1. Fundamento, naturaleza y propósito de la administración de las empresas y entidades del sector de hostelería y turismo. Funciones y objetivos. Evaluación de las principales aportaciones históricas a la teoría de la administración empresarial.
2. La planificación empresarial en hostelería y turismo. Valoración de su importancia. Tipos de planes empresariales. Justificación del proceso de planificación.
3. Gestión y control presupuestarios en las empresas y entidades de hostelería y turismo. Justificación. Concepto y propósito de los presupuestos. Ciclo presupuestario. Tipos de presupuestos.
4. Instrumentos de control empresarial no estrictamente presupuestario aplicables a las empresas y entidades de hostelería y turismo. Instrumentos de control. Técnicas de programación y control. Métodos de cálculo de tiempo más aplicados en Hostelería. Utilidad de la planificación y control de procedimientos.
5. Adaptación del Plan General de Contabilidad a las empresas de hostelería y turismo. Principios contables. Estructura del Plan General de Contabilidad.
6. El ciclo contable en las empresas del sector de hostelería y turismo. Formalización de la cuenta de pérdidas y ganancias y del balance de situación.
7. Análisis de los estados financieros en las empresas del sector de hostelería y turismo: Interpretación financiera de los balances de situación y de la cuenta de pérdidas y ganancias. Análisis de los flujos de fondos de tesorería («cash-flow»).
8. Análisis de la rentabilidad en las empresas de hostelería y turismo. Tipos de márgenes de la empresa. Punto muerto de explotación. Análisis estático y dinámico de la rentabilidad. Rentabilidad de los capitales propios.
9. Análisis de la liquidez y del endeudamiento y sus especificidades en las empresas del sector de hostelería y turismo. Fondo de maniobra. Evaluación de los sistemas de cobro y pago Valoración de los ratios de liquidez. Análisis del endeudamiento.
10. Evaluación de la estructura financiera de las empresas de hostelería y turismo: Determinación de la inversión necesaria según tipo de empresa. Relación óptima entre recursos propios y ajenos.
11. Evaluación de inversiones en el sector de hostelería y turismo. Tipos de inversión más usuales. Métodos para evaluar inversiones según cada tipo de empresa: «Pay-back», V.A.N., T.I.R.
12. La organización en las empresas y entidades de hostelería y turismo. Relación con otras funciones gerenciales. Patrones básicos de departamentalización tradicional. Estructura y cultura organizativas eficaces.
13. La profesionalidad en Hostelería y turismo: Análisis comparativo de las competencias profesionales. Análisis de los conocimientos, habilidades cognitivas, destrezas y actitudes más significativos. Principios deontológicos característicos en el marco de cada subsector.
14. Estadística descriptiva y análisis estadístico en hostelería y turismo. Técnicas y tipos de análisis estadísticos. Aplicaciones.
15. El fenómeno turístico. Valoración del hecho turístico desde la perspectiva de sus efectos económicos, culturales, socio-políticos y medioambientales. Dinámica de los flujos turísticos. Previsiones de la evolución futura del fenómeno turístico.
16. Mercado turístico y proceso global de prestación de servicios de esta naturaleza: Caracterización de la oferta turística. Caracterización y motivaciones de la demanda turística internacional y española. Proceso global de creación y prestación de los servicios turísticos en función de sus fases.
17. Marketing turístico. Diferenciación del marketing de productos del marketing de servicios. Justificación de las fases de conceptualización, estructuración, comercialización y prestación en la creación de un servicio. Aplicación en hostelería y turismo.
18. La aplicación del sistema de «servucción» a las empresas y entidades de hostelería y turismo: Justificación de la aplicación del sistema de «servucción» en las empresas y entidades de servicios.
19. Planificación estratégica y plan de marketing en las empresas de hostelería y turismo: Justificación de la utilidad del plan de marketing. Peculiaridades del plan de marketing según el tipo de empresa o entidad del sector.
20. Marketing operacional y markerting «mix» en el sector de hostelería y turismo: Definición de marketing operacional y caracterización de las variables. Instrumentos de comunicación según tipo de empresa o producto del sector.
21. Gestión y control de calidad en las empresas de hostelería y turismo. Sistemas aplicables en el sector. Peculiaridades de la gestión integral de la calidad en las empresas y entidades del sector. Relación entre calidad de servicios propios y ajenos y satisfacción del cliente.
22. El marketing interno en las empresas de hostelería y turismo. Plan de marketing interno. Utilidad de los manuales de empresa.
23. El subsector de restauración gastronómica: Estimación del peso económico actual y previsiblemente futuro en España y en la Unión Europea. Análisis de la evolución y tendencias en la oferta y demanda. Oferta y demanda de empleo en España. Clasificación de los establecimientos de acuerdo con sus características, procesos básicos, ofertas, clientela y normativa aplicable.

24. El subsector de industrias de pastelería y panadería artesanales: Estimación del peso económico actual y previsiblemente futuro en España y en la Unión Europea. Análisis de la evolución y tendencias en la oferta y demanda. Oferta y demanda de empleo en España. Clasificación de los establecimientos del subsector de acuerdo con sus características, procesos básicos, ofertas, clientela y normativa aplicable.
25. Procesos y estructuras de los establecimientos y/o áreas de restauración. Procesos de elaboración y/o servicio de elaboraciones culinarias y bebidas. Instalaciones, equipos y maquinaria. Comparación de establecimientos de restauración gastronómica comercial y colectiva. Instrumentos de control de calidad.
26. Procesos en los establecimientos de pastelería y/o panadería artesanales. Procesos de elaboración de productos de pastelería, heladería y panadería artesanales. Instalaciones, equipos y maquinaria. Comparación de establecimientos de pastelería y panadería artesanales. Instrumentos de control de calidad.
27. Investigación de mercados en los sectores de la Hostelería y Turismo. Importancia como instrumento de planificación. Selección y segmentación del mercado, métodos y técnicas. Fuentes de información de Hostelería y Turismo. Métodos de obtención de información.
28. Oferta de servicios en empresas de restauración gastronómica y de pastelería y panadería artesanales: Definición de un concepto empresarial. Definición de públicos objetivos en estos subsectores. Definición de ofertas de servicios.
29. Composición, adaptación y aspecto físico de ofertas gastronómicas. Tendencias alimentarias en las sociedades occidentales. Análisis comparativo de menús, cartas y otras ofertas gastronómicas. Elaboración y adaptación de ofertas gastronómicas. Sistemas de rotación. Presentación de los distintos tipos de ofertas gastronómicas. Aplicación de las técnicas de «merchandising».
30. Alimentación y nutrición: Grupos de alimentos y su caracterización. Principios inmediatos. Composición nutricional y calórica de los alimentos. Estados carenciales del organismo.
31. Nutrición y dietética: Relación entre grupos de alimentos, nutrientes que los componen y necesidades energéticas, funcionales y estructurales del organismo humano. Aplicación de los principios dietéticos en la elaboración de ofertas gastronómicas. Elaboración de dietas según colectivos.
32. Gastronomía española: Evolución y tendencias actuales. Tradiciones culinarias. Principales productos y elaboraciones por zonas.
33. Los vinos españoles. Geografía vinícola. Denominaciones de origen. Metodología para el análisis sensorial de los vinos.
34. Gestión y control de almacenes de alimentos y bebidas: Métodos utilizados para identificar necesidades de aprovisionamiento de géneros culinarios y bebidas y efectuar solicitudes de compra. Sistemas y procesos de recepción de géneros, almacenamiento, distribución interna, y control y valoración de inventarios de géneros culinarios y bebidas.
35. Evaluación de costes, consumos y productividad en las empresas de restauración gastronómica y de pastelería y panadería artesanales. Estructura de costes y margen bruto. Métodos para la determinación de costes. Métodos para la determinación, imputación, control y evaluación de consumos. Análisis de niveles de productividad en estos establecimientos.
36. Precios y control de ventas en los subsectores de restauración gastronómica y pastelería y panadería artesanales: Política de precios como variable del marketing operacional. Técnicas para la asignación de precios a los distintos componentes de las ofertas gastronómicas. Métodos para evaluar las ventas.
37. El subsector de alojamiento: Estimación del peso económico actual y previsiblemente futuro en España y en la Unión Europea. Análisis de la evolución y tendencias en la oferta y demanda. Oferta y demanda de empleo en España. Clasificación de los establecimientos de acuerdo con sus características generales, tipo de oferta, clientela y normativa aplicable.
38. Procesos y estructuras en las empresas y áreas de alojamiento. Procesos de prestación del servicio. Comparación de tipos e instalaciones de alojamiento turístico y no turístico. Instrumentos de control de calidad.
39. Ofertas de servicios de alojamiento: Definición de un concepto empresarial. Definición de públicos objetivos en este subsector. Definición de ofertas de servicios de alojamiento.
40. Técnicas y procedimientos económico-administrativos que se derivan de la entrada, estancia y salida de huéspedes. Fases. Métodos de obtención, archivo y difusión de la información. Sistemas y procedimientos de facturación, control económico y cobro. Operaciones con moneda extranjera y cheques de viajero.
41. Servicios y venta en el departamento de recepción. Servicios de recepción, conserjería y comunicaciones. Sistemas de reservas de alojamiento. Análisis de la información de gestión de reservas. La gestión de reservas como instrumento de comercialización. Legislación europea y española sobre protección de usuarios de servicios en un alojamiento.
42. Evaluación de costes y asignación de precios en alojamientos turísticos y no turísticos:

Clasificación de los costes. Cálculo de costes. Cálculo de precios de venta. Determinación de desviaciones, análisis de causas y efectos, y propuesta de soluciones.
43. Gestión de la seguridad en los alojamientos. Plan de seguridad. Riesgos. Sistemas y equipos. Legislación europea y española en materia de seguridad en los alojamientos. Coberturas de seguro privado que pueden garantizarse en el ámbito de los alojamientos.
44. El subsector de intermediación de servicios turísticos y de viajes. Evolución de los servicios que prestan las agencias de viajes a sus clientes. Estimación del peso económico actual y previsiblemente futuro en España y en la Unión Europea. Análisis de la evolución y tendencias en la oferta y demanda nacional e internacional. Empleo en España. Definición, evolución histórica y clasificación de las agencias.
45. Procesos y estructuras en las agencias de viajes. Proceso de prestación del servicio de intermediación. Relaciones externas con otras empresas, entidades y profesionales. Comparación de los tipos de agencias de viajes.
46. Medios de transporte y construcción de tarifas. Análisis comparativo de las principales modalidades y medios de transporte. Legislación europea y española sobre medios de transporte y tarifas. Manejo de soportes informativos y la determinación y reconstrucción de tarifas según medios de transporte.
47. Gestión de reservas y emisión de documentos acreditativos de derechos de uso de servicios en agencias de viajes. Procedimientos, técnicas y datos necesarios. Fuentes de información interna y externa y medios de comunicación utilizados. Tipos de documentos acreditativos del derecho de uso de los servicios vendidos por intermediación. Normas y procedimientos para su emisión y reemisión.
48. Organización, operación y control de conjuntos complejos de servicios turísticos. Definición de un concepto empresarial en el subsector de agencias de viajes. Programación a la oferta y a la demanda. Definición de públicos objetivos. Fases y procedimientos para la estructuración, organización, operación y control de viajes combinados o eventos. Instrumentos de control de calidad.
49. Atención al cliente, venta directa y negociación con proveedores en hostelería y turismo. Habilidades sociales, técnicas de comunicación, técnicas de protocolo e imagen personal y técnicas de venta según tipologías de situaciones y de clientes. Técnicas y procesos de negociación con proveedores de servicios.
50. Sistemas y procedimientos derivados de las relaciones económicas con clientes y proveedores, y de gestión de registros, almacenamiento, reposición y control de existencias en las agencias de viajes. Legislación europea y española sobre protección de usuarios de servicios prestados por agencia de viajes.
51. Evaluación de costes en agencias de viajes. Métodos para el cálculo de costes. Métodos para la determinación de desviaciones, análisis de causas y efectos, y propuesta de soluciones.
52. Recursos y planificación territorial de la oferta turística. Técnicas para la evaluación de los recursos turísticos del entorno. Técnicas para la elaboración de inventarios turísticos. Normas urbanísticas y de ordenación turística como instrumentos para la protección del medio natural y cultural, y de la propia actividad turística.
53. Creación y desarrollo de productos turísticos locales. Análisis comparativo y caracterización de los diferentes tipos de productos turísticos locales. Definición de públicos objetivos para este tipo de productos. Definición, redefinición y desarrollo de productos turísticos locales. Ciclo de vida de un producto turístico. Viabilidad de productos turísticos.
54. La actividad de asistencia y guía a grupos turísticos. Modalidades. Desarrollo de la actividad. Actividades complementarias. Relaciones de los profesionales de la asistencia a grupos turísticos con las empresas, entidades y otros profesionales del sector.
55. Programación de itinerarios turísticos. Identificación y análisis comparativo de las fuentes de información turística más relevantes para la confección de itinerarios. Viabilidad de los distintos recursos turísticos del entorno a efectos de programar itinerarios. Técnicas de programación de itinerarios turísticos.
56. Técnicas de asistencia, animación y comunicación aplicadas a la actividad de asistencia y guía de grupos turísticos. Comportamientos colectivos e individuales en el marco de los grupos turísticos. Técnicas de dinámica y animación de grupos en función de las fases y situaciones más características que se dan en el desarrollo de un viaje.
57. Aeropuertos, puertos, estaciones y derechos de viajeros. Análisis comparativo desde el punto de vista de su estructura, servicios y trámites. Normativa internacional y española sobre viajeros en tránsito, trámites aduaneros, divisas y derechos de viajeros. Coberturas de los seguros de viajes de su normativa reguladora. Servicios que prestan consulados y embajadas a los viajeros.
58. Servicios y entidades de información turística: Su justificación como servicio imprescindible en el mercado turístico actual. Tipos de entidades que prestan servicios de información turística. Relaciones externas con otras entidades. Estructuras organizativas y funcionales.
59. Gestión de la información en entidades de información turística. Fuentes de información turística. Procedimientos para la gestión de la información turística. Análisis y evaluación de las necesidades de

información, atención y resolución de quejas y reclamaciones de los usuarios.
60. España como destino y producto turístico. Análisis comparativo y caracterización de los principales destinos y productos turísticos del mercado español. Evaluación de las potencialidades turísticas, previsible evolución, oportunidades y amenazas.
61. Destinos y productos turísticos internacionales. Análisis comparativo y caracterización de los principales destinos y productos turísticos del mercado internacional. Evaluación de las potencialidades turísticas, previsible evolución, oportunidades y amenazas de los principales destinos y productos turísticos internacionales analizados.
62. Gestión de pequeñas empresas o instituciones de actividades de tiempo libre y socioeducativas. Características específicas. Justificación de un modelo de organización. Constitución, puesta en marcha y desarrollo.
63. Ocio y tiempo libre en la sociedad europea actual. Estimación de la importancia del ocio en la sociedad europea actual. Justificación de las demandas y necesidades de ocio y tiempo libre en función de distintos colectivos.
64. El animador: Modelos y situaciones de trabajo. Proceso y métodos de intervención. La animación como educación no formal.
65. Diseño y promoción de programas de animación turística. Elementos para la organización y funciones de un departamento de animación. Recursos de animación.
66. Actividades físicas y deportivas más usuales en la animación turística. El juego como elemento dinamizador. Adaptación de juegos y actividades deportivo/recreativas a distintos colectivos.
67. Planificación y organización de veladas y espectáculos para la animación turística. Adaptación a distintos colectivos. Instrumentos de control.

aula ABIERTA de Canarias