur, 28018, Madrid

Agencia de viajes en Madrid

Viajes Mundomanía

País
España

Ciudad
Alicante

Dirección: CALLE ITALIA 72 C, 03600, ELDA ALICANTE

MUNDOMANIA, ofrece una amplia y completa oferta de viajes y todas las opciones en hoteles y servicios de transporte

Deni Sun Travel

País: España
Ciudad: Alicante

Dirección: C/ de Patricio Ferrándiz, 81A, 03700 Dénia, Alicante

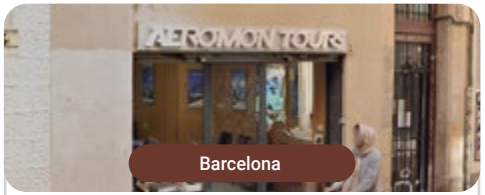
Una agencia de viajes especializada en cruceros, circuitos y escapadas a Ibiza. Con atención en seis idiomas

Bestours Viajes

País: España
Ciudad: Barcelona

Dirección: C/ del Consell de Cent, 334, 336, Eixample, 08009 Barcelona

En Bestours Viajes confeccionan el viaje a partir de las emociones que quiera experimentar el cliente

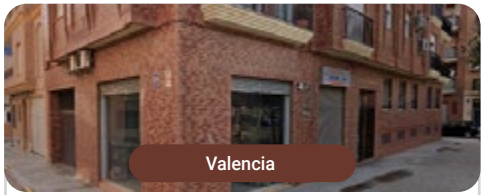


Aeromon Tours Barcelona

País: España
Ciudad: Barcelona

Dirección: Calle Nou de la Rambla, 23, Ciutat Vella, 08001 Barcelona

Larga experiencia en el medio del turismo, con 6 agencias de viajes y con el mejor servicio, para proporcionar al cliente una satisfacción total



Yamana Travel

País: España
Ciudad: Valencia

Dirección: Pl. dels Furs, 8, 46470 Catarroja, Valencia

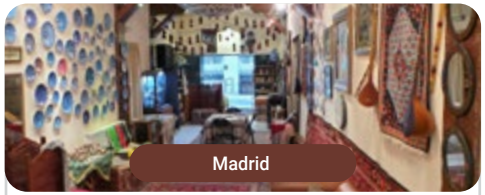
Agencia de Viajes especializada en viajes de Media y Larga Distancia

Tuland es el mundo

País: España
Ciudad: Valencia

Dirección: Carrer de l'Escultor Garcia Mas, 5, Campanar, 46015 València, Valencia

Tuland es especialistas en viajes en grupo desde hace más de 20 años cuenta con una amplia cartera de clientes



Oriente Viajes

País: España
Ciudad: Madrid

Dirección: C. Esquilache, 4, Chamberí, 28003 Madrid

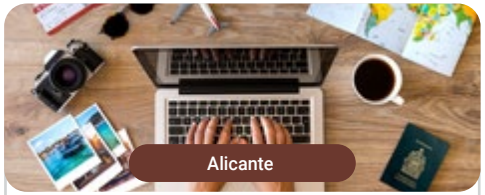
El puente más directo hasta Irán y países de Asia Central

Different Roads

País: España
Ciudad: Valencia

Dirección: Calle Daniel Balaciart 4. Despachos 1 y 2. 46020. Valencia

Different Roads es una agencia de viajes que ofrece una amplia variedad de destinos y experiencias en todo el mundo

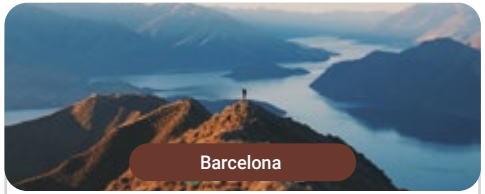


Gamer Viajes

País: España
Ciudad: Alicante

Dirección: Carrer Bono Guarner, 40, 03005 Alacant, Alicante

Agencia de viajes con sede en alicante centro y en Monóvar, especializada en todo tipo de excursiones



Be Alive Travel

País
España

Ciudad
Barcelona

Dirección: Calle de Moragas, 22, Sarrià Sant-Gervasi, 08022 Barcelona

Diseñan viajes totalmente a medida, hechos exclusivamente para las personas. Adaptando todo lo necesario para que encajen exactamente como quieren

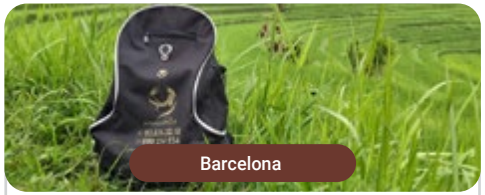
Viajes Marvel

País
España

Ciudad
Valencia

Dirección: Calle Seúl 88, 2B. 46900. Torrent. Valencia

Empresa asociada al turismo, cuyo oficio es la intermediación en la organización, realización de proyectos y venta de productos turísticos



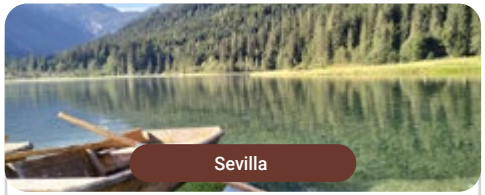
Viajes Anaconda

País
España

Ciudad
Barcelona

Dirección: Calle de les Tres Creus, 236, Despacho 10, 08202 Sabadell, Barcelona

Viajes Anaconda es una agencia de viajes única y especializada en asesoramiento de viajes a medida



Viajes Alventus

País
España

Ciudad
Sevilla

Dirección: C. Américo Vespucio 5, local B6 (Edif. Cartuja), 41092. Sevilla

Empresa especializada en la organización de viajes

Viajes Carrefour Badalona

País
España

Ciudad
Madrid

Dirección: Avda. Comunidad Europea, S/N, 08917, Badalona

Viajes Carrefour cuenta con más de 30 años de experiencia en el sector de agencias de viajes en Europa

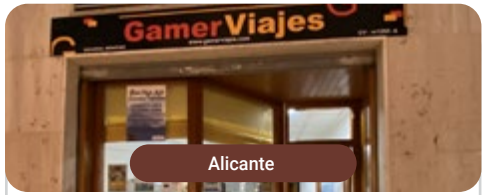
Viajes Carrefour Hospitalet

País
España

Ciudad
Madrid

Dirección: C.C. Carrefour - Gran Via de las Cortes Catalanas, 75-93, 08908, Hospitalet de Llobregat

Viajes Carrefour cuenta con más de 30 años de experiencia en el sector de agencias de viajes en Europa



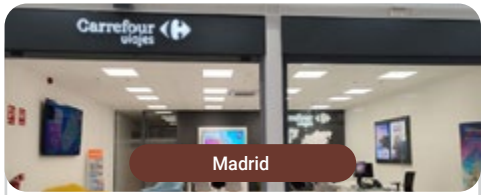
Gamer Viajes Monóvar

País
España

Ciudad
Alicante

Dirección: Argentina 3 local Monóvar 03640, Alicante

Agencia de viajes con sede en alicante centro y en Monóvar, especializada en todo tipo de excursiones



Viajes Carrefour Leganés

País
España

Ciudad
Madrid

Dirección: Parque Comercial Plaza Nueva - Avenida Puerta del Sol 2, 28918 Leganés

Viajes Carrefour cuenta con más de 30 años de experiencia en el sector de agencias de viajes en Europa

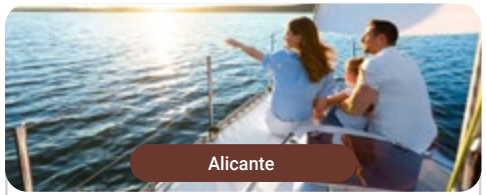
Viajes Makondo

País
España

Ciudad
Asturias

Dirección: Av. Valentín Masip, 22, 33013 Oviedo, Asturias, España

Es una agencia de viajes ubicada en Oviedo



Nomad Sail

País
España

Ciudad
Alicante

Dirección: Avenida del Carabasi 3. 03130. Gran Alacant.Santa Pola Alicante

Brinda excursiones y navegación en el mar

07

Requisitos de Acceso

Serán aptos para matricularse en el Ciclo Formativo de Grado Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos (Pruebas Libres) los alumnos que tengan al menos 20 años o 19 años y estar en posesión del título de Técnico y, además, cumplan al menos uno de los siguientes requisitos:

- Estar en posesión del Título de Bachiller, o de un certificado acreditativo de haber superado todas las materias del Bachillerato
- Haber superado el segundo curso de cualquier modalidad de Bachillerato experimental
- Estar en posesión de un Título de Técnico (Formación Profesional de Grado Superior)
- Estar en posesión de un Título de Técnico Superior, Técnico Especialista o equivalente a efectos académicos
- Haber superado el Curso de Orientación Universitaria (COU)
- Estar en posesión de cualquier Titulación Universitaria o equivalente
- Haber superado la prueba de acceso a ciclos formativos de grado superior (se requiere tener al menos 19 años en el año que se realiza la prueba o 18 para quienes poseen el título de Técnico)
- Haber superado la prueba de acceso a la Universidad para mayores de 25 años (la superación de las pruebas de acceso a la Universidad para mayores de 40 y 45 años no es un requisito válido para acceder a FP)

Este es el mejor momento para iniciar tu formación, no esperes más y realiza tu solicitud”

08

Realización de las pruebas libres

Las pruebas que conducen a la obtención del título oficial de Grado Superior son competencia de las Comunidades Autónomas. Cada una de ellas organiza y gestiona las Pruebas Libres, además de decidir qué títulos pueden obtenerse mediante este formato.

Asimismo, las Comunidades Autónomas decidirán qué títulos se ofertan a partir de este sistema en cada convocatoria, y es suya la potestad para escoger las fechas y la localización para la realización de las pruebas. No obstante, tú no tendrás que ocuparte del seguimiento de esta información, nuestros tutores te mantendrán al tanto de todas las convocatorias.

Los exámenes se adaptarán a cada título de Grado Superior, llevando a cabo pruebas teóricas y/o prácticas para cada uno de los módulos profesionales que lo componen. Una vez te hayas examinado de cada uno de los módulos, deberás realizar, en un centro acreditado, el módulo de Formación en Centros de Trabajo. Tras esto, podrás obtener tu titulación.

> *Prepárate para superar la Prueba Libre de forma cómoda, sin horarios. Empleando la mejor metodología de aprendizaje online, que te permitirá aprovechar cada minuto invertido, y con la que obtendrás tu título de Grado Superior rápidamente"*

¿Qué requisitos son necesarios para las pruebas libres?

- Para el título de Técnico (Grado Medio): Tener 18 años
- Para el título de Técnico Superior (Grado Superior): Tener 20 años o 19 años y estar en posesión del título de Técnico

1. Uno de los requisitos de acceso de la titulación para la que realizas las pruebas libres:

Ciclos de Grado Medio

- Tener alguno de los siguientes títulos:
  - Título de **ESO**
  - Título Profesional Básico (Formación Profesional de Grado Básico)
  - Título de Técnico/a o de Técnico/a Auxiliar o equivalente
  - 2º curso del BUP
  - Prueba de acceso a ciclos formativos de grado medio
  - Prueba de acceso a la Universidad para mayores de 25 años

Ciclos de Grado Superior

- Tener alguno de los siguientes títulos:
  - Título de Bachiller
  - Título de Técnico/a (Formación Profesional de Grado Medio)
  - Título de Técnico/a Superior, Técnico Especialista o equivalente
  - Técnico o Técnica de Artes Plásticas y Diseño
  - Titulación Universitaria o equivalente

¿Quién convoca las pruebas libres, cada cuánto tiempo y qué ciclos o módulos profesionales?

Las pruebas libres para la obtención del título oficial de Técnico o Técnico Superior son convocadas por las diferentes CCAA ya que son las autoridades competentes en educación.

La mayoría de las CCAA realizan convocatorias de pruebas libres todos los años. Aunque si consultamos las últimas convocatorias podremos ver que no todas convocan todos los años y no todas convocan todos los ciclos.

"Junto a TECH, diseñarás tu plan de exámenes libres para obtener los mejores resultados posibles"

¿Cuál es el procedimiento completo de las pruebas libres?

Estas son FASES del proceso (que puede variar según convocatoria y/o CCAA):

1. **Convocatoria:** se publica la convocatoria del año con toda la información
    - 1.1. **Oferta:** se publican todos las titulaciones y módulos profesionales convocados
2. **Solicitudes:** se abre plazo de inscripción. Deberás presentar tu solicitud
3. **Lista de admitidos:** deberás consultar la lista de admitidos
    - 3.1. **Alegaciones**
    - 3.2. **Listado definitivo**
4. **Realización de las pruebas**
5. **Publicación de las calificaciones**
    - 5.1. Si has aprobado todos los módulos profesionales:
        - 5.1.1. Realizarás el módulo **FCT y Proyecto** (si es un ciclo superior)
    - 5.2. **Solicitud del título**

A lo largo del ciclo formativo, los tutores de TECH te acompañarán aclarando dudas sobre las fases del proceso, orientándote, aconsejándote en correspondencia con tus oportunidades y progresos.

A tener en cuenta

- Cada año podrás examinarte de todos los módulos profesionales del ciclo o de los que tu desees, es decir, puedes matricularte por módulos de forma independiente
- Durante el mismo año académico puedes matricularte en diferentes CCAA siempre que sea en diferentes módulos, tendrá una oportunidad anual para cada módulo y podrás que podrás elegir en función de las fechas
- Podrá examinarte en la CCAA que elijas sin necesidad de residir en ella

Límite de convocatorias

No existen límite de convocatorias en las pruebas libres. Podrás matricularte para realizar el examen de cada módulo las veces que necesites.

Además, si has cursado FP y has agotado las convocatorias oficiales en algún módulo puedes presentarte a las pruebas libres de ese módulo para superarlo y obtener tu título oficial.

¿Cuándo se convocan las pruebas libres?

Cada Comunidad autónoma realiza una convocatoria de pruebas libres una vez al año, en esta convocatoria se publican la oferta de pruebas libres para la misma, es decir, de que ciclos te puedes examinar.

La mayoría de las CCAA suelen convocar en durante el mes de marzo, aunque si consultamos las convocatorias más recientes nos encontraremos con otros periodos como enero, abril, septiembre, octubre o noviembre.

¿Cuándo se realizarán las pruebas libres?

Cada Comunidad autónoma en su convocatoria anual publica las fechas de realización de las pruebas libres. Debe haber un plazo suficiente entre la solicitud, la lista de admitidos provisionales, la lista de admitidos definitivos y la realización de las pruebas.

Acto de Presentación

Algunas CCAA realizan un acto de presentación previo a las pruebas que puede ser telemático mediante certificado digital o presencial si no dispones de certificado digital.

¿Dónde se realizan las pruebas?

Cada Comunidad autónoma en su convocatoria anual publica los centros docentes públicos donde se realizarán las pruebas.

Dependiendo de cada CCAA, en algunos casos, solo cuando existan varios centros para el mismo ciclo, tú puedes elegir el centro de examen en la misma solicitud de inscripción y en otros es la administración competente quien decide en qué centro se examinan los candidatos que aparecerán en la lista de admitidos.

¿Cómo es la estructura de los exámenes?

Son exámenes presenciales, en alguna comunidad puede haber uno o dos exámenes por módulo y se realizan durante varios días.

En algún caso cuando hay dos exámenes por módulo el primer ejercicio puede ser selectivo y antes de la realización del segundo se publicarán los resultados del primero con un plazo que puede variar entre dos y cinco días para la realización del segundo.

En cada convocatoria encontraras todos los detalles.

Podrás realizar las pruebas libres en la comunidad autónoma que desees en función de tu lugar de residencia, de criterios académicos y elección personal.

09

Acompañamiento personalizado

TECH es el único centro de Formación Profesional que incluye un acompañamiento personalizado durante la realización de las Pruebas Libres. Todo ello con el objetivo de guiarte durante todo el proceso, proveerte de información certera en cada paso y ayudarte ante cualquier duda que pueda surgir. Este acompañamiento iniciará desde que formalices tu matrícula y se extenderá hasta la realización de los exámenes.

Contarás con la tutorización de profesionales especialistas quienes resolverán tus dudas y eliminarán los obstáculos que puedan surgir en tu aprendizaje”

Fase 1: Estudio online

Mientras estudias los módulos teóricos del programa contarás con el acompañamiento de tutores especializados quienes resolverán cualquier duda que pueda surgir no solo en términos de contenido, sino también de procedimientos, inscripciones y otros trámites administrativos. Esto te será de gran ayuda pues te servirá como impulso para acelerar el proceso de aprendizaje, estando listo para obtener el título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos en poco más de un año.

Fase 2: Acompañamiento presencial durante la realización del examen

El día del examen serás bienvenido y acompañado por un miembro de nuestro claustro quien te apoyará, resolverá dudas y guiará en el proceso. Primeramente, serás recibido por este tutor en la ciudad donde hayas decidido hacer la prueba y, en una segunda instancia, esta persona te acompañará hasta la sede del examen, aclarando cualquier cuestión que pudiera surgir y ofreciéndote apoyo extra. Un acompañamiento único, certero y que trasciende del plano online, acercando a las personas y ofreciendo nuevas posibilidades de contacto.

Álvaro Monte

Agente de viajes

"Al acabar el Bachillerato, tenía claro que quería estudiar una titulación que me diese muchas salidas profesionales, y en esta titulación encontré lo que necesitaba. Era un tema que me atraía y TECH me permitía prepararme las Pruebas Libres por mi cuenta para presentarme a los exámenes cuando quisiera. Estudiando desde mi casa y marcándome mis propios horarios, conseguí obtener el título oficial en poco más de un año. Actualmente, estoy en un trabajo estable y en el que me siento más que cómodo"

10

Metodología de estudio

TECH Formación Profesional combina la metodología de los ***case studies*** con el ***Relearning***, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intensivo y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.

TECH FP te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera"

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH Formación Profesional el alumno es el protagonista absoluto.

Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“En TECH NO tendrás clases en directo (a las que luego nunca puedes asistir)”

Los planes de estudios orientados a las necesidades del entorno profesional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno profesional. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”

Case studies o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.

Método *Relearning*

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar

y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.

Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.

> *La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios"*

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

La metodología de aprendizaje mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH Formación Profesional.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos según el índice global score, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.

Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:

Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.

Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.

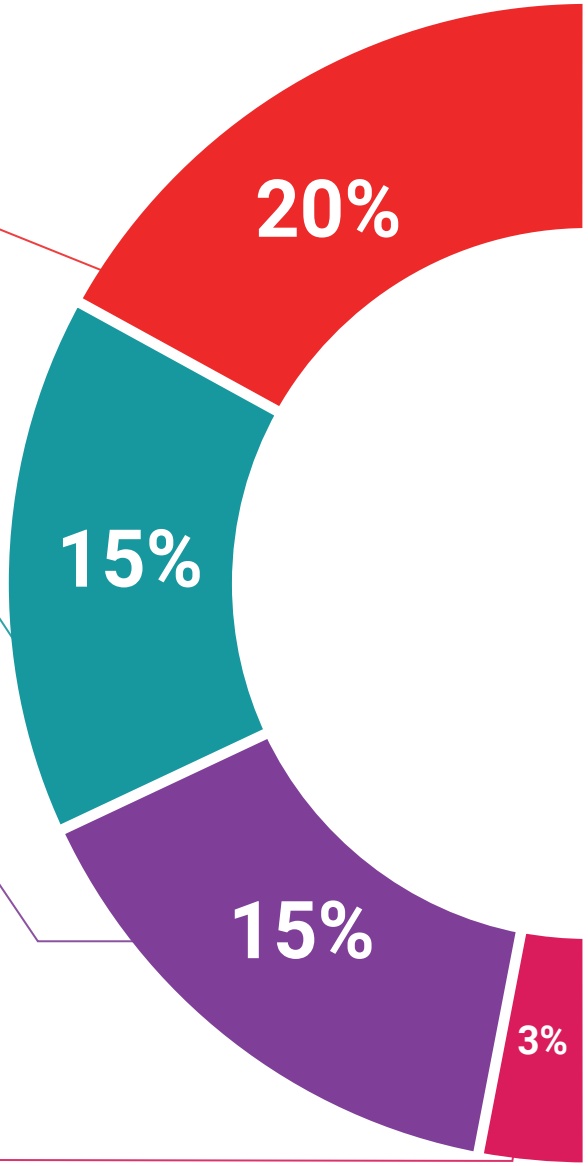
Resúmenes interactivos

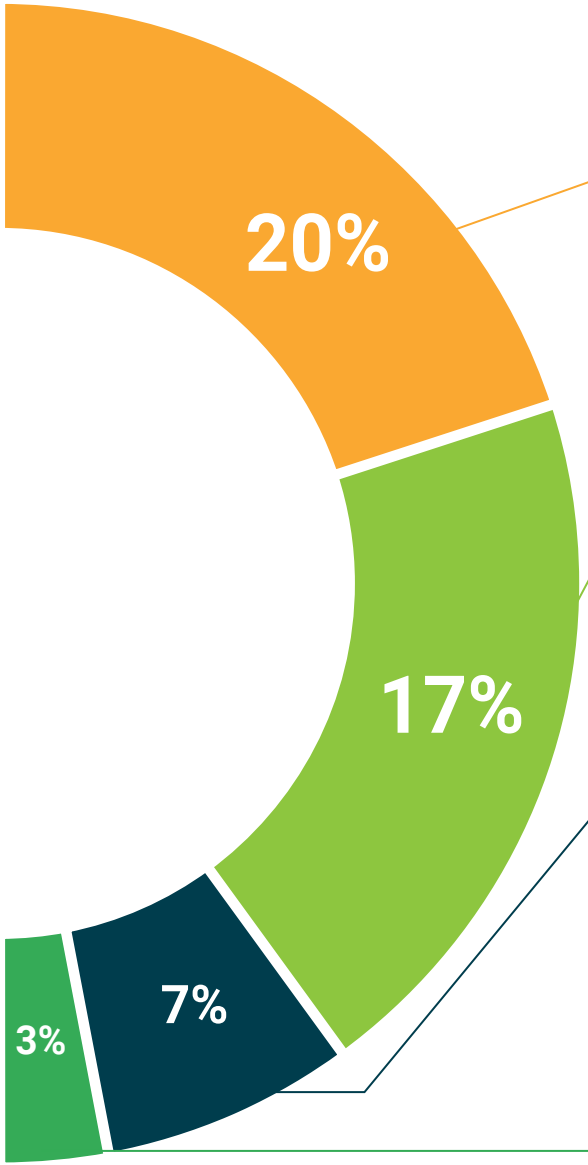
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".

Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.

Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.

Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.

Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.

11

Titulación

Este programa te preparará para enfrentarte a las Pruebas Libres del Ciclo de Grado Superior que ofrece la Administración Pública, de forma anual, para acceder al título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.

Además de la capacitación más rigurosa y actualizada en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos, tras la consecución del programa y la superación de sus evaluaciones, TECH Formación Profesional te emitirá un certificado académico de alto valor curricular por los conocimientos adquiridos.

Este programa te dará la oportunidad de prepararte para la realización del examen oficial, y a la vez te permitirá acceder a los materiales del Ciclo de Grado Superior oficial, ampliando tu experiencia y conocimientos y mejorando tu currículum.

Título: **Curso en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos**

Modalidad: **Online**

Horas: **2.000**

Duración: **2 años**

tech formación profesional

Otorga el presente

DIPLOMA

a

D/Dña _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

CURSO PROFESIONAL

en

Agencias de Viajes y Gestión de Eventos

Se trata de un título propio de esta institución equivalente a 2.000 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH Formación Profesional es un Instituto de Formación Profesional inscrito en el registro nacional de centros docentes del Ministerio de Educación y Formación Profesional y autorizado por la Consejería de Educación de Madrid desde junio de 2023.

A 17 de junio de 2020

Mariola Ibáñez Domínguez
Directora

código único TECH: AFWOR23S https://www.tech-fp.com/titulos

tech formación profesional

Ciclo de Grado Superior (Pruebas Libres)

Agencias de Viajes y Gestión de Eventos

Modalidad: **Online**

Titulación: **TECH Formación Profesional**

Duración: **2 años**

Horas: **2.000**

Ciclo de Grado Superior (Pruebas Libres)

Agencias de Viajes y Gestión de Eventos

tech formación profesional