

Master en Dirección de Agencias de Viajes



# ÍNDICE

**1** | Somos Educa  
Business School

**2** | Rankings

**3** | Alianzas y  
acreditaciones

**4** | By EDUCA  
EDTECH  
Group

**5** | Metodología  
LXP

**6** | Razones por las  
que elegir Educa  
Business School

**7** | Programa  
Formativo

**8** | Temario

**9** | Contacto

## SOMOS EDUCA BUSINESS SCHOOL

---

**EDUCA Business School** es una institución de formación online especializada en negocios. Como miembro de la Comisión Internacional de Educación a Distancia y con el prestigioso Certificado de Calidad AENOR (normativa ISO 9001) nuestra institución se distingue por su compromiso con la excelencia educativa.

Nuestra **oferta formativa**, además de **satisfacer las demandas del mercado laboral** actual, puede bonificarse como formación continua para el personal trabajador, así como ser homologados en Oposiciones dentro de la Administración Pública. Las titulaciones de EDUCA Business School se pueden certificar con la Apostilla de La Haya dotándolos de validez internacional en más de 160 países.

Más de

**18**

años de  
experiencia

Más de

**300k**

estudiantes  
formados

Hasta un

**98%**

tasa  
empleabilidad

Hasta un

**100%**

de financiación

Hasta un

**50%**

de los estudiantes  
repite

Hasta un

**25%**

de estudiantes  
internacionales

## RANKINGS DE EDUCA BUSINESS SCHOOL

---

**Educa Business School** se engloba en el conjunto de EDUCA EDTECH Group, que ha sido reconocido por su trabajo en el campo de la formación online.

Todas las entidades bajo el sello EDUCA EDTECH comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación. Gracias a ello ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional.



## ALIANZAS Y ACREDITACIONES

---



FONDO  
SOCIAL  
EUROPEO



## BY EDUCA EDTECH

---

Educa Business School es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas instituciones educativas de formación online. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación.



### ONLINE EDUCATION

---



# METODOLOGÍA LXP

---

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



## 1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



## 2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



## 3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



## 4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



## 5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



## 6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.

## RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EDUCA BUSINESS SCHOOL

---

### 1. FORMACIÓN ONLINE ESPECIALIZADA

Nuestros alumnos acceden a un modelo pedagógico innovador **de más de 20 años de experiencia educativa con Calidad Europea.**



### 2. METODOLOGÍA DE EDUCACIÓN FLEXIBLE

Con nuestra metodología estudiarán **100% online** y nuestros alumnos/as tendrán acceso los 365 días del año a la plataforma educativa.



### 3. CAMPUS VIRTUAL DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA



Contamos con una **plataforma avanzada** con material adaptado a la realidad empresarial, que fomenta la participación, interacción y comunicación con alumnos de distintos países.

## 4. DOCENTES DE PRIMER NIVEL

Nuestros docentes están acreditados y formados en **Universidades de alto prestigio en Europa**, todos en activo y con una amplia experiencia profesional.



## 5. TUTORÍA PERMANENTE



Contamos con un **Centro de Atención al Estudiante CAE**, que brinda atención personalizada y acompañamiento durante todo el proceso formativo.

## 6. DOBLE MATRICULACIÓN

Algunas de nuestras acciones formativas cuentan con la llamada **Doble matriculación**, que te permite obtener dos formaciones, ya sean de masters o curso, al precio de una.



## Master en Dirección de Agencias de Viajes



**DURACIÓN**  
1500 horas



**MODALIDAD  
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO  
PERSONALIZADO**

## Titulación

Titulación de Master en Dirección de Agencias de Viajes con 1500 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional



### EDUCA BUSINESS SCHOOL

como centro acreditado para la impartición de acciones formativas  
expide el presente título propio

#### NOMBRE DEL ALUMNO/A

con número de documento XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

#### Nombre del curso

con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Educa Business School.

Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXX/XXXX-XXXXXX.

Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXXX.

Y para que conste expido la presente titulación en Granada, a (día) de (mes) del (año).

Firma del Alumno/a  
NOMBRE ALUMNO/A

La Dirección Académica  
NOMBRE DE AREA MANAGER



Con Extranjería, Categoría Profesional del Consejo Profesional y Social de la INECCO (Bom. Resolución 6046)

## Descripción

---

El sector del turismo y el ocio está en pleno desarrollo y auge en nuestra sociedad actual, siendo generador de riqueza y proporcionando trabajo a miles de personas. España es uno de los países con un mayor número de Agencias de Viajes y esta cifra sigue en aumento cada año. El objetivo de este Master en Dirección de Agencias de Viajes es dotar al alumnado de las herramientas directivas necesarias para gestionar adecuadamente una agencia de viajes o cualquier otra institución que proporcione servicios turísticos, llevando a cabo el análisis de su estructura organizativa y funcional, gestiones de marketing y recursos humanos, así como el dominio de los diferentes tipos de venta, ofreciendo siempre la máxima calidad en el servicio a sus clientes. Siendo estos profesionales los encargados de llevar a cabo funciones, que van desde la planificación y la producción de viajes, el asesoramiento y la venta de servicios y productos turísticos o la tramitación y reserva de vuelos, paquetes turísticos, reserva de transporte, hoteles, etc.

## Objetivos

---

- Conocer el concepto y las tipologías en el producto turístico.
- Comprender el marco normativo referente a las agencias de viajes para realizar los contratos turísticos basándose en la legislación vigente.
- Aprender a elaborar los elementos que conforman la dirección estratégica y la función que desempeñan para llevar a cabo la planificación empresarial eficaz.
- Favorecer la disciplina y la motivación como valores fundamentales en el desarrollo de las competencias directivas.
- Aprender analizar la demanda turística basándose en las pautas necesarias para la investigación y segmentación.
- Comprender el significado de la oferta turística sostenible para desempeñarla y crear destinos más sostenibles de los que existen en la actualidad.
- Aprender a planificar las plantillas de trabajadores de las empresas en función de las necesidades de la misma.
- Diferenciar los requisitos documentales necesarios para la implantación de la calidad total.
- Aprender a gestionar las nóminas, los seguros sociales y los finiquitos de acuerdo con las previsiones legales.
- Comprender la utilidad del software Savia Amadeus.

## Para qué te prepara

---

Este Master en Dirección de Agencias de Viajes está dirigido a profesionales que desarrollan su actividad en Agencias de Viajes, directivos, gestores, mayoristas, etc. Así como a estudiantes y desempleados que quieran formarse y trabajar en el sector turístico.

## A quién va dirigido

---

Este Master en Dirección de Agencias de Viajes le prepara para llevar a cabo todas las funciones que un profesional del sector turístico puede ejercer: desde la planificación y producción de viajes, el asesoramiento y venta de servicios y productos turísticos o la tramitación y reserva de vuelos, paquetes turísticos, hoteles, reserva de transporte, etc., a la dirección y gestión de una Agencia de Viajes.

## Salidas laborales

---

El presente Master en Dirección de Agencias de Viajes pretende aportar formación en unidades productivas de agencias de viajes y de otras entidades dedicadas a la distribución turística (centrales de reservas, sistemas de distribución, representantes de prestatarios de servicios, etc.), tanto en el nivel de personal de contacto como en puestos de supervisión.

## TEMARIO

---

### PARTE 1. GESTIÓN DE AGENCIAS DE VIAJES Y EVENTOS TURÍSTICOS

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA AGENCIA DE VIAJES

1. Concepto y funciones
2. Tipos de agencias de viajes (AAVV)
3. Evolución de las agencias de viaje en España

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN INTERNA DE LA AGENCIA DE VIAJES

1. Introducción a la organización
2. La organización interna de una empresa
3. El organigrama de una agencia de viajes
4. La organización de una agencia de viajes
  1. - Departamento técnico o de producto
  2. - Departamento comercial o de marketing
  3. - Departamento de ventas
  4. - Departamento de administración y finanzas
5. Los niveles de responsabilidad y gestión

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARCO NORMATIVO DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Legislación sectorial: Agencias de Viajes
  1. - Derecho Comunitario
  2. - Normativa Estatal
  3. - Normativa autonómica de Agencias de Viajes
2. Las Agencias de Viajes: Servicios Turísticos de intermediación
  1. - La Licencia o título y la fianza
  2. - Las Agencias de viajes extranjeras
  3. - Las ayudas públicas
3. Los contratos turísticos
  1. - Clasificación de los contratos turísticos
  2. - Sujetos que intervienen en la contratación turística
4. Régimen jurídico del empresario turístico
  1. - Los derechos y obligaciones de las Agencias de Viajes
  2. - La responsabilidad del empresario
5. Los usuarios de servicios turísticos o turistas
  1. - Derechos de los turistas
6. Derechos de los consumidores en los Viajes Combinados
7. La sanción administrativa turística

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. FUENTES DE INFORMACIÓN DE LAS AGENCIAS DE VIAJES Y DE EVENTOS TURÍSTICOS

1. Fuentes de información impresas

1. - Información turística general
2. - Información técnica para agencias de viajes
2. Fuentes de información mecanizadas
  1. - Informática turística aplicada al sector
  2. - Programas de gestión para agencias de viajes
  3. - La distribución telemática en las agencias de viajes

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA INTERMEDIACIÓN EN LA RESERVA Y VENTA DE ALOJAMIENTOS

1. El mundo de la hostelería
  1. - Conceptos hosteleros generales
2. Modalidades de alojamientos
3. Relaciones entre Agencias de Viajes y empresas de alojamiento
  1. - Procedimientos y normas de reserva
  2. - Los contratos y los acuerdos
  3. - Tipos de retribución en la venta de alojamiento
4. Fuentes informativas de la venta de alojamiento
5. Las reservas directas e indirectas
6. Las tarifas y sus condiciones de aplicación
7. Las cadenas hoteleras y las centrales de reserva
8. Algunos problemas en la relación con los hoteles

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE VIAJES Y EVENTOS TURÍSTICOS

1. Introducción
2. Promoción de los paquetes turísticos a la oferta
3. Venta de viajes programados
  1. - Selección del producto
  2. - Procedimiento de reserva y cálculo de precios
  3. - Emisión de la documentación
4. Elaboración y programación de un paquete turístico
  1. - Creación o diseño del producto
  2. - Planificación del itinerario
  3. - Elección de proveedores
  4. - Cálculo del presupuesto del viaje
  5. - Cálculo del índice de ocupación o punto muerto
  6. - Elaboración y diseño del folleto y/o proyecto de viaje
  7. - Presentación del producto
  8. - Formalización y realización
  9. - Control de calidad y seguimiento de la venta

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. LAS AGENCIAS DE VIAJES Y LA PROMOCIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA SOSTENIBLE

1. Turismo y sostenibilidad
2. Impacto del turismo
  1. - Problemas medioambientales
  2. - Problemas económicos
  3. - Problemas socioculturales

3. Comercialización del turismo sostenible
4. Creación de destinos sostenibles

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE TRANSPORTE POR CARRETERA

1. Introducción
2. Transporte regular por carretera
3. Transporte discrecional
4. Alquiler de automóviles

#### UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE TRANSPORTE AÉREO

1. Introducción
2. Principales organismos y convenios que regulan el tráfico aéreo
  1. - Organismos Internacionales
  2. - Convenios internacionales
3. Tarifas aéreas
4. Relaciones entre compañías aéreas regulares y Agencias de Viajes
5. Documentos de tráfico aéreo
6. Transporte aéreo especial
  1. - Pasajeros que necesitan atenciones especiales
  2. - Equipajes
  3. - Animales vivos

#### UNIDAD DIDÁCTICA 10. LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DEL TRANSPORTE FERROVIARIO

1. Introducción
2. Oferta ferroviaria nacional
  1. - Trenes regulares nacionales
  2. - Trenes turísticos nacionales
  3. - Trenes chárter nacionales
  4. - Otros servicios de RENFE
3. Oferta ferroviaria europea
  1. - Trenes regulares
  2. - Trenes especiales
  3. - Principales compañías ferroviarias europeas
4. Guías y horarioS
5. Tarifas ferroviarias
  1. - Tarifas ferroviarias nacionales
  2. - Tarifas ferroviarias internacionales
6. Relaciones entre RENFE y las Agencias de Viajes
7. El billete de tren

#### UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE TRANSPORTE ACUÁTICO

1. Introducción
2. Servicios acuáticos de las Agencias de Viajes españolas
  1. - Transporte marítimo regular
  2. - Transporte discrecional o turístico

3. Guías y horarios
4. Tarifas marítimas nacionales
5. Comercialización y venta de los servicios acuáticos
6. Los billetes de pasaje de línea regular

#### UNIDAD DIDÁCTICA 12. LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS COMPLEMENTARIOS Y VIAJES PROFESIONALES

1. Seguro de viajes o turístico
  1. - Tipos de seguro de viaje
  2. - Riesgos que incluye el seguro de viaje
  3. - Reserva, cálculo de tarifas y emisión de la documentación
2. Guías y animadores turísticos
  1. - Tipos de guías
  2. - Relaciones de animadores y guías turísticos con las Agencias de Viajes
3. Otras actividades
4. Los viajes Profesionales
  1. - Viajes individuales
  2. - Viajes colectivos

#### UNIDAD DIDÁCTICA 13. TÉCNICAS DE MARKETING Y VENTAS EN LAS AGENCIAS DE VIAJES Y EVENTOS TURÍSTICOS

1. Definición
2. Utilidades del marketing para la Agencia de Viajes
3. Proceso de marketing y marketing management
  1. - Proceso de marketing
  2. - Marketing management
4. Mercadotecnia y actividad turística
5. Planeación estratégica de Agencias de Viajes
6. El Plan de Marketing: Definición y ventajas
7. Características del plan de Marketing
  1. - La misión y la cultura de la empresa
  2. - La elaboración del plan
8. Estructura del plan de marketing en las Agencias de Viajes
9. Etapas para elaborar un plan de marketing
  1. - Análisis de la situación
  2. - Diagnóstico de la situación
  3. - Definición de los objetivos
  4. - Estrategias
  5. - Planes de acción y presupuestos
  6. - Control del plan
10. El plan de promoción de ventas en las Agencias de Viajes

#### UNIDAD DIDÁCTICA 14. CALIDAD EN EL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN AGENCIAS DE VIAJES

1. Introducción. La Calidad del Servicio y Atención al Cliente
  1. - La Calidad del Servicio
  2. - Atención al Cliente

3. - Competencias del Profesional en Atención al Cliente
4. - Habilidades Sociales
5. - Atención a quejas y reclamaciones
2. El Cliente
  1. - Tipos de Clientes

## PARTE 2. MARKETING TURÍSTICO

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

1. Conceptos básicos sobre la demanda
2. Análisis de la demanda turística
  1. - Clasificación de la demanda
  2. - Demanda turística internacional y nacional
3. Pautas para investigar la demanda viajera
  1. - Fuentes y técnicas de recogida de información
  2. - Factores que determinan la evolución de la demanda turística
  3. - Parámetros básicos de la investigación
4. Segmentación de la demanda turística

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. DEMANDA Y MERCADO TURÍSTICO

1. El entorno turístico
2. Consecuencias de la demanda turística
3. Demanda del mercado
4. Demanda: plan de acción
5. Proceso de segmentación de mercados

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTRODUCCIÓN A LA OFERTA TURÍSTICA

1. Introducción
2. Clasificación de la oferta turística
3. Componentes de la oferta turística
4. Oferta y demanda: competitividad

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL MARKETING EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Definición
2. Utilidades del marketing para la Agencia de Viajes
3. Proceso de marketing y marketing management
  1. - Proceso de marketing
  2. - Marketing management
4. Mercadotecnia y actividad turística
5. Planeación estratégica de Agencias de Viajes

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. MARKETING Y MERCADO TURÍSTICO

1. El mercado turístico
2. Investigación de mercado
  1. - Investigación turística

2. - Segmentación del mercado
3. Política de mercado
4. El producto turístico
5. El consumidor turístico
6. Análisis de motivaciones
  1. - Técnicas de motivación
  2. - Investigación motivacional

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. DIRECCIÓN DE MARKETING EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Función del marketing en la empresa
2. La dirección de marketing de Agencias de Viajes
  1. - Las funciones del director de marketing
  2. - Dirección y plan de marketing
3. El director de marketing como estratega
4. Objetivos de la gerencia

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL PLAN DE MARKETING

1. Definición y ventajas
2. Características del plan
  1. - La misión y la cultura de la empresa
  2. - La elaboración del plan
3. Estructura del plan de marketing en las Agencias de Viajes
4. Etapas para elaborar un plan de marketing
  1. - Análisis de la situación
  2. - Diagnóstico de la situación
  3. - Definición de los objetivos
  4. - Estrategias
  5. - Planes de acción y presupuestos
  6. - Control del plan
5. El plan de promoción de ventas en las Agencias de Viajes

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA PUBLICIDAD EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Marketing del producto turístico
2. Comercialización del producto turístico en las Agencias de Viajes
  1. - Competencia comercial
  2. - Precios y condiciones comerciales
3. Distribución del producto
4. Imagen y publicidad
  1. - Imagen de la Agencia de Viajes
  2. - Publicidad de la Agencia de Viajes
5. Publicidad y marketing directo

#### UNIDAD DIDÁCTICA 9. COMUNICACIÓN: MARKETING Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

1. Definición y conceptos básicos
2. Dirección de comunicación

3. Plan estratégico de comunicación
4. Marketing cibernético y publicidad
  1. - E-Comunicación
  2. - E-mail marketing
5. La comunicación de destinos turísticos

### PARTE 3. LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA E

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. EMPRESA, ORGANIZACIÓN Y LIDERAZGO

1. Las PYMES como organizaciones
2. Liderazgo
3. Un nuevo talante en la Dirección

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PLAN DE EMPRESA I. LA ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO DE MERCADO

1. Introducción
2. Utilidad del Plan de Empresa
3. La introducción del Plan de Empresa
4. Descripción del negocio. Productos o servicios
5. Estudio de mercado

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL PLAN DE EMPRESA II. PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL EN LA ÁREAS DE GESTIÓN COMERCIAL, MARKETING Y PRODUCCIÓN

1. Plan de Marketing
2. Plan de Producción

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PLAN DE EMPRESA III. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE INFRAESTRUCTURA, RR.HH RECURSOS FINANCIEROS

1. Infraestructura
2. Recursos Humanos
3. Plan Financiero
4. Valoración del Riesgo. Valoración del proyecto
5. Estructura legal. Forma jurídica

### PARTE 4. GESTIÓN LABORAL Y RECURSOS HUMANOS

#### MÓDULO 1. GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE PLANTILLAS

1. Introducción
2. Concepto de planificación de Recursos Humanos
3. Importancia de la planificación de los Recursos Humanos: ventajas y desventajas
4. Objetivos de la planificación de Recursos Humanos
5. Requisitos previos a la planificación de Recursos Humanos
6. El caso especial de las Pymes
7. Modelos de planificación de los Recursos Humanos

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA GESTIÓN DE RR EN LA ORGANIZACIÓN. GESTIÓN POR COMPETENCIAS

1. Formación en la empresa. Desarrollo del talento
2. Marketing de la formación

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

1. Introducción
2. Comunicación interna
3. Herramientas de comunicación
4. Plan de comunicación interna
5. La comunicación externa
6. Cultura empresarial o corporativa
7. Clima laboral
8. Motivación y satisfacción en el trabajo

## MÓDULO 2. GESTIÓN LABORAL

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTRATOS I. LA RELACIÓN LABORAL

1. El contrato de trabajo: capacidad, forma, período de prueba, duración y sujetos
2. Tiempo de trabajo

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTRATOS II. MODALIDADES DE CONTRATACIÓN

1. Tipologías y modalidades de contrato de trabajo
2. Contratos de trabajo de duración indefinida
3. Contratos de trabajo temporales
4. Contrato formativo para la obtención de la práctica profesional
5. Contrato de formación en alternancia

### UNIDAD DIDÁCTICA 6. SISTEMA DE SEGURIDAD SOCIAL. RÉGIMEN GENERAL

1. Introducción. El Sistema de Seguridad Social
2. Regímenes de la Seguridad Social
3. Régimen General de la Seguridad Social. Altas y Bajas

### UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE NÓMINAS Y COTIZACIONES A LA SEGURIDAD SOCIAL

1. El Salario: elementos, abono, SMI, pagas extraordinarias, recibo y garantía
2. Cotización a la Seguridad Social
3. Retención por IRPF
4. Relación de ejercicios resueltos: Bases y tipos de contingencias

## PARTE 5. GESTIÓN CONTABLE Y PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

### MÓDULO 1. GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA CONTABILIDAD

1. Introducción a la contabilidad
2. La dualidad de la contabilidad
3. Valoración contable
4. Anotación contable
5. Los estados contables
6. El patrimonio de la empresa
7. Normativa: Plan General Contable

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL EJERCICIO CONTABLE

1. Planteamiento caso práctico
2. Balance de situación inicial
3. Registro de las operaciones del ejercicio
4. Ajustes previos a la determinación del beneficio generado en el ejercicio
5. Balance de sumas y saldos
6. Cálculo del resultado: beneficio o pérdida
7. Asiento de cierre de la contabilidad
8. Cuentas anuales
9. Distribución del resultado

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARCO CONCEPTUAL Y PRINCIPIOS

1. Principios de la contabilidad
2. Valoración de la contabilidad

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTABILIZACIÓN DE GASTOS E INGRESOS

1. Diferenciación de pagos y cobros
2. Diferenciación de gastos e ingresos
3. Cuentas del grupo 6 y 7
4. Cálculo del resultado contable
5. Contabilización de los gastos
6. Contabilización de los ingresos

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTABILIZACIÓN DEL INMOVILIZADO

1. Definición del inmovilizado
2. Integrantes del inmovilizado material
3. Integrantes del inmovilizado intangible
4. Contabilización del inmovilizado
5. Amortización y deterioro

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. CONTABILIZACIÓN DE OPERACIONES DE TRÁFICO

1. Definición de operaciones de tráfico y clasificación
2. Contabilizar operaciones con clientes y deudores
3. Contabilizar operaciones con proveedores y acreedores
4. Débitos por operaciones no comerciales

#### MÓDULO 2. PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

## UNIDAD DIDÁCTICA 7. CONCEPTOS BÁSICOS DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

1. Introducción
2. El trabajo
3. La salud
4. Efectos en la productividad de las condiciones de trabajo y salud
5. La calidad

## UNIDAD DIDÁCTICA 8. LOS RIESGOS PROFESIONALES ASOCIADOS A CLÍNICAS, CENTROS MÉDICOS Y HOSPITALES

1. Introducción
2. Riesgos ligados a las condiciones de seguridad
3. Riesgos higiénicos
4. Riesgos ergonómicos
5. Absentismo, rotación y riesgos psicosociales asociados al sector
6. El acoso psicológico en el trabajo
7. El estrés laboral

## UNIDAD DIDÁCTICA 9. MARCO NORMATIVO BÁSICO EN MATERIA DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES. DERECHOS Y DEBERES

1. Normativa
2. Normativa de carácter internacional. Convenios de la Organización Internacional del Trabajo (O.I.T.)
3. Normativa Unión Europea
4. Normativa Nacional
5. Normativa Específica
6. Derechos, obligaciones y sanciones en Prevención de Riesgos Laborales
7. Empresarios (Obligaciones del empresario)
8. Responsabilidades y Sanciones
9. Derechos y obligaciones del trabajador
10. Delegados de Prevención
11. Comité de Seguridad y Salud

