

Ciclo de Grado Superior Oficial

Agencias de Viajes y Gestión de Eventos



Ciclo de Grado Superior Oficial Agencias de Viajes y Gestión de Eventos

Familia: **Hostelería y Turismo**

Modalidad: **Online**

Duración: **2.000 horas**

Titulación: **Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos**

Acceso web: www.techtitute.com/hosteleria-turismo/grado-superior-fp/grado-superior-oficial-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

Fase de Formación
en Empresa (FFE)

pág. 28

06

¿Dónde podré realizar
la Fase de Formación
en Empresa (FFE)?

pág. 30

07

Requisitos de Acceso

pág. 36

08

Convalidaciones

pág. 38

09

Idiomas Gratuitos

pág. 40

10

Metodología de estudio

pág. 42

11

Tutorías

pág. 52

12

Evaluación y exámenes

pág. 54

13

Titulación

pág. 56

01

Presentación

Pese a que visitar otros países es una de las actividades de ocio preferidas por un amplio número de personas, organizar un viaje puede resultar algo tedioso, complejo y que requiere de mucho tiempo. Debido a esto, el Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos es un profesional muy demandado, ya que es el encargado de ofrecer las mejores opciones de vuelo, alojamiento y actividades guiadas en el destino para cada cliente. Por esta razón, TECH te ofrece este programa, que impulsará tu acceso a las mejores compañías de este sector gracias a la obtención del título oficial de Grado Superior Oficial. Durante este periodo académico, manejarás la normativa aplicable a los viajes combinados o dominarás los protocolos necesarios para coordinar diversos eventos turísticos. Todo ello, con una metodología 100% online que te permitirá alcanzar un aprendizaje resolutivo sin desplazarte de tu propio domicilio.

“

Gracias a este Ciclo de Grado Superior Oficial, ofrecerás servicios turísticos adaptados a cada cliente o manejarás los protocolos de organización de distintos eventos, lo que te permitirá gozar de elevadas oportunidades laborales en el sector de la hostelería y el turismo”





El desarrollo de los métodos de transporte y el conocimiento de lugares remotos a través de Internet, entre otros factores, han propiciado un incremento del interés por viajar. No obstante, planificar un desplazamiento no es una tarea sencilla, especialmente cuando se trata de países y culturas desconocidas, por lo que muchas personas requieren la asesoría de expertos. Por ello, los técnicos en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos disponen de amplias perspectivas profesionales en la actualidad, ya que son los principales responsables de ofertar, gestionar y comercializar los productos turísticos, con la intención de satisfacer las necesidades propias de cada cliente. Así, si tu voluntad es acceder a un ámbito laboral con elevadas oportunidades de trabajo, este programa se ha diseñado para ti.

De este modo, TECH pone a tu disposición este Ciclo de Grado Superior Oficial, que te proporcionará el título oficial con el que accederás a las extensas salidas profesionales que ofrece el mundo de la gestión y la venta de servicios turísticos. A lo largo de 2 años de enseñanza, aprenderás a analizar las distintas ofertas turísticas más habituales u ofrecerás *packs* de viaje adaptados a las preferencias de cada usuario. De la misma manera, manejarás las operaciones de facturación, cobros y pagos con clientes y proveedores para garantizar el adecuado funcionamiento económico de una agencia de viajes.

Además, su metodología 100% online te habilitará para gestionar tu propio tiempo de estudio y alcanzar un aprendizaje efectivo. Asimismo, los recursos didácticos a los que accederás están presentes en diversos formatos textuales e interactivos durante las 24 horas del día, con el objetivo de brindarte una enseñanza plenamente amena e individualizada, compatible con otros quehaceres diarios.

02

¿Qué aprenderé a hacer?

Cursando este Ciclo de Grado Superior Oficial 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

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

Realizar operaciones de facturación, cobros y pagos para liquidar económicamente con clientes y proveedores

03

Salidas laborales

En los últimos años, viajar se ha convertido en una actividad de ocio cada vez más popular, por lo que las agencias de viajes requieren personal altamente cualificado en la gestión y la comercialización de los productos y servicios turísticos para satisfacer las necesidades de sus clientes. Ante esta circunstancia, TECH ofrece este Ciclo de Grado Superior Oficial, que te proporcionará las aptitudes más eficientes para desenvolverte con éxito en esta profesión y afrontar todos los retos que presenta con solvencia. Por ello, este programa es una excelente herramienta para gozar de las mejores oportunidades laborales en un área en continuo crecimiento.

“

Puestos de trabajo como agente de viajes, organizador de eventos o promotor de servicios turísticos te esperan al finalizar este Ciclo de Grado Superior Oficial”



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



Mediante esta titulación, impulsarás tus oportunidades de acceder a las mejores agencias de viajes y obtener una carrera profesional exitosa y estable en este campo”

04

Plan de formación

El temario de este Ciclo de Grado Superior Oficial está conformado por un extenso número de módulos a través de los que profundizarás en todos los aspectos relacionados con la gestión y la comercialización de diversos tipos de productos turísticos. Asimismo, los materiales didácticos a los que accederás durante la duración de este programa están presentes en soportes tales como las lecturas complementarias o el vídeo explicativo. Gracias a ello, obtendrás un aprendizaje adaptado por completo a tus inquietudes académicas y tus requerimientos personales. Además, su metodología 100% online posibilita el acceso en cualquier momento a estos recursos, favoreciendo la optimización de tu enseñanza.

“

Este plan de estudios te permite acceder a los contenidos más actualizados en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos a través de cómodos soportes didácticos como el vídeo o los test evaluativos”





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. Hostelería. 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 el 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 villas 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*
- 9.5. *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 rapport avec 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 entorno general y específico y formas de desarrollo
 - 10.2.1. Análisis del entorno general
 - 10.2.2. Análisis del entorno específico 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 receptoras 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 receptoras: 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 evento: 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, Miscellaneous 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. Deep 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)



Este plan de estudios te permite acceder a los contenidos más actualizados en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos a través de cómodos soportes didácticos como el vídeo o los test evaluativos

05

Fase de Formación en Empresa (FFE)

En la recta final de este programa, tendrás la oportunidad de adquirir experiencias prácticas mediante una estancia presencial en instalaciones turísticas de prestigio. TECH FP, a partir de su amplia red de convenios y colaboraciones, ha pactado la realización de este periodo de formación en centros de trabajo con instituciones del mundo de las actividades de alojamiento y recreación. Todas ellas destacan por sus equipos profesionales de gran renombre y por disponer de las tecnologías más avanzadas de este panorama.

Estas prácticas serán la oportunidad idónea para que puedas desarrollar todas las actividades relacionadas con los módulos de estudio de este Grado Superior Oficial, aplicando las últimas tendencias turísticas. De ese modo, la estancia presencial te proporcionará un dominio global de todas las técnicas de trabajo en este ámbito y, al completar el programa, contarás con un perfil profesional amplio, acorde con las demandas más recientes de esta área. Gracias a ello, no solo multiplicarás tus posibilidades de inserción laboral, sino que también aprenderás a partir de la experiencia de los mejores profesionales del sector.

Además, este proceso formativo servirá para validar por completo tu capacitación como Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos, según las pautas oficiales aprobadas por la Consejería de Educación autonómica correspondiente.





Características de la FFE: Tu primer paso hacia el éxito profesional:



La Fase de Formación en Empresas u Organismo Equiparado (FFE) tendrá una duración de 500 horas, que están perfectamente integradas dentro de los módulos profesionales, asegurando una experiencia formativa completa y de calidad



Se lleva a cabo en un único periodo durante el segundo curso, lo que te permite concentrarte en aprovechar al máximo esta oportunidad práctica



Podrás realizar tus prácticas en un centro de trabajo de tu Comunidad Autónoma o provincia, garantizando comodidad y cercanía para que te enfoques en lo que realmente importa: aprender de los mejores



En TECH contamos con convenios exclusivos con las empresas líderes del sector, lo que te asegura un entorno de trabajo dinámico y a la vanguardia del mercado laboral



A través de estas prácticas, adquirirás una significativa experiencia que te permitirá impulsar tu carrera profesional y maximizar tus oportunidades laborales en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos"

06

¿Dónde podré realizar la Fase de Formación en Empresa (FFE)?

En TECH nos adelantamos a tus necesidades. Gracias a nuestro equipo especializado en desarrollo de negocio, ya hemos firmado cientos de convenios con empresas de prestigio en toda España, ofreciéndote la oportunidad de realizar tu Fase de Formación en Empresas (FFE) en el sector que te apasiona.

Tú eliges la provincia donde quieres llevar a cabo tu FFE, ¡sin limitaciones! Y si en el momento de tu matrícula aún no tenemos un convenio en la zona que prefieres, no te preocupes. Nuestro equipo se pondrá manos a la obra para asegurarse de que, cuando llegue el momento, dispongas de una empresa en la provincia que elijas o en aquella que mejor se adapte a ti.

Con TECH, tu formación siempre va de la mano de las mejores oportunidades.

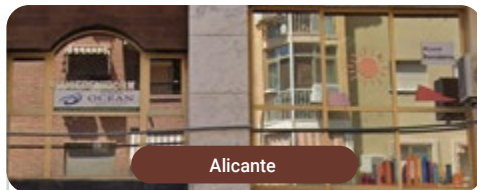
“

TECH te permitirá realizar la Fase de Formación en Empresas desde la provincia en que resides o en aquella que tú elijas gracias a su amplia red de convenios de colaboración y prácticas”



¿Dónde podré realizar la Fase de Formación | 31 en Empresa (FFE)?

Para esta Fase de Formación en Empresa (FFE), están disponibles las siguientes instituciones:



Alicante

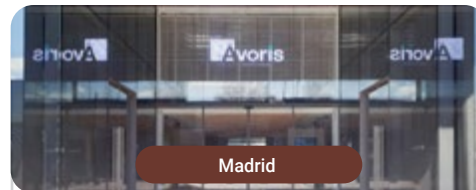
Viajes Ocean

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



Madrid

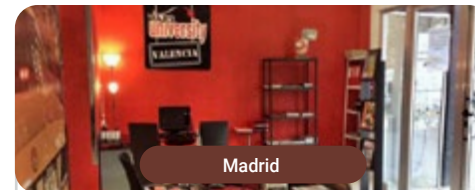
Ávoris Corporación Empresarial

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



Madrid

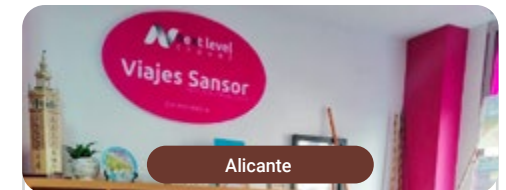
Viajes University

País
España

Ciudad
Madrid

Dirección: Calle Blasco de Garay nº 16, 28015 Madrid

Especialistas en viajes para estudiantes y viajes a medida



Alicante

Sansor Viajes

País
España

Ciudad
Alicante

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

Sansor Viajes ofrece un servicio especializado en Grupos y Escapadas Temáticas

tech 32 | ¿Dónde podré realizar la Fase de Formación en Empresa (FFE)?



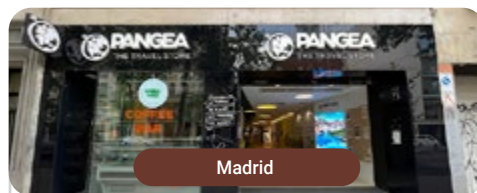
Madrid

Viajes Carrefour Fuenlabrada

País	Ciudad
España	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



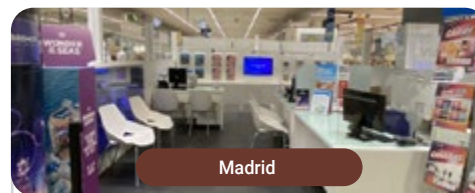
Madrid

Pangea The Travel Store

País	Ciudad
España	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



Madrid

Viajes Carrefour Los Ángeles

País	Ciudad
España	Madrid

Dirección: Avda de Andalucía 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



Madrid

Viajes Carrefour Aluche

País	Ciudad
España	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



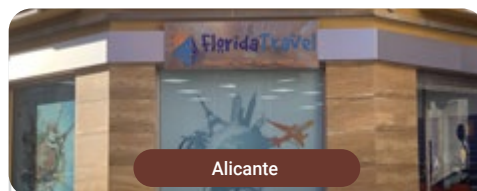
Alicante

Chau Viatges

País	Ciudad
España	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



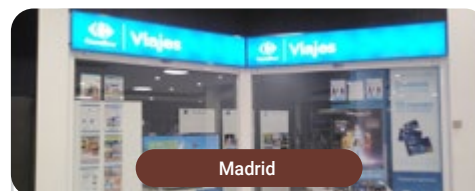
Alicante

Florida Travel Spain

País	Ciudad
España	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"



Madrid

Viajes Jedisean

País	Ciudad
España	Madrid

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

Agencia de viajes en Madrid



Alicante

Viajes Mundomanía

País	Ciudad
España	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

¿Dónde podré realizar la Fase de Formación | 33 en Empresa (FFE)?



Alicante

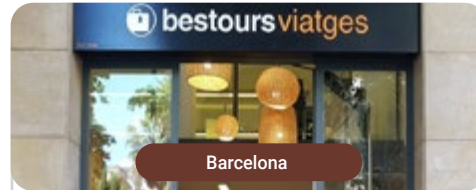
Deni Sun Travel

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



Barcelona

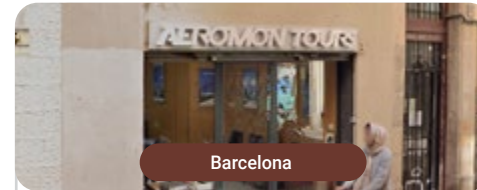
Bestours Viajes

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



Barcelona

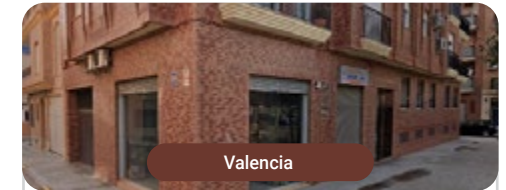
Aeromon Tours Barcelona

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



Valencia

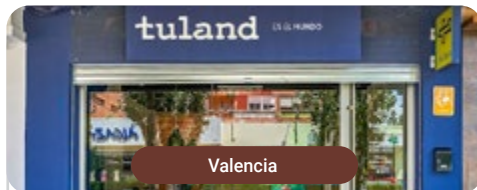
Yamana Travel

País
España

Ciudad
Valencia

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

Agencia de Viajes especializada en viajes
de Media y Larga Distancia



Valencia

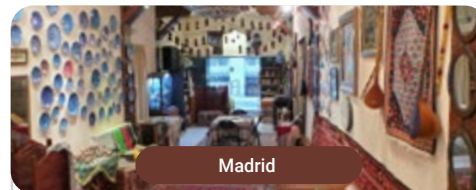
Tuland es el mundo

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



Madrid

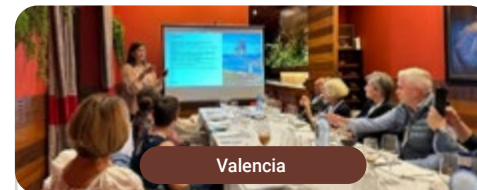
Oriente Viajes

País
España

Ciudad
Madrid

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

El puente más directo hasta Irán y países
de Asia Central



Valencia

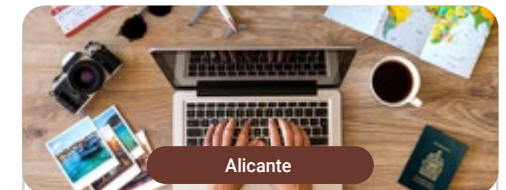
Different Roads

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



Alicante

Gamer Viajes

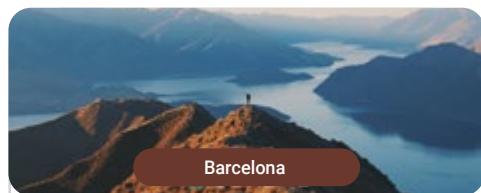
País
España

Ciudad
Alicante

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

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

tech 34 | ¿Dónde podré realizar la Fase de Formación en Empresa (FFE)?



Barcelona

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



Valencia

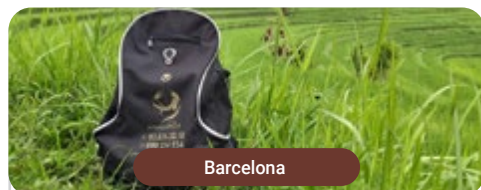
Viajes Marvel

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



Barcelona

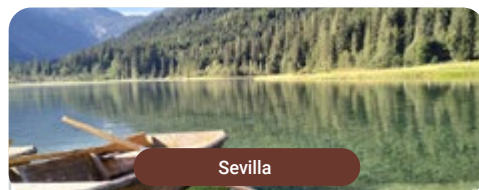
Viajes Anaconda

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



Sevilla

Viajes Alventus

País
España

Ciudad
Sevilla

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

Empresa especializada en la organización de viajes





Madrid

Viajes Carrefour Badalona

País	Ciudad
España	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



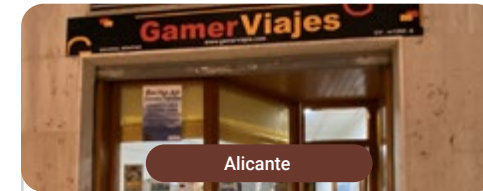
Madrid

Viajes Carrefour Hospitalet

País	Ciudad
España	Madrid

Dirección: C.C. Carrefour - Gran Vía 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



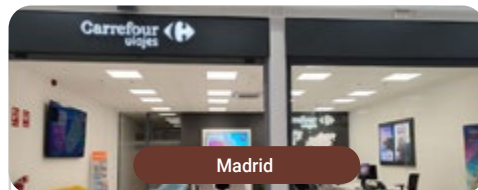
Alicante

Gamer Viajes Monóvar

País	Ciudad
España	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



Madrid

Viajes Carrefour Leganés

País	Ciudad
España	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



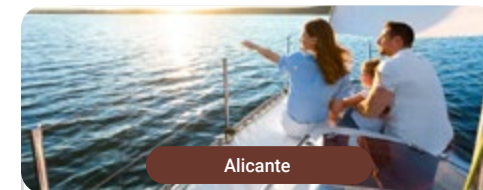
Asturias

Viajes Makondo

País	Ciudad
España	Asturias

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

Es una agencia de viajes ubicada en Oviedo



Alicante

Nomad Sail

País	Ciudad
España	Alicante

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

Brinda excursiones y navegación en el mar

Requisitos de Acceso

Serán aptos para matricularse en el Ciclo Formativo de Grado Superior Oficial en Administración y Finanzas los alumnos que cumplan con el requisito de edad y alguno de los supuesto académicos.

Edad

- ♦ Tener 18 años o cumplirlos en el año natural de la formalización de la matrícula
- ♦ Los mayores de 16 años, o que cumplan dicha edad en el año natural, al realizar la matrícula deben encontrarse en alguna de las siguientes situaciones:
 - ♦ Estar dado de alta como trabajador por cuenta propia o ajena
 - ♦ Tener la condición de deportista de alto nivel o alto rendimiento
 - ♦ Encontrarse en situación extraordinaria de enfermedad, dificultad física o sensorial, o en situación de dependencia o con personas a su cargo que le impida cursar estas enseñanzas en régimen presencial



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

Académicos*

- ♦ 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 Medio)
- ♦ 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)

*Los estudiantes con titulación no española que deseen matricularse en este Ciclo Formativo podrán hacerlo presentando el documento de solicitud de homologación ante las autoridades educativas competentes



Andrea Gómez

Agente de viajes

"Mi pasión por los viajes me animó a cursar este programa y titularme de forma oficial, empujada también por la posibilidad de realizarlo desde casa y con contenidos de alto nivel. He quedado más que satisfecha con todo lo aprendido tanto en la parte más teórica como en las prácticas"

José Javier Ortuño

Organizador de eventos turísticos

"Las comodidades de estudio que planteaba TECH me permitían compatibilizar el aprendizaje con otras obligaciones de mi día a día. Por ello, me animé a iniciar esta FP y puedo asegurar que ha sido una de las mejores experiencias educativas de mi vida. Además, encontré trabajo al poco tiempo de finalizar las prácticas"

08

Convalidaciones

Si has cursado estudios en España y deseas convalidar módulos profesionales de Formación Profesional, el proceso es sencillo. Solo necesitas estar matriculado en el ciclo formativo y los módulos específicos que quieras convalidar.

Una vez lo solicites, nosotros nos encargamos de todo. Realizamos todos los trámites para que puedas enfocarte en lo que realmente importa: seguir avanzando en tu formación sin complicaciones.

Si has iniciado un ciclo formativo de FP en otro centro de cualquier punto de España y quieres venir con nosotros a terminarlo, nosotros nos encargamos de realizar el traslado de expediente, tu solo tendrás que centrarte en tu aprendizaje.

Si ya terminaste un ciclo de Formación Profesional y ahora quieres estudiar otro con nosotros, debes saber que puedes convalidar algunos módulos profesionales y evidentemente, nosotros nos encargamos del proceso.

¿Qué puedo aportar?

“

¿Cuentas con estudios previos y quieres saber si puedes convalidar temas de este Ciclo Formativo a través de ellos? Envía a nuestro equipo académico la información la evaluaremos de inmediato”





01

Títulos de Formación Profesional y Módulos Experimentales de Nivel II o Nivel III, regulados al amparo de la Ley 14/1970, de 4 de agosto General de Educación y Financiamiento de la Reforma Educativa

02

Certificados de Profesionalidad o Certificados Profesionales

03

Unidades de competencia oficialmente acreditadas

04

Estudios Universitarios oficiales, solo en Grado Superior

05

Si la matrícula es en Grado Medio: en ningún caso se puede aportar estudios universitarios oficiales de diplomado, licenciado o grado puesto que los ciclos de grado medio no pertenecen al espacio de la educación superior

06

Solicitud de Convalidaciones de Módulos Profesionales de títulos de Formación Profesional

09

Idiomas Gratuitos

TECH Formación Profesional ofrece los únicos cursos intensivos de preparación para la obtención de certificaciones oficiales de nivel de idiomas, basados 100% en el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER). Los 48 Cursos de Preparación de Nivel Idiomático que tiene la Escuela de Idiomas de TECH están desarrollados en base a las últimas tendencias metodológicas de aprendizaje en línea. Asimismo, su enfoque orientado a la acción y la adquisición de competencia lingüística posibilita una preparación más flexible y acelerada de cara a los exámenes oficiales de certificación de nivel.

Por medio de este sistema, el estudiante aprenderá mediante actividades en contextos reales, la resolución de situaciones cotidianas de comunicación en entornos simulados de aprendizaje y se enfrentará a simulacros de examen para la preparación de la prueba de certificación de nivel.

El Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas es el máximo sistema oficial de reconocimiento y acreditación del nivel del alumno. Aunque existen otros sistemas de validación, estos proceden de instituciones privadas y, por tanto, no tienen validez oficial. El MCER establece un criterio único para determinar los distintos niveles de dificultad de los cursos y otorga los títulos reconocidos sobre el nivel de idioma que se posee. Por eso, ya son muchos los colegios, las universidades y las empresas que solo aceptan a candidatos que certifican su nivel mediante un título oficial en base al MCER.





“ 48 Cursos de Preparación de Nivel para la certificación oficial de 8 idiomas en los niveles MCER A1, A2, B1, B2, C1 y C2”



TECH incorpora, como contenido extracurricular al plan de estudios oficial, la posibilidad de que el alumno estudie idiomas, seleccionando aquellos que más le interesen de entre la gran oferta disponible:

- Podrá elegir los Cursos de Preparación de Nivel de los idiomas y nivel que desee, de entre los disponibles en la Escuela de Idiomas de TECH, mientras estudie el Ciclo, para poder prepararse el examen de certificación de nivel
- En cada programa de idiomas tendrá acceso a todos los niveles MCER, desde el nivel A1 hasta el nivel C2
- Cada año podrá presentarse a un examen telepresencial de certificación de nivel, con un profesor nativo experto. Al terminar el examen, TECH le expedirá un certificado de nivel de idioma
- Los cursos serán gratuitos. Estudiar idiomas NO aumentará el coste del programa
- El estudio ilimitado y la certificación anual de cualquier idioma están incluidas en la titulación



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

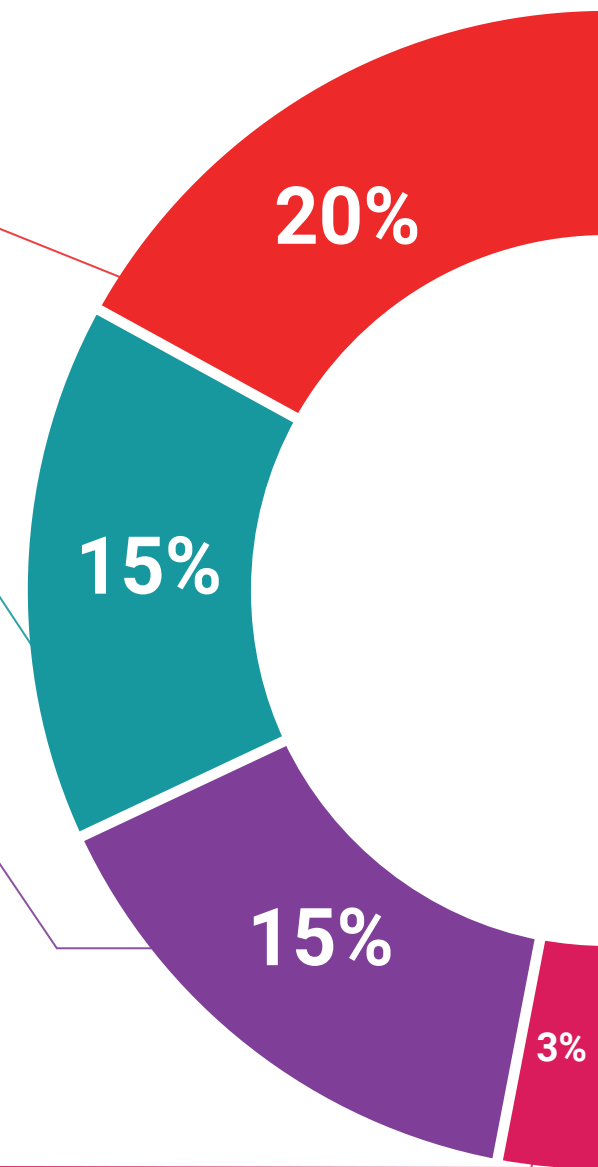
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

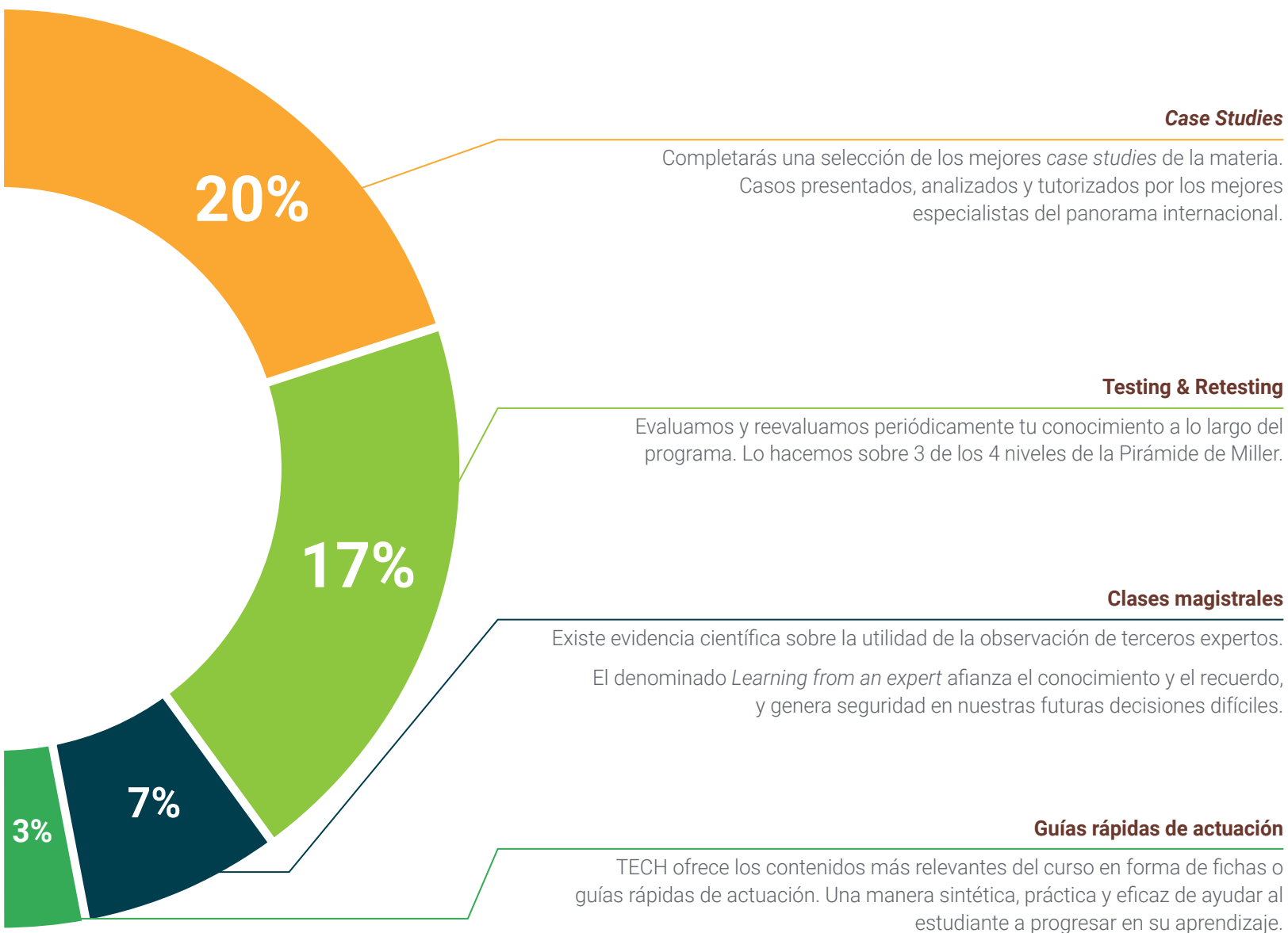
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



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

Tutorías

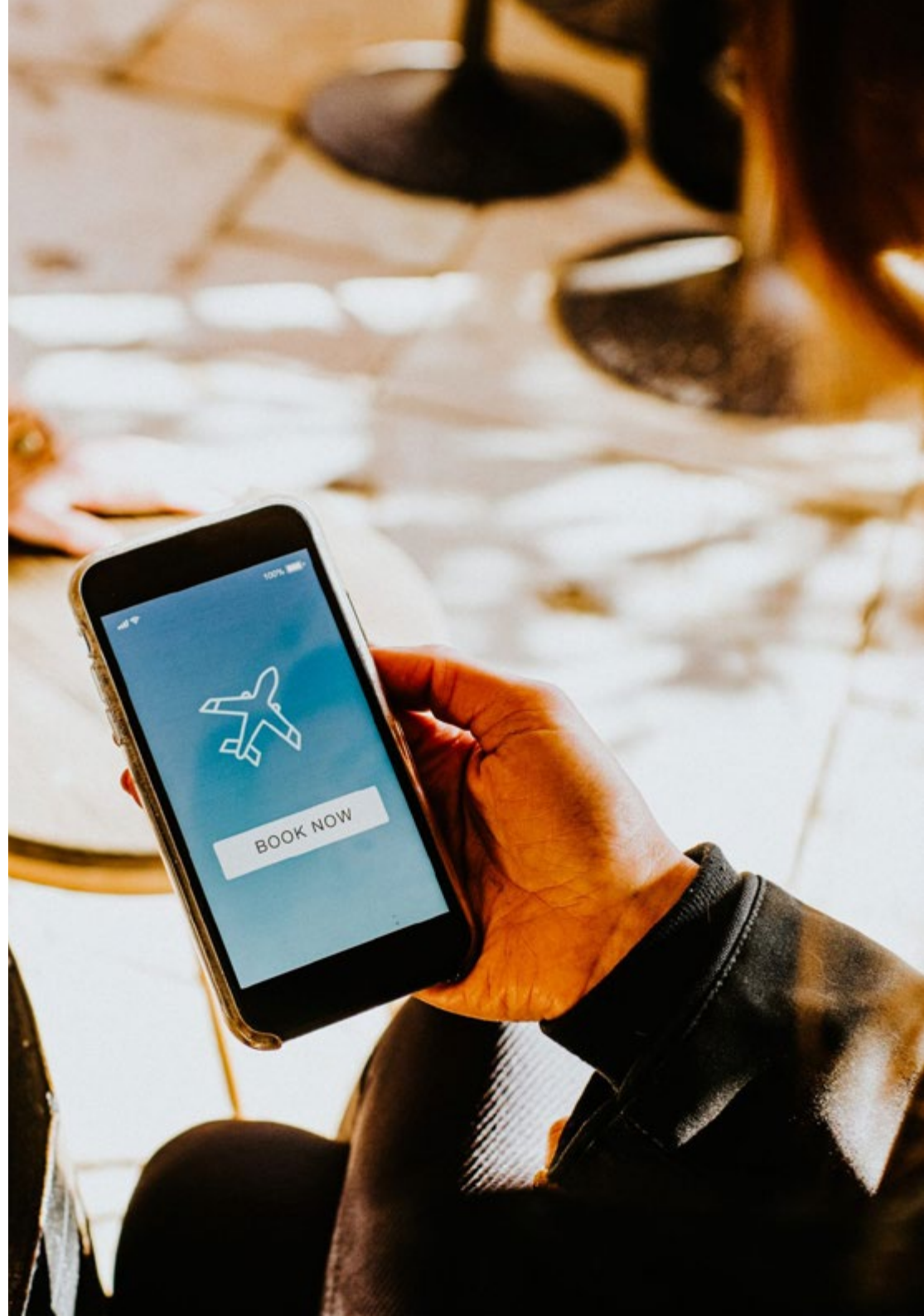
A lo largo de este Ciclo de Grado Superior recibirás un acompañamiento constante por parte del profesorado. Así, disfrutarás de tutorías semanales de todos los módulos con clases magistrales, resolución de dudas y correcciones individuales y colectivas, obteniendo una orientación regular para alcanzar todos tus objetivos formativos.

Por tanto, a la innovadora metodología de aprendizaje online con la que se desarrolla este programa oficial se le une la gran oportunidad de contar con un apoyo personalizado a lo largo de todo el plan de estudios.

Todo ello, con la máxima garantía y excelencia asegurándonos de ofrecerte una tutorización predominantemente individualizada y ajustada a tus necesidades académicas.

“

Tendrás acceso a diversas tutorías en las que recibirás un acompañamiento personalizado y adaptado a tus necesidades formativas”



Las tutorías podrán ser de carácter presencial o de carácter no presencial, individuales o colectivas y siempre serán de asistencia voluntaria.

Acompañamiento personalizado

Disfrutarás de un acompañamiento continuo y personalizado por parte del profesorado de este programa académico, quienes tendrán en cuenta tus circunstancias personales para adaptarse a tus necesidades formativas y laborales mediante las diferentes tutorías ofrecidas a lo largo del curso.

Tutoría Inicial

Coincidiendo con la fecha de inicio de cada módulo el tutor realizará la Tutoría Inicial donde presentará los contenidos, las actividades y los criterios de evaluación y calificación del módulo. Si no puedes asistir por cualquier motivo, podrás solicitar una tutoría individual para obtener la información de la tutoría inicial.

Tutorías Individuales

Constituyen el mayor peso dentro de nuestra propuesta, ya que consideramos que, mediante un seguimiento personalizado, el docente-tutor conocerá el momento de aprendizaje exacto de cada alumno.

Tutorías colectivas

Las tutorías colectivas servirán para poner en común aspectos generales, teóricos y prácticos del Ciclo de Grado Superior. En caso de que no puedas estar presente en las tutorías colectivas, tendrás acceso a ellas a posteriori en la plataforma virtual para que las consultes cuando y cuantas veces lo necesites.

Tutorías presenciales

Si lo deseas, tienes la oportunidad de realizar tutorías colectivas y presenciales donde podrás asistir voluntariamente al centro y realizar actividades prácticas relacionadas con los resultados de aprendizaje, disponiendo del profesor tutor, uso de material o el equipamiento de las instalaciones del centro.



Disfruta de la oportunidad de asistir voluntariamente a tutorías presenciales en un centro con los mejores recursos prácticos y de aprendizaje”

12

Evaluación y exámenes

La evaluación continua se llevará a cabo de forma online y de manera habitual durante todo el curso. Estas se desarrollarán en el campus virtual donde se albergan el resto de los contenidos de cada uno de los módulos.

Así mismo, y al tratarse de un Ciclo de Grado Superior Oficial, la realización de exámenes finales presenciales será obligatoria. La superación de estos exámenes conduce a la obtención de un título oficial de Formación Profesional. Las pruebas presenciales garantizarán que has alcanzado los aprendizajes necesarios para desarrollar tu profesión de Técnico Superior. A lo largo del curso en TECH podrás realizar simulacros online de examen diseñados con la última tecnología educativa.

Además, los contenidos y el método de aprendizaje con los que se desarrolla este programa están especialmente pensados para que alcances los objetivos académicos, por lo que cuentas con la garantía de recibir un aprendizaje óptimo que te guiará hacia la obtención del título oficial.

“

Este programa oficial te garantiza un aprendizaje global: contarás con los mejores contenidos y simulacros de evaluación para que puedas superar los exámenes. Así obtendrás tu título oficial”



Exámenes Presenciales



Tras la inscripción, tu tutor personal te informará de la fecha exacta en la que se realizarán las diferentes convocatorias de examen



Además, en el campus tendrás una Guía donde encontraras toda la información del desarrollo de tu curso y las fechas de los exámenes presenciales obligatorios



Estos exámenes presenciales se llevarán a cabo en el centro en el que te hayas inscrito



Cada año tendrás dos convocatorias:

- Una ordinaria que tendrá lugar la segunda quincena de mayo
- Otra extraordinaria que se realiza normalmente en junio y a la que solo asistirán aquellos alumnos que no consigan superar la primera convocatoria



En cada convocatoria se efectuará un examen por cada uno de los módulos del Ciclo de Grado Superior Oficial



Los exámenes se realizarán en 2 jornadas. Normalmente, en sábado y domingo

13

Titulación

El Ciclo de Grado Superior Oficial en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos, garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, un título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.

Tras la consecución del programa completo y superación de las evaluaciones, podrás solicitar tu título, expedido por la Administración Pública competente. Durante la tramitación del título obtendrás, además, un certificado de titulación.

Gracias a la alta calidad académica del programa, la Consejería de Educación de la Comunidad de Madrid concedió la autorización oficial de estudios el día 22/05/2023 a través de la Orden 1234567890.

Este título tiene carácter de validez oficial en todo el territorio español y faculta al egresado para ejercer los derechos que a este título otorgan la legislación y disposiciones oficiales vigentes.

Si tiene cualquier duda puede dirigirse a su asesor académico o directamente al departamento de atención al alumno, a través de este correo electrónico: informacion@tech-fp.com

Institución Oficial Certificada



Título: **Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos**

Modalidad: **Online**

Nº Orden: **1234567890**

Fecha de la Orden: **22/05/2023**

Nº Horas Lectivas: **2.000**

Duración: **2 años**





Ciclo de Grado Superior Oficial Agencias de Viajes y Gestión de Eventos

Familia: Hostelería y Turismo

Modalidad: Online

Duración: 2.000 horas

Titulación: Técnico Superior en Agencias de Viajes
y Gestión de Eventos

Ciclo de Grado Superior Oficial

Agencias de Viajes y Gestión de Eventos