

Familia: Hostelería y Sector Servicios	
INGLÉS PROFESIONAL PARA SERVICIOS DE RESTAURACIÓN	100 horas

Objetivos

Una vez finalizado el Módulo el alumno será capaz de comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente en los servicios de restauración. En concreto el alumno será capaz de: Interpretar mensajes orales sencillos en inglés emitidos en el ámbito de la actividad de restauración. Interpretar mensajes y documentos sencillos escritos en inglés recibidos o utilizados en el ámbito de la actividad de restauración. Producir mensajes orales sencillos en inglés referidos a situaciones habituales de la actividad de restauración.

Contenidos

UD1. Prestación de información gastronómica y documental en lengua extranjera. 1.1. Interpretación y traducción de menús cartas y recetas. 1.2. Elaboración de listas distribución de comensales en un evento o servicio especial de restauración. 1.3. Confección de horarios del establecimiento. 1.4. Información básica sobre eventos en restauración como fecha lugar y precio. 1.5. Atención de demandas de información sobre la oferta gastronómica bebidas y precios de las mismas. 1.6. Redacción de documentos y comunicaciones sencillas para la gestión y promoción del establecimiento. 1.7. Redacción de documentos y comunicaciones sencillas para las comandas indicaciones y horarios. 1.8. Consulta de un manual sencillo de maquinaria equipamiento o utensilio de la actividad de restauración y de aplicación informática. UD2. Atención al cliente en lengua extranjera en el servicio de restauración. 2.1. Terminología específica en las relaciones con los clientes. 2.2. Presentación personal (dar información de uno mismo. 2.3. Usos y estructuras habituales en la atención al cliente o consumidor: saludos presentaciones fórmulas de cortesía despedida. 2.4. Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes o consumidores: situaciones habituales en las reclamaciones y quejas de clientes. 2.5. Simulación de situaciones de atención al cliente en el restaurante y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad. 2.6. Asesoramiento sobre bebidas y armonía con los platos. 2.7. Información de sistemas de facturación y cobro. Las cuentas. 2.8. Atención de solicitudes de información reservas y pedidos. 2.9. Atención de demandas de información variada sobre el entorno. UD3. Expresión oral y escrita de la terminología específica del restaurante. 3.1. Manejo de la terminología de las principales bebidas en lengua extranjera. 3.2. Uso y manejo de las expresiones más frecuentes en restauración. 3.3. Conocimiento y utilización de las principales bebidas en lengua extranjera. 3.4. Elaboración de listados y diálogos sobre los principales pescados mariscos y carnes en lengua extranjera. 3.5.

MÁS INFORMACIÓN EN CÁMARA SEGOVIA

Conocimiento y utilización de las principales verduras legumbres y frutas en lengua extranjera.3.6. Elaboración de listados y diálogos en lengua extranjera de las especias y frutos secos principales.3.7. Elaboración de listados y diálogos en lengua extranjera con los elementos del menaje y utensilios de restauración.3.8. Interpretación de las medidas y pesos en lengua extranjera.3.9. Elaboración y uso en diálogos en lengua extranjera de los profesionales que integran la rama y sus departamentos.



MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios

CAMARERO SERVICIO DE BAR

100 horas

Objetivos

Objetivos generales: Dotar a los trabajadores de la formación necesaria que les capacite y prepare para desarrollar competencias y cualificaciones en puestos de trabajo que conlleven responsabilidades, por un lado de programación con el fin de que los trabajadores adquieran los conocimientos necesarios para realizar una correcta y adecuada organización del trabajo y por otro lado, de dirección, ya que los encargados de organizar el trabajo deben tener una correcta formación en la materia con el fin de maximizar los recursos, tanto materiales como humanos, de que dispone la empresa. Facultar al trabajador para asesorar a los clientes sobre los productos ofrecidos de modo que se adapte a las expectativas del cliente y a los intereses económicos del establecimiento de hostelería. Capacitar al trabajador para el comportamiento frente al cliente en las situaciones que puedan surgir en el desarrollo de su actividad. **Objetivos específicos:** Formar al trabajador para la preparación y montaje del área de bar/cafetería, siguiendo las normas establecidas, con el fin de prestar los servicios con la máxima calidad y rentabilidad. Capacitar al trabajador para la preparación y el servicio de bebidas, aperitivos, cócteles, cafés, infusiones, batidos, helados, etc. Proporcionar a los participantes conocimientos sobre la elaboración de vinos, su origen y cualidades, indicando las pautas a seguir en la presentación y servicio, de manera que permita al trabajador asesorar a los clientes adecuadamente. Capacitar a los participantes para la realización del inventario y solicitar las mercancías que resulten necesarias para cubrir las exigencias de la producción. Facultar al profesional para realizar la facturación y cobro de los servicios prestados a los clientes. Informar al profesional sobre la actuación ante posibles reclamaciones de clientes.

Contenidos

Bloque I. UD1. La Restauración. 1.1. Conceptos generales. 1.2. Evolución del sector de la restauración. 1.3. Definición y clasificación de los establecimientos de restauración. 1.4. Organización de los restaurantes. UD2. La Brigada. 2.1. La brigada. 2.2. El servicio de mostrador. Clases y características. 2.3. Los uniformes. UD3. La mise en place. Protocolo. La comanda. 3.1. La mise en place. 3.2. Desarrollo del servicio en el comedor. 3.3. Tipos de servicio. 3.4. Normas de protocolo. 3.5. Servicio de vinos y licores. 3.6. La mise en place del bar. 3.7. El servicio en la barra o mostrador. 3.8. Estudio de tiempos, recorridos y procesos. 3.9. Control de calidad. 3.10. La comanda. UD4. El mobiliario y el material de trabajo. 4.1. El mobiliario principal y el auxiliar. 4.2. El material de trabajo. 4.3. Instalaciones y maquinaria de bar. 4.4. Nuevas tecnologías. UD5. Salsas empleadas en el bar o la cafetería. 5.1. Salsas. 5.2. Otros condimentos. 5.3. El aceite. UD6. Servicio de bebidas, aperitivos y platos combinados. 6.1.

MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J

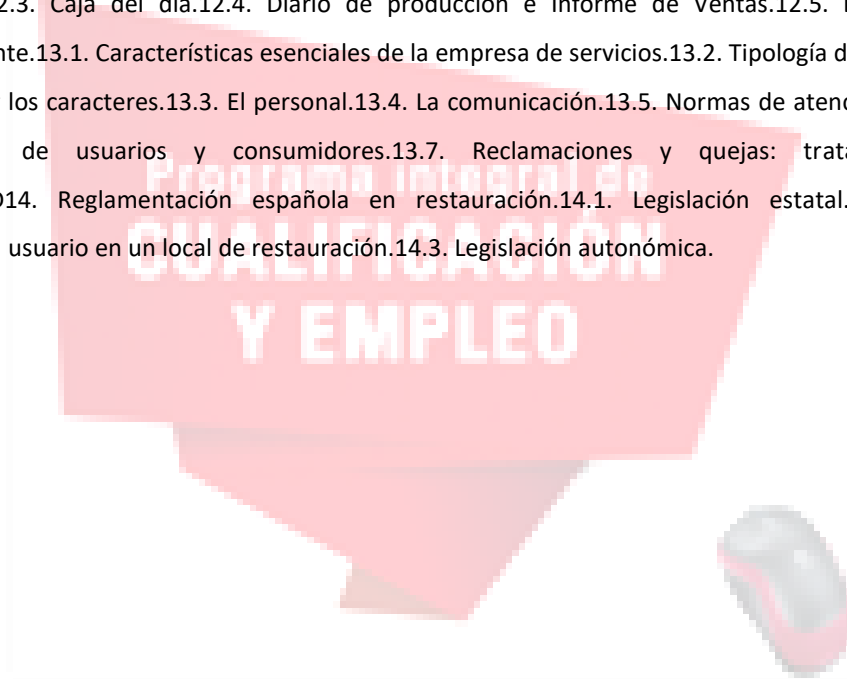


921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Introducción.6.2. Servicio en la barra.6.3. El servicio en las mesas.6.4. Servicio de aperitivos.6.5. Servicio de plancha.6.6. Condiciones básicas de los alimentos en el Bar.UD7. La Coctelería.7.1. Introducción.7.2. Útiles necesarios en Coctelería.7.3. La estación central.7.4. Elaboración de los cócteles.7.5. Elaboración de los cócteles en vaso mezclador.7.6. Series de Coctelería.7.7. Los vasos de Cocktail.7.8. Recetario básico de Coctelería.UD8. Los vinos.8.1. Vinos.8.2. Las uvas y sus componentes.8.3. Fermentación de la uva y composición del vino.8.4. Generalidades en la elaboración y clasificación del vino.8.5. Definición de cada tipo de vino.8.6. Elaboración y crianza del vino.8.7. Crianza de los vinos.8.8. Crianza de los vinos espumosos.8.9. Servicio de los vinos.Bloque II.UD9. Aguardientes, licores y otras bebidas alcohólicas.9.1. Introducción: breve historia de la destilación.9.2. Elaboración de licores y aguardientes.9.3. Tipos de aguardiente y licor.9.4. Licores.9.5. Relación de licores.9.6. Otras bebidas.9.7. Servicio de vinos y licores espirituosos.UD10. Bebidas no alcohólicas.10.1. El café.10.2. El té.10.3. Otras infusiones.10.4. El cacao.10.5. Zumos.10.6. Refrescos.UD11. Semifríos y Helados.11.1. Introducción.11.2. Semifríos.11.3. Helados.UD12. Facturación y Cobro.12.1. El proceso de facturación.12.2. Liquidaciones.12.3. Caja del día.12.4. Diario de producción e Informe de Ventas.12.5. La comanda.UD13. Atención al cliente.13.1. Características esenciales de la empresa de servicios.13.2. Tipología de clientes según las circunstancias y los caracteres.13.3. El personal.13.4. La comunicación.13.5. Normas de atención al cliente.13.6. La protección de usuarios y consumidores.13.7. Reclamaciones y quejas: tratamiento.13.8. Las resoluciones.UD14. Reglamentación española en restauración.14.1. Legislación estatal.14.2. Derechos y obligaciones del usuario en un local de restauración.14.3. Legislación autonómica.



MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios

CAMARERO SERVICIO DE SALA

100 horas

Objetivos

Objetivos generales: Dotar a los trabajadores de la formación necesaria que les capacite y prepare para desarrollar competencias y cualificaciones en puestos de trabajo que conlleven responsabilidades, por un lado de programación con el fin de que los trabajadores adquieran los conocimientos necesarios para realizar una correcta y adecuada organización del trabajo y por otro lado, de dirección, ya que los encargados de organizar el trabajo deben tener una correcta formación en la materia con el fin de maximizar los recursos, tanto materiales como humanos, de que dispone la empresa. Dotar de conocimientos teóricos – prácticos a los alumnos en el manejo de instrumentos, atención al cliente y la consecución de objetivos empresariales. **Objetivos específicos:** Transmitir al trabajador las normas de conducta más adecuadas para atender a los clientes en sala. Informar a los profesionales de la importancia de la brigada, los uniformes y la relación con otros departamentos. Capacitar al trabajador para organizar y efectuar el montaje del comedor en coordinación con los departamentos de servicio de comidas y bebidas. Capacitar al trabajador para la utilización y manejo de instrumentos necesarios para el desempeño de sus tareas laborales, uso de campanas, bandejas, fuentes... formar al trabajador para la realización del trinchado de carnes, despinado de pescados y preparación de mariscos. Facultar al trabajador para el montaje de mesas para comidas, banquetes, reuniones, buffets, así como la decoración de las mismas. Capacitar al trabajador para el servicio de vinos, de manera que tenga un conocimiento de las distintas variedades y la manera de servirlos. Capacitar al trabajador para realizar una correcta carta de menús (realización de menús, sugerencias, composición e ingredientes del menú).

Contenidos

UD1. Introducción al restaurante.1.1. Deontología de la profesión.1.2. Normas de conducta y tratamiento hacia el cliente, los compañeros y la empresa.1.3. El restaurante - comedor y sus dependencias.1.4. La brigada.1.5. Los uniformes.1.6. Relación del comedor con otros departamentos.1.7. El mobiliario principal y el auxiliar.1.8. El material de trabajo.1.9. La mise en place.UD2. El trato con el cliente.2.1. Recepción y acomodo del cliente.2.2. Despedida.2.3. La comanda.UD3. Clasificación de los servicios.3.1. Introducción.3.2. Transportes de viandas.3.3. Clasificación de los servicios.3.4. Trinchado y despinado.3.5. El desbarase de mesas.3.6. Normas generales de servicio.3.7. Doblaje de mesas.3.8. El buffet de servicio.UD4. Los vinos: su servicio.4.1. Introducción histórica.4.2. Las uvas y sus componentes.4.3. Fermentación del mosto y composición del vino.4.4. Elaboración y clasificación del vino. Generalidades.4.5. Elaboración y crianza.4.6. Servicio.UD5. Licores y aguardientes.5.1. Introducción:

MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J

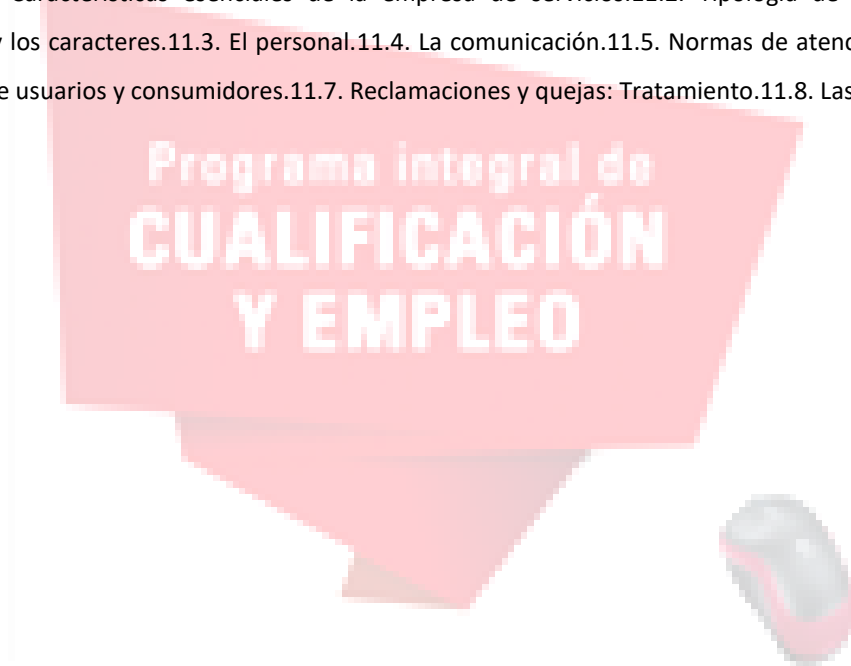


921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

breve historia de la destilación.5.2. Elaboración de licores y aguardientes.5.3. Tipos de aguardiente y licor.5.4. Otras bebidas.5.5. Servicio de vinos y licores espirituosos.UD6. El Queso.6.1. El queso: introducción.6.2. Elaboración del Queso.6.3. Clasificación de los Quesos.6.4. Distintas variedades de Quesos y sus características.6.5. Otros Quesos.UD7. Decoración de mesas.7.1. Decoración de mesas con flores.7.2. Decoración de mesas con frutas.7.3. Decoración de buffet.UD8. Servicios especiales.8.1. Introducción.8.2. Montaje de buffet de desayunos.8.3. Montaje de mesas de desayunos.8.4. Servicio de desayunos continentales.8.5. Servicio de desayunos a la americana o a la inglesa.8.6. Servicio de habitaciones.8.7. Servicio de desayunos en pisos.8.8. Servicio de comidas en pisos.8.9. Montaje de mesas especiales para banquetes.8.10. Servicio de banquetes.8.11. Tipos de montaje de mesas.8.12. Montaje de mesas de reuniones.8.13. Clases de Buffet.8.14. Montaje y servicio de mesas de Buffets.UD9. Otras tareas y servicios.9.1. La confección de menús.9.2. La confección de cartas.9.3. Servicios a la vista del cliente.9.4. Los Postres.UD10. Facturación y Cobro.10.1. El proceso de facturación.10.2. Liquidación.10.3. Caja del día.10.4. Diario de información e informe de ventas.10.5. La Comanda.UD11. Atención al cliente.11.1. Características esenciales de la empresa de servicios.11.2. Tipología de clientes según las circunstancias y los caracteres.11.3. El personal.11.4. La comunicación.11.5. Normas de atención al cliente.11.6. La protección de usuarios y consumidores.11.7. Reclamaciones y quejas: Tratamiento.11.8. Las resoluciones.



MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios

JEFE DE COCINA

100 horas

Objetivos

Objetivos generales: Introducir al alumno en las diferentes áreas de la cocina, así como el conocimiento de las herramientas, materiales y mobiliario. Iniciar al alumno en las técnicas propias del departamento de cocina. Organizar, coordinar y controlar al equipo de trabajo y gestionar internamente su departamento. **Objetivos específicos:** Organizar los procesos de trabajo para optimizar la gestión y administración del establecimiento. Saber las características de los productos que intervienen en la elaboración de los platos. Conocer la función y el mantenimiento de los utensilios y maquinarias de cocina, así como las normas para su correcta instalación. Dominar las técnicas básicas sobre la manipulación, preparación y presentación de los alimentos. Conocer la normativa en materia de higiene y seguridad requerida en la cocina.

Contenidos

UD1. La profesión de cocinero. 1.1. Introducción. Evolución de la cocina. 1.2. El perfil profesional del cocinero. 1.3. Aptitudes y actitudes del personal de cocina. 1.4. Normas de higiene. Uniforme. 1.5. Normas de recogida. UD2. Descripción del puesto. 2.1. La organización del personal. 2.2. Tareas administrativas. 2.3. Aprovisionamientos y transformación de géneros. UD3. Otras tareas. 3.1. Diseño del local de cocina y ubicación de la maquinaria. 3.2. Formación del personal. 3.3. Asesoramiento a la apertura de otros locales. UD4. Otros campos a explorar. 4.1. Nutrición y dietética. 4.2. Cocina creativa. 4.3. Nuevas materias primas. 4.4. Idiomas. UD5. Los servicios. 5.1. Introducción. 5.2. Servicios a la carta. 5.3. Servicios de Menú. 5.4. Banquetes. 5.5. Autoservicios y Buffets.

MÁS INFORMACIÓN EN CÁMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios

COCINA

100 horas

Objetivos

Objetivos generales: Dotar a los trabajadores de la formación necesaria que les capacite y prepare para desarrollar competencias y cualificaciones en puestos de trabajo que conlleven responsabilidades, por un lado de programación con el fin de que los trabajadores adquieran los conocimientos necesarios para realizar una correcta y adecuada organización del trabajo y por otro lado, de dirección, ya que los encargados de organizar el trabajo deben tener una correcta formación en la materia con el fin de maximizar los recursos, tanto materiales como humanos, de que dispone la empresa. Formar al trabajador para realizar y aconsejar al cliente sobre aquellas preferencias de la cocina y mejorar la cualificación de los profesionales para mejorar la calidad en el servicio y atención al cliente. Proporcionar los conocimientos elementales de cocina para que los trabajadores puedan desarrollar correctamente sus competencias, ya que, tanto los encargados de cocinar, como los de organizar el trabajo, deben saber como preparar ensaladas, sopas, pastas, etc. Capacitar al alumno para el tratamiento de los productos alimenticios desde que llegan a la cocina como materias primas hasta su presentación en la mesa, una vez elaborados. **Objetivos específicos:** Introducir al alumno en el mundo de la cocina mediante su historia. Mostrar al alumno el proceso que siguen los productos alimenticios antes de su presentación al cliente, desde la compra hasta su servicio en la mesa. Capacitar al alumno de la terminología utilizada en el mundo de la cocina, así como el vocabulario de especias y condimentos. Instruir al trabajador sobre los distintos tipos de ensaladas, condimentos y aliños utilizados. Capacitar al trabajador para la elaboración de salsas. Formar al participante para una correcta clasificación y preparación de pescados y mariscos. Enseñar al trabajador los diferentes métodos para la preparación de carnes. Especializar al alumno en la presentación de platos de repostería. Facultar al trabajador para la elaboración de platos tradicionales.

Contenidos

UD1. Introducción a la cocina. 1.1. Historia (introducción). 1.2. La cocina moderna. 1.3. A propósito de la profesión de cocinero. UD2. El circuito de los géneros en un establecimiento hostelero. Definición. 2.1. Hostelería. 2.2. La compra. 2.3. Las operaciones preliminares. 2.4. Métodos de cocción. 2.5. La condimentación (sazonamiento, aromas condimentos). 2.6. La presentación. UD3. Vocabulario. 3.1. Términos de cocina. 3.2. Vocabulario de especias. 3.3. Sazonamiento, aromas y condimentos. UD4. Las ensaladas. 4.1. Las ensaladas: introducción. 4.2. Factores a considerar a la hora de confeccionar ensaladas. 4.3. El condimento en las ensaladas. 4.4. Los aliños. 4.5. Ensaladas simples, compuestas y templadas. UD5. Los huevos y tortillas. 5.1. Los huevos: introducción. 5.2.

MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA



Algunas preparaciones de huevos.5.3. Tortillas.UD6. Las sopas.6.1. Las sopas: introducción.6.2. Clasificación.6.3. Las cremas: introducción.6.4. El consomé.6.5. Potajes: legumbre secas.6.6. Elaboración de sopas.UD7. Pastas y pizzas.7.1. La pasta: introducción.7.2. Coccción de la pasta.7.3. El queso y la pasta.7.4. Las pastas y sus salsas más habituales.7.5. Las pizzas.UD8. El arroz.8.1. El arroz: introducción.UD9. Verduras y hortalizas.9.1. Verduras y hortalizas: introducción.UD10. Las salsas.10.1. Los fondos. Las salsas. Introducción.10.2. Los fondos de cocina.10.3. Gelatinas naturales: ave, ternera, buey, vaca, caza.10.4. Jugos y desglasados. Utilización y realización.10.5. Trabazones. Análisis y principios de las trabazones y las salsas.10.6. Las grandes salsas o salsas base.10.7. Otras salsas básicas: pequeñas salsas básicas.10.8. Mantequillas.UD11. Pescados.11.1. Los pescados: introducción.11.2. Clasificación de los pescados 11. 3.limpieza (operaciones preliminares de los pescados).11.4. Pescados: diferentes sistemas de coccción.11.5. Salsas más utilizadas.11.6. Elaboración de pescados en base a: especie racionamiento, método de coccción, salsa de acompañamiento, guarnición, presentación.UD12. Los mariscos.12.1. Los mariscos: introducción.12.2. Clasificación de los mariscos.12.3. Diferentes sistemas de coccción.12.4. Salsas más utilizadas.12.5. Elaboración de mariscos en base a: especie (tipo de marisco), racionamiento (corte), método de coccción, salsa de acompañamiento, guarnición, presentación.UD13. Las carnes.13.1. Las carnes de matadero: introducción.13.2. Clasificación de las carnes.13.3. Sacrificio y conservación de las carnes.13.4. La carne en la cocina.13.5. Salsas más utilizadas.13.6. Elaboración de carnes en base a: especie racionamiento, forma de coccción, salsa de acompañamiento, guarnición y presentación.UD14. Aves.14.1. Las aves de corral: introducción.14.2. Clasificación de las aves de corral.14.3. Operaciones preliminares anteriores a la coccción.14.4. Diferentes métodos de cocinado.14.5. Elaboración de platos a base de aves según: especie, racionamiento, método de coccción, salsa de acompañamiento, guarnición presentación.UD15. Caza.15.1. La caza: introducción.15.2. Clasificación.15.3. Diferentes sistemas de cocinado.15.4. Salsas más utilizadas en las preparaciones a base de caza.15.5. Elaboración de caza en base a: especie, racionamiento, forma de coccción, guarnición, salsa de acompañamiento, presentación.UD16. El queso.16.1. El queso: introducción.16.2. Elaboración del queso.16.3. Clasificación de los quesos.16.4. Distintas variedades de quesos y sus características.UD17. Repostería.17.1. Hojaldre.17.2. Pasta brisa y masas para pastas de té.17.3. Masas batidas.17.4. Masas escaldadas.17.5. Mazapán.17.6. Crêpes.17.7. Baños y cremas.17.8. Merengue.17.9. Flanes y natillas.17.10. Mousses.17.11. Tartas.

MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios

COCINA EN LÍNEA FRÍA

100 horas

Objetivos

Mostrar de forma integral todo lo que conlleva la implantación y gestión de una línea fría completa en una institución que da servicio a colectividades (hospitales, colegios, residencias...), centrándose en los aspectos más cercanos al trabajo diario del personal de cocina. Contextualizar la cocina en línea fría, dentro de la restauración a colectividades, y dar a conocer sus cualidades diferenciales, y las modificaciones en el trabajo diario que acarrearán. Aplicar los conocimientos necesarios para el trabajo en LFC, incidiendo sobre aquellos que lo diferencian de cualquier otro sistema de producción. Conocer, respetar y aplicar la normativa vigente, en materia de seguridad e higiene alimentarias, y participar en la implantación de un sistema de análisis de peligros y puntos de control críticos, que certifique la calidad del trabajo realizado y los materiales y procesos empleados.

Contenidos

UD1. Introducción. 1.1. El sistema de línea fría completa (LFC). 1.2. La implantación de LFC. 1.3. Profesionales y entidades que participan en el proceso. UD2. Organización del trabajo en una cocina en LFC. 2.1. División arquitectónica de una cocina central en LFC. 2.2. Normativa vigente en materia de seguridad alimentaria. 2.3. La figura del bromatólogo. 2.4. El personal de cocina. UD3. El sistema de producción (línea fría completa). 3.1. Las instalaciones. 3.2. Técnicas y tecnologías de equipamiento. UD4. Seguridad e higiene. 4.1. Normativa. 4.2. Sistema APPCC. Implantación y aplicación. UD5. Calidad en la empresa alimentaria. 5.1. Concepto de calidad. 5.2. Definiciones. 5.3. La calidad en la empresa alimentaria.

MÁS INFORMACIÓN EN CÁMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios

COCTELERÍA

100 horas

Objetivos

Encuadrar el mundo de la coctelería dentro del contexto hostelero y turístico. Conocer todos los elementos y herramientas necesarias para llevar a cabo un servicio de coctelería, con profesionalidad y calidad en la atención al cliente. Seguir las normas de la coctelería clásica, y aplicarlas en el desarrollo de las tareas llevadas a cabo en coctelería, para atender al cliente de forma que no se sienta defraudado. Preparar todos los elementos para aplicar decoraciones apropiadas a cada cóctel. Conocer los instrumentos de medida, así como los recipientes de servicio para cada tipo de cóctel. Encuadrar el mundo de la coctelería dentro del contexto hostelero y turístico. Conocer todos los elementos y herramientas necesarias para llevar a cabo un servicio de coctelería, con profesionalidad y calidad en la atención al cliente. Seguir las normas de la coctelería clásica, y aplicarlas en el desarrollo de las tareas llevadas a cabo en coctelería, para atender al cliente de forma que no se sienta defraudado. Preparar todos los elementos para aplicar decoraciones apropiadas a cada cóctel. Conocer los instrumentos de medida, así como los recipientes de servicio para cada tipo de cóctel.

Contenidos

UD1. Introducción.1.1. Historia del cóctel.1.2. La restauración.1.3. El departamento de bar.UD2. Elementos, útiles y menaje necesarios para la coctelería.2.1. La estación central.2.2. Tipos, componentes y su función.2.3. Mise en place.UD3. Tipos de cristalería que se usa en el servicio de cócteles.UD4. Normas para la preparación de cócteles.4.1. Introducción.4.2. Cómo preparar un buen cóctel.4.3. Pequeño decálogo para proceder.UD5. La presentación de la bebida y decoración.5.1. Utilización de elementos decorativos.UD6. Las combinaciones.6.1. Familias.6.2. Series.6.3. Coctelería internacional y nueva Coctelería.6.4. Servicio.UD7. Preparación y confección de los siguientes cócteles.7.1. Preparar la estación central.7.2. Manejo de coctelera y mezclador.7.3. Elaboración de cócteles.7.4. Preparar elementos de decoración.7.5. Dosificación de bebidas.7.6. Efectuar el servicio de estas bebidas en barra.

MÁS INFORMACIÓN EN CÁMARA SEGOVIA

Familia: Hostelería y Sector Servicios

ENOLOGÍA PARA COCINEROS

100 horas

Objetivos

Conocer la historia, evolución, principales formas de elaboración y variedades, así como catarlos, degustarlos y servirlos de forma correcta. Saber qué esperar de un vino, y cuando no está en las condiciones más adecuadas. Entender las fases que componen la cata de los vinos, y conocer qué sentidos y órganos intervienen en la misma. Aplicar las sensaciones experimentadas para encontrar defectos o virtudes del vino. Conocer las tendencias actuales y clásicas de maridajes, y elaborar ofertas culinarias conjuntamente con los vinos con las que se maridan entender los tipos de maridajes que se pueden proponer, y elaborar una oferta propia

Contenidos

UD1. Historia del Vino.1.1. Orígenes.1.2. Época Clásica.1.3. Edad Media.1.4. Siglo XIX.1.5. Siglo XX.UD2. La Uva.2.1. Introducción.2.2. Sus Componentes.2.3. Variedades.2.4. Cultivo.UD3. Elaboración y Crianza.3.1. Vinificación y Fermentación.3.2. Vinos Blancos.3.3. Vinos Tintos.3.4. Vinos Rosados y Claretos.3.5. Vinos Licorosos.3.6. Vinos Espumosos.3.7. Licores.3.8. Crianza.UD4. Características Químicas y Organolépticas.4.1. Composición del Vino.4.2. Colores.4.3. Aromas.4.4. Sabores.UD5. La Cata.5.1. Definición y Objetivos.5.2. Tipos de Cata.5.3. Mecanismos Neurofisiológicos.5.4. La Ceremonia.5.5. Vocabulario.UD6. Maridaje.6.1. Definición.6.2. El Vino en la Cocina.6.3. Tradición.6.4. Contraste o Afinidad.6.5. Nuevas Tendencias.UD7. Denominaciones de Origen.7.1. Marco Legal del Vino en España.7.2. Denominaciones de Origen Calificadas.7.3. Denominaciones de Origen.7.4. Vinos de la Tierra.UD8. Otros Conocimientos Útiles.8.1. Nutrición y Dietética.8.2. Cocina Creativa.8.3. Nuevas Materias Primas.8.4. Idiomas.8.5. Los Servicios.

MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios

MARKETING TURÍSTICO Y GESTIÓN DE EVENTOS

100 horas

Objetivos

Adquirir una visión profunda y actual de las herramientas del marketing aplicadas al turismo. Conocer la actividad empresarial turística, profundizando en la gestión, dirección y marketing de las empresas turísticas, obteniendo, a la vez, una visión global del complejo entramado turístico. Aprender a desarrollar todas las técnicas y herramientas de gestión que dentro de las áreas clave de las empresas turísticas permitan la adaptación y optimización de sus recursos. Conocer los conceptos generales de la gestión de eventos. Aprender a relacionar el protocolo con la industria turística.

Contenidos

Módulo I. Marketing turístico.UD1. El marketing turístico.1.1. El marketing de servicios.1.2. El marketing turístico.1.3. Funciones del marketing.1.3.1. Funciones y variables del marketing.1.3.2. El marketing mix en los servicios.1.4. La metodología del marketing. Modelos turísticos.1.4.1. Concepto y tipos de modelos.1.4.2. Modelos turísticos.1.5. El plan de marketing.UD2. El mercado turístico: la demanda turística.2.1. El mercado turístico.2.1.1. Concepto y características del mercado turístico.2.1.2. La oferta y la demanda turística.2.2. La demanda turística.2.2.1. Características de los consumidores.2.2.2. Condicionantes en el consumo de servicios.2.2.3. Motivaciones en el consumo de servicios.2.2.4. Medición de la demanda.2.2.5. La demanda empresarial de servicios turísticos.2.3. La segmentación de mercados turísticos.2.4. La decisión de compra. Pautas de consumo.UD3. El mercado turístico: la oferta turística.3.1. La oferta turística y el producto turístico.3.1.1. Características de la oferta y de los productos turísticos.3.1.2. Elementos que definen un producto turístico.3.2. Los establecimientos turísticos.3.2.1. Características de los establecimientos turísticos.3.2.2. Tipos de establecimientos turísticos.3.2.3. La oferta complementaria.3.2.4. Los servicios turísticos: especial referencia a los hoteles y restaurantes.3.3. El precio de los productos turísticos.3.3.1. Factores a tener en cuenta en la fijación de precios de los productos turísticos.3.3.2. Criterios para la fijación de precios.3.3.3. Especial referencia a la fijación de precios en los hoteles y restaurantes.UD4. Promoción y comunicación turística.4.1. La comunicación en el sector turístico.4.1.1. Descripción del proceso comunicativo en la empresa turística.4.1.2. La importancia de la imagen en la empresa turística.4.2. La publicidad.4.2.1. Elementos del proceso publicitario.4.2.2. El anuncio publicitario.4.3. Medios publicitarios.4.4. Promoción de ventas, venta personal y relaciones públicas el mix de la comunicación.4.4.1. La promoción de ventas y la venta personal en el sector turístico.4.4.2. La importancia de las relaciones públicas en la empresa turística.4.4.3. Determinación de la estrategia de comunicación turística.4.5.

MÁS INFORMACIÓN EN CÁMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Internet como medio de comunicación y publicidad.UD5. Comercialización y distribución turística.5.1. La distribución turística.5.1.1. La distribución en el sector turístico.5.1.2. Condicionantes de la distribución turística.5.2. Agentes de la distribución turística.5.2.1. Agencias de viajes y touroperadores.5.2.2. Centrales de reservas.5.2.3. Brokers y wholesalers.5.2.4. Asociaciones y agrupaciones turísticas.5.2.5. Franquicias y time sharing.5.2.6. Otros canales de comercialización hotelera.5.3. El comercio electrónico en las empresas turísticas.Módulo II. Gestión de eventos.UD1. El protocolo en los eventos y congresos.1.1. El mercado de reuniones: protocolo oficial y empresarial.1.1.1. El mercado de reuniones: tipos de eventos.1.1.2. El protocolo: concepto y tipos.1.2. Las precedencias en el protocolo oficial.1.3. La simbología en los actos protocolarios: banderas e indumentaria.1.4. El banquete.1.4.1. Etapas en la organización del banquete.1.4.2. El ceremonial.1.5. Protocolo internacional.UD2. La gestión de eventos y congresos.2.1. Gestión de eventos: características generales.2.1.1. La demanda corporativa y su influencia en la gestión de eventos.2.1.2. Entidades participantes en la gestión de eventos.2.1.3. Herramientas de gestión de eventos.2.2. Planificación de eventos y congresos.2.3. Preparación y organización de eventos y congresos.2.4. Celebración de eventos y congresos.2.5. Gestión post-eventos.



MÁS INFORMACIÓN EN CÁMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios

PROTOCOLO EN HOTELES

100 horas

Objetivos

Aprender cuáles son los conceptos y reglas esenciales del protocolo, tanto oficial como empresarial, así como los aspectos que relacionan esta disciplina con la comunicación. Conocer aquellos principios y normas que rigen el protocolo en los hoteles, como establecimientos de hostelería que no sólo proporcionan alojamiento, sino que suministran servicios de restauración u organización de eventos. Ser capaz de llevar a la práctica cotidiana aspectos tan importantes en el protocolo como la precedencia, los tratamientos, el saludo, la presidencia de un acto, la etiqueta, la decoración, las invitaciones...

Contenidos

UD1. Normas básicas del protocolo y la organización de Actos.1.1. Definición de protocolo.1.2. La precedencia.1.3. El protocolo como profesión.1.4. Protocolo Oficial.1.5. Protocolo empresarial.1.6. El programa protocolario.1.7. La comunicación y el protocolo.1.8. Glosario.UD2. El protocolo en Hostelería.2.1. Aspectos básicos protocolo en Hostelería.2.2. Banquetes: mesas y ubicación de invitados.2.3. Protocolo en la cocina.2.4. Glosario.UD3. Protocolo en hoteles.3.1. Normas básicas de protocolo hotelero.3.2. Manual de protocolo de un hotel.3.3. Organización de eventos.3.4. Glosario.UD4. Detalles y reglas básicas. Herramienta clave del protocolo.4.1. Tratamientos.4.2. Protocolo en el vestir.4.3. Protocolo en el restaurante.4.4. Protocolo en la restauración para discapacitados.4.5. Decoración y elementos gráficos.4.6. El regalo.4.7. Invitaciones.4.8. Glosario.

MÁS INFORMACIÓN EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios

ANIMACIÓN TURÍSTICA EN HOSTELERÍA

100 horas

Objetivos

Comprender el concepto y objetivos de la animación en el contexto turístico, haciendo especial hincapié en las características y conocimientos propios de sus profesionales. Saber cómo organizar un departamento de animación, tanto internamente como en sus relaciones con los demás departamentos de un establecimiento turístico. Aprender a diseñar programas de animación, conociendo los diferentes tipos existentes y las herramientas que se pueden utilizar, así como los posibles métodos de temporalización, promoción y evaluación. Apoyar la actividad de animación en conceptos propios de las teorías de roles, del liderazgo y de la dinámica de grupos.

Contenidos

UD1. Estructuras organizativas y funcionales. 1.1. Estructuras organizativas y funcionales. 1.2. Turismo para todos. 1.3. Regulaciones y normativas. 1.4. Importancia de la animación en los alojamientos turísticos. UD2. La animación y sus responsables, los animadores. 2.1. ¿qué es la animación? Concepto y antecedentes. 2.2. Objetivos y situación de la animación turística. 2.3. Los animadores, ¿quiénes somos?. 2.4. Clasificación, características y cualidades del animador. 2.5. Formación y capacitación. 2.6. Ocupaciones y puestos de trabajo. UD3. Elementos para la organización y funciones de un departamento de animación. 3.1. La organización en el departamento de animación. 3.2. Relaciones con otros departamentos. 3.3. Espacios y recursos humanos. 3.4. Recursos económicos. UD4. La organización, desarrollo y control de actividades. 4.1. Diseño de los programas de animación. 4.2. Herramientas para la organización del programa. 4.3. Tipos de programas de animación. 4.4. Temporalización de programas y actividades. 4.5. La evaluación en los procesos de animación. 4.6. Promoción, publicidad y venta de nuestras actividades. UD5. Dinámica y dinamización de grupos. 5.1. Grupo, fases y clasificación. 5.2. Los roles en el desarrollo del grupo. 5.3. Líder y liderazgo. 5.4. El logro de dinamizar un grupo. 5.5. ¿qué entendemos por dinámica de grupos?. 5.6. Clasificación de las dinámicas de grupo. 5.7. Diseño y aplicación de las dinámicas de grupo. 5.8. Criterios para elegir la dinámica adecuada.

MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios	
MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS: COMIDAS PREPARADAS	100 horas

Objetivos

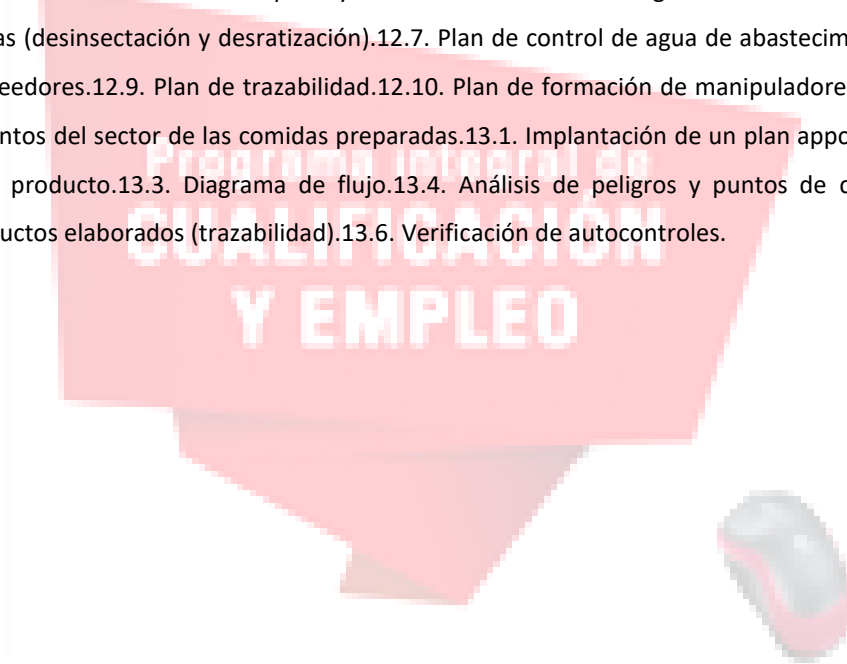
Aprender el marco legal en cuanto a manipulación de alimentos. Conocer las principales fuentes de contaminación. Determinar qué enfermedades pueden contagiarse a través de los alimentos. Adquirir conocimientos acerca de la conservación de los alimentos. Determinar cómo debe ser una instalación para la manipulación de alimentos. Comprender el papel del manipulador en la prevención de las enfermedades de transmisión alimentaria. Aprender las prácticas correctas en la higiene de manipulación de alimentos. Conocer en qué consiste un sistema appcc y la trazabilidad.

Contenidos

UD1. Higiene y Seguridad alimentaria. 1.1. Introducción: Higiene y Seguridad alimentaria. 1.2. La Cadena Alimentaria: agentes implicados en la cadena alimentaria. 1.3. Responsabilidad del manipulador de alimentos y de la empresa: Marco Legal. UD2. Alteración y Contaminación de los alimentos: Fuentes de Contaminación. 2.1. Alimentación, Nutrición y Composición de los alimentos. 2.2. Alteración y contaminación de alimentos. Dosis o concentración de contaminantes y sus efectos. Vías de contaminación de los alimentos. 2.3. Tipos de contaminantes. 2.4. Contaminación de los principales grupos de alimentos. UD3. Enfermedades transmitidas por los alimentos (eta) y otras Enfermedades relacionadas con la dieta. 3.1. Enfermedades de transmisión alimentaria: concepto y prevención. 3.2. Infecciones alimentarias. 3.3. Intoxicaciones alimentarias. 3.4. Brotes epidémicos. 3.5. Enfermedades metabólicas, intolerancias y alergias alimentarias. UD4. Conservación de alimentos. Información y Etiquetado de alimentos. 4.1. La conservación de los alimentos: alimentos perecederos y no perecederos. 4.2. Métodos de conservación. 4.3. Recipientes y envases: materiales en contacto con los alimentos. 4.4. Información y etiquetado de los alimentos. UD5. Requisitos generales para la Prevención de la contaminación de los alimentos. 5.1. Control de aguas. 5.2. Limpieza y desinfección: locales, equipos y utensilios. Programa de limpieza y desinfección. 5.3. Manejo de residuos: almacenamiento, selección y evacuación de basuras. 5.4. Prevención y erradicación de plagas: desinsectación y desratización. UD6. Requisitos de las instalaciones, equipos y utensilios para la manipulación de alimentos. 6.1. Diseño de instalaciones para la manipulación de alimentos: normas de diseño higiénico. 6.2. Características de equipos y utensilios en contacto con los alimentos. 6.3. Plan de mantenimiento de equipos e instalaciones. UD7. Normas de Higiene de los manipuladores de alimentos. 7.1. El papel del manipulador en la Prevención de las enfermedades de transmisión

MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA

alimentaria.7.2. Requisitos de los manipuladores de alimentos. Manipuladores enfermos.7.3. Hábitos y comportamiento del manipulador.7.4. Higiene personal.7.5. Vigilancia de la salud del manipulador.UD8. Prácticas correctas de Higiene en la manipulación de alimentos.8.1. Condiciones de transporte.8.2. Condiciones de compra y recepción.8.3. Condiciones de almacenamiento y conservación.8.4. Condiciones para la preparación de alimentos.UD9. Responsabilidad de la empresa en la Prevención de Enfermedades de Transmisión alimentaria: Sistemas de Autocontrol y Trazabilidad.9.1. Sistemas de Autocontrol. Concepto y Normativa.9.2. Trazabilidad.9.3. Sistema appcc.9.4. Otras normativas.UD10. Descripción y Legislación aplicable al sector de las comidas preparadas.10.1. Descripción del sector.10.2. Legislación.UD11. Características y Riesgos para la salud de los alimentos en el sector de las comidas preparadas.11.1. Características y Riesgos para la salud.11.2. Fuentes de contaminación y medidas preventivas.UD12. Requisitos previos a la implantación de un plan appcc en establecimientos del sector de las comidas preparadas.12.1. Diseño higiénico de los locales, equipos y utensilios.12.2. Plan de mantenimiento de instalaciones, equipos y utensilios.12.3. Guía de prácticas correctas de higiene y manipulación.12.4. Plan de limpieza y desinfección.12.5. Plan de gestión de los residuos.12.6. Plan de control de plagas (desinsectación y desratización).12.7. Plan de control de agua de abastecimiento.12.8. Plan de control de proveedores.12.9. Plan de trazabilidad.12.10. Plan de formación de manipuladores.UD13. Plan appcc en establecimientos del sector de las comidas preparadas.13.1. Implantación de un plan appcc en el sector.13.2. Descripción del producto.13.3. Diagrama de flujo.13.4. Análisis de peligros y puntos de control crítico.13.5. Control de productos elaborados (trazabilidad).13.6. Verificación de autocontroles.



MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios	
APROVISIONAMIENTO Y MONTAJE PARA SERVICIOS DE CATERING	100 horas

Objetivos

Poner a punto y utilizar instalaciones equipos máquinas útiles y herramientas que conforman la dotación básica de los departamentos de montaje de acuerdo con sus aplicaciones y en función de su rendimiento óptimo. Efectuar procesos de aprovisionamiento de los géneros elaboraciones culinarias envasadas materiales y equipos que conforman cargas de servicios de catering. Efectuar procesos de montaje de géneros elaboraciones culinarias envasadas menaje utensilios y material diverso en los recipientes y equipos establecidos para ofrecer servicios de restauración. Explicar y realizar el proceso de disposición de cargas que conforma un servicio de catering identificando las zonas donde se produce.

Contenidos

UD1. Organización del Departamento de Montaje en Instalaciones de Catering. 1.1. Departamentalización habitual según tipos de establecimiento de catering. 1.2. Organización y formas de trabajo en el contexto profesional de catering. 1.3. Relaciones con otros departamentos. 1.4. Características formación y funcionamiento de grupos de trabajo en un catering. 1.5. Aplicación al catering del concepto de trabajo en equipo: el espíritu de equipo y la sinergia. 1.6. Procesos de comunicación interpersonal en el catering: el feed-back y la escucha efectiva. 1.7. Materiales y equipos de montaje de servicios de catering. 1.8. Maquinaria y equipos habituales: identificación funciones modos de operación y mantenimiento sencillo. 1.9. Compañías de transporte con servicio de catering más habituales. 1.10. Diagramas de carga en contenedores según tipos de transporte. 1.11. Especificidades en la restauración colectiva. UD2. El Proceso de Aprovisionamiento para Servicios de Catering. 2.1. Almacén economato y bodega. 2.2. Desarrollo del proceso de aprovisionamiento interno. 2.3. Seguridad de los productos. UD3. El Proceso de Montaje de Servicios de Catering. 3.1. Fases. 3.2. Tipos de montaje de servicios de catering más habituales. 3.3. Elaboraciones culinarias habituales en los distintos servicios de catering. 3.4. El montaje de productos destinados a la venta a bordo en medios de transporte.

MÁS INFORMACIÓN EN CÁMARA SEGOVIA

Familia: Hostelería y Sector Servicios

SERVICIO ESPECIALIZADO DE VINOS

100 horas

Objetivos

Una vez finalizado el Módulo el alumno será capaz de realizar los procesos de servicio especializado de vinos. En concreto el alumno será capaz de: Realizar el proceso del preservicio especializado de vinos siguiendo las normas internas del establecimiento de modo que se facilite el desarrollo posterior del servicio en sala en general y de vinos en particular. Realizar el proceso de servicio especializado de vinos siguiendo las normas de protocolo en restauración para garantizar la satisfacción del cliente. Informar y asesorar sobre la oferta de vinos y bebidas del establecimiento y su armonía con la oferta gastronómica con el objeto de lograr la máxima satisfacción del cliente y los objetivos comerciales y de prestigio de la organización.

Contenidos

UD1. Recursos humanos y materiales.1.1. Brigada de restaurante.1.2. Mise en place para el servicio de vinos.UD2. Técnicas de ventas de vinos.2.1. Tipología de clientes.2.2. Sugerencias en la venta de vinos en función del tipo de restaurante.2.3. Sugerencias en la venta de vinos en función del tipo de clientes.2.4. Sugerencias en la venta de vinos en función del tipo de servicio.2.5. Quejas y reclamaciones en la venta de vinos.2.6. Normas básicas de protocolo en la mesa.2.7. Técnicas de comunicación.2.8. La protección de consumidor y usuario.UD3. Armonías entre ofertas gastronómicas y vinos. Maridaje.3.1. Definición de maridaje y su importancia.3.2. Criterios para relacionar alimentos y bebidas.3.3. Armonización de los vinos.3.4. Combinaciones más frecuentes.3.5. Los enemigos del maridaje.UD4. Proceso para el servicio especializado de vinos.4.1. Toma de comanda de vinos. Su circuito.4.2. Rotación de los vinos de la carta.4.3. Asesoramiento de vinos.4.4. Tipos de servicio.4.5. Normas generales de servicio y desvarase.4.6. Apertura de botellas de vinos.4.7. Decantación: objetivo y técnica.4.8. Tipos características y función.

MÁS INFORMACIÓN EN CÁMARA SEGOVIA

Familia: Hostelería y Sector Servicios

LENGUA EXTRANJERA PROFESIONAL PARA SERVICIOS DE RESTAURACIÓN (INGLÉS)

100 horas

Objetivos

Una vez finalizado el Módulo el alumno será capaz de comunicarse en una lengua extranjera con un nivel de usuario independiente en los servicios de restauración. En concreto el alumno será capaz de: Comprender información oral sencilla en una lengua extranjera en el ámbito de la actividad de restauración con el objeto de atender las peticiones de los clientes. Extraer información de documentos breves y sencillos escritos en una lengua extranjera en el ámbito de la actividad de restauración para obtener información procesarla y llevar a cabo las acciones oportunas. Producir mensajes orales sencillos en una lengua extranjera en situaciones habituales de la actividad de restauración con el objeto de mejorar la prestación del servicio y materializar las ventas.

Contenidos

UD1. Prestación de información gastronómica y documental en lengua extranjera. 1.1. Interpretación y traducción de menús cartas y recetas. 1.2. Elaboración de listas distribución de comensales en un evento o servicio especial de restauración. 1.3. Confección de horarios del establecimiento. 1.4. Información básica sobre eventos en restauración como fecha lugar y precio. 1.5. Atención de demandas de información sobre la oferta gastronómica bebidas y precios de las mismas. 1.6. Redacción de documentos y comunicaciones sencillas para la gestión y promoción del establecimiento. 1.7. Redacción de documentos y comunicaciones sencillas para las comandas indicaciones y horarios. 1.8. Consulta de un manual sencillo de maquinaria equipamiento o utensilio de la actividad de restauración y de aplicación informática. UD2. Atención al cliente en lengua extranjera en el servicio de restauración. 2.1. Terminología específica en las relaciones con los clientes. 2.2. Presentación personal (dar información de uno mismo). 2.3. Usos y estructuras habituales en la atención al cliente o consumidor: saludos presentaciones fórmulas de cortesía despedida. 2.4. Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes o consumidores: situaciones habituales en las reclamaciones y quejas de clientes. 2.5. Simulación de situaciones de atención al cliente en el restaurante y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad. 2.6. Asesoramiento sobre bebidas y armonía con los platos. 2.7. Información de sistemas de facturación y cobro. Las cuentas. 2.8. Atención de solicitudes de información reservas y pedidos. 2.9. Atención de demandas de información variada sobre el entorno. UD3. Expresión oral y escrita de la terminología específica del restaurante. 3.1. Manejo de la terminología de las principales bebidas en lengua extranjera. 3.2. Uso y manejo de

MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

las expresiones más frecuentes en restauración.3.3. Conocimiento y utilización de las principales bebidas en lengua extranjera.3.4. Elaboración de listados y diálogos sobre los principales pescados mariscos y carnes en lengua extranjera.3.5. Conocimiento y utilización de las principales verduras legumbres y frutas en lengua extranjera.3.6. Elaboración de listados y diálogos en lengua extranjera de las especias y frutos secos principales.3.7. Elaboración de listados y diálogos en lengua extranjera con los elementos del menaje y utensilios de restauración.3.8. Interpretación de las medidas y pesos en lengua extranjera.3.9. Elaboración y uso en diálogos en lengua extranjera de los profesionales que integran la rama y sus departamentos.



MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios

CONTROL DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DEL BAR Y CAFETERÍA

100 horas

Objetivos

Analizar el sector de la restauración y en particular la actividad de bar-cafetería considerando las relaciones de estos establecimientos con otras empresas. Realizar proyectos de viabilidad sencillos de un pequeño bar-cafetería utilizando los canales de información existentes para la constitución y puesta en marcha de pequeñas empresas. Analizar sistemas de aprovisionamiento de alimentos y bebidas y ejecutar las operaciones inherentes de acuerdo con los sistemas seleccionados. Estimar posibles precios de las ofertas gastronómicas y de bebidas propias de bar-cafetería calculando los costes de materias primas y demás géneros. Desarrollar los sistemas y procesos de gestión y control necesarios para el ejercicio de la actividad de bar-cafetería.

Contenidos

UD1. El Bar-Cafetería: Establecimiento Negocio y Empresa. 1.1. El bar-cafetería como establecimiento: tipos de establecimientos. 1.2. Plan de marketing del bar-cafetería. Análisis de mercado. UD2. Viabilidad Económica y Financiera del Bar-Cafetería. 2.1. Trámites y documentación relativa a la constitución y puesta en marcha. 2.2. Organigrama del bar-cafetería. Selección de personal. Perfiles profesionales. 2.3. Empresa empresario y establecimiento mercantil. 2.4. Tipo jurídico de empresario: individual y social. 2.5. Distinción entre empresa empresario y establecimiento mercantil. 2.6. El empresario individual y el empresario social. 2.7. Profesionales y organismos estatales autonómicos y locales que asesoran en materia de procesos y procedimientos económico-administrativos relativos al inicio y desarrollo de la actividad empresarial. 2.8. Valoración de la importancia que tiene la creación y buen funcionamiento de pequeñas empresas para el desarrollo de la economía nacional y para la integración sociolaboral. UD3. Aprovisionamiento y Control de Consumos y Costes de la Actividad de Bar-Cafetería. 3.1. Gestión del aprovisionamiento en el bar-cafetería: cálculo de necesidades de aprovisionamiento de alimentos bebidas y demás géneros para el bar-cafetería. 3.2. El ciclo de compra. El inventario permanente y su valoración: métodos de valoración de existencias. Negociación con proveedores. 3.3. Recepción y almacenamiento de géneros: inspección control distribución y almacenamiento de materias primas. 3.4. Gestión y control de inventarios. Registros documentales. Fichas técnicas. UD4. Control de Consumos y Costes del Servicio del Bar-Cafetería. 4.1. Control de consumos y costes: definición y clases de costes. Cálculo del coste de materias primas y registro documental. Control de consumos. 4.2. Control por copeo. Escandallos. 4.3. Aplicación de métodos. Componentes de precio. Métodos de fijación de precios. UD5. El Control General de la Actividad de Bar-

MÁS INFORMACIÓN EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Cafetería.5.1. Comparación y aplicación de sistemas y procesos de control de la producción y el servicio en el bar-cafetería.5.2. Análisis sencillo de la situación económico-financiera del bar-cafetería.5.3. Diario de producción y cierre de caja.5.4. Aplicación de métodos sencillos para auditar los procesos de facturación cobro cierre diario de la producción y liquidación de caja en el bar-cafetería.5.5. Comparación y aplicación de sistemas de organización de la información.5.6. Normalización y formalización de documentación que se genera en la actividad.UD6. Gestión y Control Comercial Informático y de Calidad en Restauración.6.1. Gestión comercial: la estrategia de precios.6.2. Las ventas. Posicionamiento del bar-cafetería.6.3. Acciones de promoción y publicidad en bares-cafeterías.6.4. Gestión y control de calidad: características peculiares.6.5. Concepto de calidad por parte del cliente.6.6. Programas procedimientos e instrumentos específicos.6.7. Técnicas de autocontrol.



MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios

COCINA ESPAÑOLA E INTERNACIONAL

100 horas

Objetivos

Analizar elaboraciones culinarias describiendo sus procesos de ejecución. Realizar poner a punto y conservar elaboraciones culinarias que resulten generalmente complejas y representativas por sus valores gastronómicos tipo: territoriales o temporales.

Contenidos

UD1. Cocina Española.1.1. Características generales y evolución histórica.1.2. Alimentos Españoles más emblemáticos. Productos con Denominación de Origen protegida.1.3. La Dieta mediterránea.1.4. Cocina tradicional y cocina de vanguardia. La actual cocina española en el mundo. Platos más representativos de la gastronomía española.1.5. Tapas pinchos banderillas montaditos y cocina en miniatura.1.6. La dieta mediterránea y sus características.1.7. Las cocinas de las distintas autonomías. Principales peculiaridades. Platos más representativos.1.8. Restaurantes españoles más reconocidos.1.9. Utilización de todo tipo de terminología culinaria.UD2. Cocina del Resto de Europa.2.1. La cocina francesa e italiana y sus características. Su influencia en la gastronomía de otros países. Platos y productos más representativos.2.2. La cocina portuguesa principales características y platos más representativos.2.3. Otras cocinas del continente y sus platos más implantados en España.UD3. Otras Cocinas del Mundo.3.1. La gastronomía en Iberoamérica. Platos y alimentos más representativos de los distintos países. Otras cocinas de América.3.2. Características generales de la cocina del Magreb. Platos productos y más representaciones. Menaje más característico.3.3. Aportaciones de la cocina asiática a la gastronomía: principales platos y alimentos y condimentos. El Wok y sus características. Otros recipientes y utensilios.

MÁS INFORMACIÓN EN CÁMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios

GESTIÓN DEL PROYECTO DE RESTAURACIÓN

100 horas

Objetivos

Desarrollar proyectos de negocios de restauración con el objeto de analizar su grado de viabilidad. Analizar la función y el proceso de planificación empresarial y definir planes que resulten adecuados para áreas, departamentos o establecimientos de restauración.

Contenidos

UD1. Estudio de viabilidad del proyecto de apertura del negocio de restauración.1.1. Análisis del entorno general.1.2. Análisis interno.1.3. Composición de la oferta en restauración.UD2. Instalaciones y Equipamientos en Restauración.2.1. Locales e instalaciones en restauración.2.2. Equipamiento.UD3. Análisis económico-financiero del proyecto de apertura de negocio de restauración.3.1. Plan de inversión.3.2. Plan de financiación.3.3. Estimación de gastos.3.4. Costes internos.3.5. Costes externos.3.6. Ratios básicos.3.7. Memoria proyecto.3.8. Documentación legal.UD4. Planificación empresarial.4.1. Elementos del proceso de planificación empresarial.4.2. Pautas de la planificación estratégica en restauración.4.3. Objetivo empresarial y plan estratégico.

MÁS INFORMACIÓN EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios

GESTIÓN Y CONTROL EN RESTAURACIÓN

100 horas

Objetivos

Analizar la gestión y control de las cuentas de clientes, desarrollando las operaciones que le son inherentes, con el fin de lograr liquidar en tiempo y forma los saldos de los mismos. Desarrollar las operaciones de liquidación de los saldos con proveedores y de gestión de tesorería y control de cuentas de cajas y bancos, realizando las comprobaciones necesarias con la precisión y exactitud requeridas, con el fin de evitar situaciones de insolvencias financieras. Analizar y controlar los resultados obtenidos por un establecimiento, área o departamento de alimentos y bebidas, con la intención de optimizar los mismos en periodos venideros.

Contenidos

UD1. Proceso administrativo y contable en restauración.1.1. Proceso de facturación.1.2. Gestión y control.1.3. Registros contables.1.4. Clasificación de las fuentes de información no rutinarias.UD2. Gestión y control de las cuentas de clientes.2.1. Control de las cuentas de cliente y manejo de efectivo.UD3. Análisis contable de restauración.3.1. Análisis del balance y determinación de su equilibrio a corto y largo plazo.3.2. Introducción y estudio del análisis patrimonial financiero y económico.3.3. Definición y clases de costes.3.4. Cálculo de costes de materias primas.3.5. Aplicación de métodos de control de consumo.3.6. Cálculo y estudio del punto muerto.3.7. Umbral de rentabilidad.UD4. Programas informáticos en restauración.4.1. Manejo de los principales programas de gestión y control de restauración.

MÁS INFORMACIÓN EN CÁMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios

DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE OFERTAS DE RESTAURACIÓN

100 horas

Objetivos

Una vez finalizado el Módulo el alumno será capaz de diseño y comercialización de ofertas de restauración. En concreto el alumno será capaz de: Analizar el sector de la restauración y definir el posicionamiento del establecimiento interpretando todas las variables que lo configuran y explicando su situación actual y las tendencias que se detectan. Determinar la composición y características de ofertas gastronómicas diversas teniendo en cuenta los parámetros económicos y comerciales contemplados en el sector de la restauración. Analizar los procesos de información asesoramiento y venta y aplicar en ellos los procedimientos y las técnicas de atención al cliente y de comunicación adecuados como elemento básico para el logro de los objetivos empresariales. Desarrollar acciones promocionales aplicables a establecimientos de restauración aplicando técnicas de marketing.

Contenidos

UD1. Venta de servicios en restauración. 1.1. Clasificación y características de los servicios de Restauración. 1.2. Identificación de las fuentes informativas de la oferta de Restauración. 1.3. Estudio y análisis del entorno. 1.4. Tipos de tarifas y condiciones de aplicación según nuestro objetivo. 1.5. Estrategias para la fijación de precios. 1.6. Tipos de servicios que se pueden ofertar. UD2. Composición de la oferta gastronómica. 2.1. Clasificación y principios básicos en la creación de la Oferta Culinaria. 2.2. Atributos que definen la oferta de Restauración. 2.3. Elementos de las ofertas. 2.4. Variables de las ofertas. 2.5. Tipos de Ofertas Gastronómicas. 2.6. Principios básicos para elaborar una carta. 2.7. Normas para la elaboración de un menú. 2.8. Merchandising y diseño de la oferta de los productos. 2.9. Estudio de la situación actual de la alimentación y salud. 2.10. Estrategias competitivas genéricas. UD3. Análisis de la situación en el sector de la restauración. 3.1. Estudios y análisis de situación del Mercado. 3.2. Análisis del sector de Restauración. 3.3. Tipos de investigación de Mercado. 3.4. Posicionamiento de un Restaurante. UD4. Comunicación marketing y ventas en restauración. 4.1. Estudiar las necesidades y deseos del cliente en segmentos bien definidos del mercado. 4.2. Comunicación interpersonal y sus tipos. 4.3. Análisis de las necesidades humanas y la motivación. 4.4. Evaluar y medir la imagen de la empresa y la satisfacción del cliente. 4.5. Motivación a todos los departamentos. 4.6. Estructura C.R.M. (Customer Relationship Management). 4.7. Marketing. 4.8. Elementos de Merchandising en Restauración. 4.9. Estructura de un plan de marketing.

MÁS INFORMACIÓN EN CÁMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios

COCINA CREATIVA Y DE AUTOR

100 horas

Objetivos

Una vez finalizado el Módulo el alumno será capaz de desarrollar y supervisar procesos de preparación y presentación de platos de cocina creativa y de autor. En concreto el alumno será capaz de: Analizar elaboraciones culinarias de cocina creativa y de autor describiendo sus procesos de ejecución supervisar la realización y conservación de elaboraciones culinarias de cocina creativa y de autor Interpretar elaboraciones culinarias de otros autores ensayando modificaciones en cuanto a las técnicas forma y corte de los géneros alternativa de ingredientes combinación de sabores texturas forma de presentación y decoración. Evaluar la información que se genera en términos de gustos expectativas o necesidades de una potencial demanda deduciendo los cambios necesarios en el proceso de producción culinaria para realizar las adaptaciones oportunas.

Contenidos

UD1. Elaboraciones más significativas de la cocina creativa y de autor. 1.1. Terminología culinaria característica de la cocina creativa y de autor. 1.2. Esquemas de elaboración de los platos más representativos. 1.3. Géneros y productos. 1.4. Maquinarias e instrumentos. 1.5. Fases de los procesos. 1.6. Cocciones novedosas. 1.7. El dibujo aplicado a la decoración culinaria. UD2. Cocina creativa. Experimentación y evaluación de resultados. 2.1. Fuentes de información y bibliografía sobre cocina creativa. 2.2. Platos representativos de la cocina de autores con prestigio nacional y extranjero. 2.3. Técnicas de cocineros más representativos de España y el extranjero. UD3. Modificaciones en platos gastronómicos en cuanto a las técnicas y procedimientos. 3.1. Instrumentos empleados. 3.2. Forma y corte de los géneros. 3.3. Alternativa de ingredientes. 3.4. Texturas. 3.5. Formas de acabado. 3.6. Técnicas de creatividad. 3.7. Fases del proceso creativo. UD4. Métodos de evaluación del grado de satisfacción de consumidores de nuevas elaboraciones culinarias. 4.1. Ofertas comerciales de los nuevos resultados obtenidos. 4.2. Marketing.

MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios

OFERTAS GASTRONÓMICAS

100 horas

Objetivos

Una vez finalizado el Módulo el alumno será capaz de diseñar ofertas gastronómicas. En concreto el alumno será capaz de: Analizar la estructura evolución y tendencias del subsector de restauración. Determinar la composición y características de ofertas gastronómicas diversas teniendo en cuenta los parámetros nutritivos económicos y comerciales que normalmente se contemplan en el subsector de restauración. Realizar estudios de precios propios y de la competencia de distintas ofertas gastronómicas y calcular costes de ofertas platos y materias primas para estimar posibles precios de dichas ofertas.

Contenidos

UD1. Fórmulas en la restauración.1.1. Definición.1.2. Características básicas.UD2. Clasificación de establecimiento en la restauración.2.1. Tipos de establecimientos.UD3. Propuestas culinarias.3.1. Definición.3.2. Características.3.3. Tendencias alimentarias.UD4. Relaciones externas con otras empresas.4.1. Tipos de establecimientos.4.2. Definición de alojamientos turísticos y no turísticos.4.3. Fórmulas de estudio de la competencia.UD5. Proceso evolutivo en la restauración.5.1. Fórmulas y modalidades.5.2. Tipos de factores.UD6. Macro-economía y micro-economía en la restauración.6.1. Definición.6.2. Diferencia entre ambas.6.3. Funciones y estructuras de cada una de ellas.6.4. Evolución del subsector en la restauración.UD7. Los precios de las ofertas gastronómicas.7.1. Métodos para el cálculo de precios.

MÁS INFORMACIÓN EN CÁMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios

APROVISIONAMIENTO EN RESTAURACIÓN

100 horas

Objetivos

Una vez finalizado el Módulo el alumno será capaz de gestionar procesos de aprovisionamiento en restauración. En concreto el alumno será capaz de: Clasificar y evaluar los géneros y materias primas utilizados en restauración atendiendo a sus características organolépticas nutricionales de calidad y posibilidades de intervención en las ofertas gastronómicas. Analizar y definir procesos de aprovisionamiento recepción y almacenaje de bebidas géneros crudos y semielaborados elaboraciones culinarias y otros materiales especificando las medidas e instrumentos de control y aplicarlos. Formalizar y controlar inventarios de mercancías utensilios mobiliario y equipos propios de la restauración para conocer su cantidad y grado de rotación y conservación. Simular la supervisión de procesos de aprovisionamiento almacenaje y control de inventarios en restauración controlando los resultados intermedios y finales derivados de los mismos. Aplicar los procedimientos habituales para el control de consumos en restauración.

Contenidos

UD1. Materias primas culinarias. 1.1. Clasificación gastronómica: variedades más importantes características físicas propiedades organolépticas y aplicaciones gastronómicas básicas. 1.2. Caracterización nutricional de las materias primas. 1.3. Clasificación comercial: formas de comercialización y tratamientos que le son inherentes. 1.4. Denominaciones de origen. 1.5. Creación de fichas técnicas y de control. UD2. Productos y materiales. 2.1. Material fungible para catering. 2.2. Material inventariable para catering. 2.3. Bienes que forman las existencias o stocks. 2.4. Productos en curso. 2.5. Productos semiterminados. 2.6. Productos terminados. UD3. Procesos de gestión de aprovisionamiento recepción almacenamiento distribución y control de consumos e inventarios de alimentos bebidas otros géneros y equipos en restauración. 3.1. Principales funciones de la gestión de aprovisionamiento. 3.2. Proceso de aprovisionamiento. 3.3. Características de los procesos y metodología para detectar necesidades de aprovisionamiento. 3.4. Formas de expedición canales de distribución y medios de transporte habituales de materias primas alimentarias y bebidas. 3.5. Proceso administrativo de las compras. 3.6. Procedimientos de compra y recepción de productos sometidos a condiciones especiales. 3.7. Caracterización concreción de sistemas procesos de almacenamiento y distribución interna. 3.8. Diseño de rutas de distribución interna. 3.9. Control e inventario de existencias. 3.10. Prácticas de protección ambiental en los procesos de aprovisionamiento. 3.11. Documentación habitual y aplicaciones informáticas para el control de consumos en restauración y el inventario de existencias.

MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios

ORGANIZACIÓN DE PROCESOS DE COCINA

100 horas

Objetivos

Una vez finalizado el Módulo el alumno será capaz de organizar procesos de producción culinaria. En concreto el alumno será capaz de: Comparar los modelos más característicos de organización de las unidades de producción culinaria justificando los más adecuados para determinados tipos y modalidades de establecimientos de restauración. Analizar y definir procesos de cocina identificando y caracterizando las técnicas operaciones fases parámetros de operación y control y servicios asociados necesarios para las elaboraciones culinarias definiendo los resultados que deben obtenerse. Analizar procesos de conservación envasado regeneración de géneros crudos y de elaboraciones culinarias terminadas definiéndolos para casos concretos. Definir planes de trabajo para departamentos de cocina adaptados a diferentes tipos de establecimientos de restauración y situaciones. Estimar las relaciones entre los procesos de elaboración culinaria y los procesos de servicio y simular su coordinación.

Contenidos

UD1. Las unidades de producción culinaria. 1.1. Definición. 1.2. Modelos más característicos. 1.3. Modalidades de establecimientos. 1.4. Procesos de producción culinaria. UD2. Establecimientos en la restauración. 2.1. Tipología. 2.2. Modalidades. 2.3. Tipos de materiales según establecimiento. 2.4. Modelos de distribución de material y maquinaria en la cocina según los diferentes establecimientos. UD3. El departamento de cocina y la organización del área de producción. 3.1. Puestos y funciones dentro del departamento de cocina. 3.2. Zonas de producción culinaria. 3.3. Tipos de zonas: tratamiento preelaboración conservación cocina. 3.4. Criterios de trabajo en el departamento de cocina. 3.5. Las materias primas en la producción. UD4. Procesos de cocina. 4.1. Definición de los procesos. 4.2. Conocimiento de las fases más significativas. 4.3. Técnicas correspondientes con los procesos y planes de producción culinaria. 4.4. Normas higiénico-sanitaria en los procesos de producción. 4.5. Sistemas de racionamiento y gramajes. UD5. Procesos de conservación envasado regeneración de géneros crudos y elaboraciones culinarias. 5.1. Definición. 5.2. Procesos y métodos. 5.3. Aplicaciones. 5.4. Fases de los procesos. UD6. Planes de trabajo del departamento de cocina. 6.1. Tipo de necesidades del departamento. 6.2. Equipos y programas informáticos para la realización de planes de trabajo. 6.3. Materiales y recursos humanos necesarios. 6.4. Orden de tareas. 6.5. Documentación para la programación de trabajo. UD7. El comedor y la lógica de servicio. 7.1. Relaciones entre los procesos de elaboración culinaria y procesos de servicio. 7.2. Técnicas de elaboración de platos. 7.3. Consumo u objetivos de venta durante el servicio. 7.4. El protocolo.

MÁS INFORMACIÓN EN CÁMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios

ADMINISTRACIÓN EN COCINA

100 horas

Objetivos

Una vez finalizado el Módulo el alumno será capaz de administrar unidades de producción culinaria. En concreto el alumno será capaz de: Analizar la función y el proceso de planificación empresarial y definir planes que resulten adecuados para unidades de producción culinaria. Identificar la función de gestión y control presupuestarios propios de unidades de producción culinaria. Calcular costes y elaborar presupuestos económicos que permitan establecer programas de actuación. Analizar estructuras organizativas y funcionales propias de diferentes tipos de establecimientos áreas o departamentos de restauración y su entorno de relaciones internas y externas justificando estructuras organizativas y tipo de relaciones adecuadas a cada tipo de empresa o unidad departamental. Aplicar métodos para la definición de puestos de trabajo y selección de personal apropiados para unidades de producción culinaria comparándolos críticamente. Reconocer la importancia de la integración y adaptación del personal a la organización y las acciones e instrumentos que las facilitan. Aplicar técnicas de dirección de personal apropiadas para departamentos o unidades de producción culinaria. Aplicar técnicas y habilidades de comunicación y atención al cliente que se utilizan en el asesoramiento gastronómico y resolución de peticiones y quejas. Analizar los diferentes modos de implementación y gestión de los sistemas de calidad en unidades de producción culinaria justificando sus aplicaciones.

Contenidos

UD1. La planificación del departamento de producción culinaria. 1.1. Proceso de planificación empresarial. 1.2. La planificación departamental. 1.3. Pasos lógicos del proceso de planificación de la actividad. 1.4. La planificación en las unidades de producción culinaria. 1.5. Planes departamentales en función de la aplicación de los sistemas de control característicos de estas áreas. UD2. Gestión y control presupuestario en las unidades de producción culinaria. 2.1. Gestión presupuestaria en función de sus etapas fundamentales. 2.2. Presupuestos. 2.3. Ciclo presupuestario de los tipos de presupuestos más característicos para las unidades de producción culinaria. UD3. Evaluación de costes productividad y análisis económico en las unidades de producción culinaria. 3.1. Cuentas de costes en la unidad de producción culinaria. 3.2. Costes empresariales específicos. 3.3. Niveles de productividad puntos muertos de explotación y umbrales de rentabilidad utilizando herramientas informáticas. 3.4. Parámetros establecidos para evaluar. UD4. Organización en los establecimientos de restauración. 4.1. Normativas sobre autorización de establecimientos de restauración. 4.2. Establecimientos de restauración. 4.3.

MÁS INFORMACIÓN EN CÁMARA SEGOVIA

Organización y relación de funciones gerenciales.4.4. Patrones básicos de departamentalización tradicional en las áreas de restauración.4.5. Características de los diferentes tipos de establecimientos de restauración.4.6. Objetivos de cada departamento del área o establecimiento de restauración.UD5. Selección de personal y función de integración en las unidades de producción culinaria.5.1. Métodos para la definición de puestos correspondientes a trabajadores semicualificados y cualificados.5.2. Métodos para la selección de trabajadores semicualificados y cualificados.5.3. Relación con la función de organización.5.4. Manuales de procedimientos y operaciones en unidades de producción culinaria.5.5. Programas de formación para personal dependiente de la unidad.5.6. Técnicas de comunicación adaptadas a la integración de personal.5.7. Técnicas de motivación adaptadas a la integración de personal.UD6. Dirección de equipos de trabajo en unidades de producción culinaria.6.1. Comunicación en la organización del trabajo.6.2. Negociación en el entorno laboral.6.3. Problemas en el entorno laboral.6.4. Sistemas de dirección y tipos de mando/liderazgo.6.5. Análisis de herramientas para la toma de decisiones.6.6. Equipos y reuniones de trabajo.6.7. Motivación en el entorno laboral.UD7. Asesoramiento gastronómico y atención al cliente.7.1. Clientes y trato.7.2. Normas de actuación en función de tipologías de clientes.7.3. Técnicas de comunicación y habilidades sociales específicas.7.4. Normas de protocolo y de conducta e imagen personal.7.5. Interpretación de comportamientos básicos.7.6. Asesoramiento gastronómico especializado.7.7. Protección de consumidores y usuarios.7.8. Técnicas para el trato de diferentes tipos de quejas y reclamaciones en restauración.UD8. Aplicaciones informáticas específicas para la administración de unidades de producción culinaria.8.1. Tipos.8.2. Comparación.8.3. Programas a medida y ofertas estándar del mercado.UD9. Gestión de la calidad en unidades de producción culinaria.9.1. Evolución histórica de la calidad.9.2. El sistema de calidad del Instituto para la Calidad Turística Española.9.3. Sistema de calidad en producción y servicio culinarios.9.4. Especificaciones y estándares de calidad.9.5. Gestión de la calidad en restauración.9.6. Planes de mejora.9.7. Los grupos de mejora.9.8. Herramientas básicas para la mejora de la calidad.9.9. Satisfacción del cliente.9.10. Procedimiento para el tratamiento de las quejas y sugerencias.9.11. Gestión documental del sistema de calidad.9.12. Evaluación del sistema de calidad.

MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios

SERVICIO DE VINOS

100 horas

Objetivos

Una vez finalizado el Módulo el alumno será capaz de servir vinos y prestar información básica sobre los mismos. En concreto el alumno será capaz de: Identificar los diferentes tipos de clientes y técnicas de venta de vinos más efectivas y los procedimientos para interpretar y resolver necesidades de información reclamaciones y quejas. Desarrollar un proceso predeterminado de servicio de vinos utilizando las técnicas más apropiadas para cada tipo y normas de servicio. Realizar catas sencillas de los tipos de vinos más significativos identificando sus características y sabores básicos empleando el vocabulario adecuado y utilizando las fichas de cata.

Contenidos

UD1. Elaboración del vino en hostelería.1.1. La vid a través de la historia.1.2. La uva y sus componentes.1.3. Fermentación de la uva y composición del vino.1.4. Tipos de vino y características principales.1.5. Elaboración y crianza del vino.1.6. Zonas vinícolas de España y el extranjero.1.7. Las Denominaciones de Origen. El INDO.1.8. Vocabulario específico del vino.UD2. El servicio de vinos.2.1. Tipos de servicio.2.2. Normas generales de servicio.2.3. Abertura de botellas de vino.2.4. La decantación: objetivo y técnica.2.5. Tipos características y función.UD3. La cata de vinos.3.1. Definición y metodología de la cata de vinos.3.2. Equipamientos y útiles de la cata.3.3. Técnicas y elementos importantes de la cata.3.4. Fases de la Cata.3.5. El Olfato y los olores del vino.3.6. El gusto y los cuatro sabores elementales.3.7. Equilibrio entre aromas y sabores.3.8. La vía retronasal.3.9. Alteraciones y defectos del vino.3.10. Fichas de cata. Estructura y contenido.3.11. Puntuación de las fichas de cata.3.12. Vocabulario específico de la cata.UD4. Aprovisionamiento y conservación de vinos.4.1. El aprovisionamiento externo. Elección de proveedores.4.2. Controles de calidad de los productos. Importancia del transporte.4.3. Defectos aparecidos en los productos y diagnóstico de las posibles causas.4.4. La recepción de los vinos.4.5. Sistema de almacenamiento de los vinos.4.6. La bodega.4.7. La bodeguilla o cava del día.4.8. La conservación del vino.4.9. Métodos de rotación de vinos.4.10. Registros documentales (vales de pedido fichas de existencias.4.11. Métodos manuales e informatizados para la gestión y control de inventarios y stocks.UD5. Cartas de vinos.5.1. La confección de una carta de vinos. Normas básicas.5.2. Composición características y categorías de cartas de vinos.5.3. Diseño gráfico de cartas de vino.5.4. Política de precios.5.5. La rotación de los vinos en la carta.5.6. Las sugerencias de vinos.UD6. El maridaje.6.1. Definición de maridaje y su importancia.6.2. Armonización de los vinos.6.3. Las combinaciones más frecuentes.6.4. Los enemigos del maridaje.

MÁS INFORMACIÓN EN CÁMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios

ORGANIZACIÓN DEL SERVICIO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA LOCAL

100 horas

Objetivos

Analizar los tipos de centros y servicios de información turística explicando su función en el sector turístico. Aplicar procedimientos de gestión de información documentación y programas de actividades de modo que sirvan para alcanzar objetivos predeterminados.

Contenidos

UD1. El Servicio de Información Turística.1.1. Objetivos generales del servicio de información turística.1.2. La información y atención al visitante como servicio turístico y herramienta de marketing del destino.1.3. Legislación en materia de información turística en España y en la Unión Europea.1.4. Tipos de Servicios o Centros de Información Turística.1.5. Comunicaciones internas de un Centro de información turística.1.6. Distribución externa de la información de un Centro de Información Turística.1.7. Promoción de los servicios propios de un Centro de información turística.1.8. Técnicas de difusión y marketing electrónico.1.9. Relaciones con otras empresas y entidades del sector turístico.1.10. Redes de centros y servicios de información turística.UD2. Recursos Materiales en Servicios y Centros de Información Turística.2.1. Tipos de instalaciones.2.2. Organización del espacio.2.3. Aspecto físico de los locales de información turística en función de su tipología y las nuevas técnicas de comunicación.2.4. Equipamiento de las instalaciones.2.5. Informatización de centros y servicios de información turística.2.6. Centrales y sistemas automatizados de reservas.2.7. Ubicación y accesos a los locales.2.8. Señalización interna y externa.2.9. Uniforme y equipamiento de los trabajadores.2.10. Ediciones y materiales de promoción e información en distintos soportes. Tipología diseño y preparación.UD3. Recursos Humanos en Centros de Información Turística.3.1. Perfiles y funciones del personal de un Servicio de Información Turística.3.2. Información telefónica y presencial.3.3. Informadores de calle.3.4. Guías.3.5. Administradores y gestores de la web.UD4. Gestión Administrativa.4.1. Tipos de documentos necesarios en un Centro o Servicio de Información Turística.4.2. Gestión de sugerencias reclamaciones y quejas.4.3. Control estadístico.4.4. Seguros de viajes visados divisas y documentación bancaria.

MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios	
DISEÑO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES	100 horas

Objetivos

Evaluar la potencialidad turística en un ámbito determinado que permita detectar oportunidades de creación y desarrollo de productos turísticos locales. Poner en práctica y evaluar estrategias de creación mejora y desarrollo de productos y servicios turísticos en entornos locales teniendo en cuenta la potencialidad turística del área la demanda actual potencial y la protección ambiental.

Contenidos

UD1. El Sector Turístico.1.1. Origen y evolución histórica del fenómeno turístico. Factores que influyen en su desarrollo. Dinámica y evolución de los flujos turísticos: los nuevos hábitos viajeros.1.2. La organización del sector. El marco jurídico económico y social. Administraciones Públicas competentes en materia de turismo.1.3. Oferta y demanda turística: recursos servicios equipamientos y productos turísticos.1.4. La estructura de comercialización en el sector.1.5. Proceso de creación puesta en marcha desarrollo y prestación de los servicios turísticos.UD2. Ordenación Territorial y Planificación Estratégica.2.1. Los planes de ordenación territorial y su incidencia en el desarrollo turístico. Normativas.2.2. Fuentes de información sobre oferta demanda estructura evolución y tendencias de los productos turístico locales.2.3. Análisis y aplicación de técnicas de identificación y catalogación de recursos turísticos.2.4. La investigación de mercados como instrumento de planificación en el sector. Métodos cuantitativos y cualitativos. Aplicaciones estadísticas.2.5. Análisis y aplicación de técnicas de planificación estratégica de productos y destinos turísticos. Posicionamiento estratégico frente a la competencia.2.6. Proceso de creación puesta en marcha desarrollo y prestación de los servicios turísticos.UD3. Creación y Desarrollo de Productos y Servicios Turísticos Locales.3.1. Análisis comparativo y caracterización de los diferentes tipos de productos y servicios Turísticos locales.3.2. Definición redefinición y desarrollo de productos turísticos locales. Fases y ejecución. Diseño y desarrollo de servicios.3.3. Proyectos de creación desarrollo y mejora de productos turísticos locales: oportunidad viabilidad y plan de ejecución. Financiación de proyectos. Gestión de proyectos.3.4. Fases del ciclo de vida de un producto turístico local.3.5. Gestión de iniciativas turísticas.UD4. Desarrollo Turístico Sostenible.4.1. Introducción al desarrollo sostenible: aspectos económicos ambientales y socioculturales.4.2. El desarrollo sostenible para planificadores locales.4.3. La importancia del ambiente para el desarrollo turístico. Impactos ambientales.4.4. Surgimiento y desarrollo de la interpretación del patrimonio natural como herramienta para su preservación y adecuada utilización como

MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA			
Pº Ezequiel González, 24, 1º-J	 921 43 23 00	pice@camaradesegovia.es	www.camaradesegovia.es

recurso turístico.4.5. La gestión ambiental en turismo: consumo energético y agua tratamiento de residuos otros aspectos.4.6. Plan de mejora ambiental dentro de la política de calidad.



MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios	
PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES	100 horas

Objetivos

Poner en práctica y evaluar distintas estrategias de comercialización de productos servicios y destinos turísticos locales acordes con las características de los recursos y servicios turísticos del entorno. Analizar las aplicaciones del marketing de servicios y su importancia para la creación y promoción de productos turísticos del entorno local.

Contenidos

UD1. Marketing Turístico.1.1. Justificación de la necesidad del marketing en el marco del sector de hostelería y turismo.1.2. Marketing operacional y marketing mix en el sector de hostelería y turismo.1.3. Marketing vivencial sensorial o experiencial.1.4. El proceso de segmentación de mercados y definición de público objetivo.1.5. Instrumentos de comunicación según tipo de producto turístico local: identidad corporativa marca publicidad publicaciones relaciones públicas ferias turísticas encuentros profesionales entre la oferta de productos turísticos y organizadores de viajes y/o medios de comunicación especializados eventos dirigidos al consumidor final.1.6. Planificación control de acciones de comunicación y organización de eventos promocionales.1.7. Plan de marketing. Viabilidad y plan de ejecución.1.8. Normativa reguladora de la comercialización de productos y marcas.UD2. Proyectos de Comercialización de Productos y Servicios Turísticos Locales.2.1. Estrategias y canales de distribución.2.2. Ámbitos geográficos públicos objetivos y acciones de comunicación adecuadas a diferentes productos y servicios.2.3. Instrumentos de comunicación para la canalización de acciones y estimación del grado de consecución de los objetivos previstos con la utilización de cada uno de tales instrumentos.2.4. Estimación de los costes alcance y posibles resultados de las acciones definidas.2.5. Instrumentos y variables que permitan evaluar el grado de eficacia de las acciones comerciales programadas en función del público objetivo receptor y del coste previsto.UD3. El Sistema de Servucción en el Sector de Hostelería y Turismo.3.1. Elementos para una teoría de la servucción. Justificación e importancia de su uso.3.2. Peculiaridades de la aplicación del sistema de servucción para la creación y desarrollo de productos turísticos locales.UD4. Utilización de las Tecnologías de la Información para la Promoción del Destino y para la Creación y Promoción de Productos Turísticos del Entorno Local.4.1. Webs y portales turísticos. Tipologías y funcionalidades.4.2. Alojamiento y posicionamiento de las páginas en la Red. Buscadores.4.3. Marketing y comercio electrónico en el ámbito turístico.

MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA			
Pº Ezequiel González, 24, 1º-J	 921 43 23 00	pice@camaradesegovia.es	www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios

ASESORAMIENTO, VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

100 horas

Objetivos

Analizar la distribución turística y las entidades y medios que la configuran estimando su evolución e incidencia de las nuevas tecnologías. Analizar las relaciones comerciales operativas y contractuales de las agencias de viajes y tour-operadores con los diferentes proveedores de servicios turísticos. Analizar los procesos de información asesoramiento y venta estimando su importancia para el logro de los objetivos empresariales. Desarrollar los procesos de ventas y reservas de transportes viajes combinados excursiones y traslados y aplicar los procedimientos establecidos. Desarrollar acciones promocionales aplicables en agencias de viajes y describir y aplicar técnicas de promoción de ventas y de negociación estimando su importancia para el logro de los objetivos empresariales.

Contenidos

UD1. La Distribución Turística.1.1. Concepto de distribución de servicios.1.2. Las agencias de viajes. (AA.VV.).1.3. Normativas y reglamentos reguladores de la actividad de las agencias de viajes.1.4. Las centrales de reservas.1.5. Análisis de la distribución turística en el mercado nacional e internacional.1.6. Análisis de las motivaciones turísticas y de los productos turísticos derivado.1.7. Las centrales de reservas. Tipos y características. Los sistemas globales de distribución o GDS.UD2. La Venta de Alojamiento.2.1. Relaciones entre las empresas de alojamiento y las agencias de viajes.2.2. Fuentes informativas de la oferta de alojamiento.2.3. Reservas directas e indirectas.2.4. Tipos de tarifas y condiciones de aplicación.2.5. Bonos de alojamiento.2.6. Principales proveedores de alojamiento.UD3. La Venta de Transporte.3.1. El transporte aéreo regular. Principales compañías aéreas. Relaciones con las agencias de viajes y Tour-operadores. Tipos de viajes aéreos. Tarifas: tipos. Fuentes informativas del transporte aéreo regular.3.2. El transporte aéreo chárter. Compañías aéreas chárter y brókers aéreos. Tipos de operaciones chárter. Relaciones. Tarifas.3.3. El transporte por carretera regular. Principales compañías. Relaciones con las agencias de viajes y tour-operadores. Tarifas: tipos. Fuentes informativas del transporte por carretera.3.4. El transporte marítimo regular. Principales compañías. Relaciones con las agencias de viajes y tour-operadores. Tipos de viajes. Tarifas: tipos. Fuentes informativas del transporte marítimo regular.3.5. El transporte marítimo chárter. Compañías marítimas chárter. Relaciones. Tarifas.UD4. La Venta de Viajes Combinados.4.1. El producto turístico integrado.4.2. Relaciones entre tour-operadores y agencias de viajes minoristas.4.3. Procedimientos de reservas.4.4. Principales tour-operadores nacionales e internacionales.UD5. La

MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Venta de Viajes Combinados.5.1. La venta de autos de alquiler.5.2. La venta de seguros de viaje y contratos de asistencia en viaje.5.3. La venta de excursiones.5.4. Información sobre requisitos a los viajeros internacionales.5.5. Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes.5.6. Aplicación de cargos por gestión.UD6. El Marketing y la Promoción de Ventas en las Entidades de Distribución Turística.6.1. Concepto de Marketing.6.2. Segmentación del mercado.6.3. El Marketing "Mix".6.4. El plan de marketing.6.5. Marketing directo.6.6. Planes de promoción de ventas.6.7. El merchandising.UD7. Internet como Canal de Distribución Turística.7.1. Las agencias de viajes virtuales.7.2. Las relaciones comerciales a través de Internet: (B2B B2C B2A).7.3. Utilidades de los sistemas online.7.4. Modelos de distribución turística a través de Internet.7.5. Servidores online.7.6. Coste y rentabilidad de la distribución turística on-line.UD8. Páginas Web de Distribución Turística y Portales Turísticos.8.1. El internauta como turista potencial y real.8.2. Criterios comerciales en el diseño comercial de sitios de distribución turística.8.3. Medios de pago en Internet.8.4. Conflictos y reclamaciones online de clientes.



MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios

PROCESOS ECONÓMICO-ADMINISTRATIVOS EN AGENCIAS DE VIAJES

100 horas

Objetivos

Una vez finalizado el Módulo el alumno será capaz de desarrollar la gestión económico-administrativa de agencias de viajes. En concreto el alumno será capaz de: Registrar operaciones contables de las agencias de viajes según la normativa vigente general y sectorial estimando la importancia de su correcto registro. Aplicar sistemas y procedimientos de gestión administrativa que se adapten a diferentes tipos de agencias de viajes y otras entidades de distribución turística. Analizar los procedimientos y operaciones que se derivan de las relaciones económicas internas y externas aplicándolos y estimando su importancia. Analizar la gestión y control de las cuentas de clientes desarrollando las operaciones que le son inherentes. Desarrollar las operaciones de gestión de tesorería y control de cuentas de cajas y bancos realizando las comprobaciones necesarias con la precisión y exactitud requeridas.

Contenidos

UD1. Contabilidad Matemáticas comerciales y Estadística básica.1.1. Concepto y objetivos de la Contabilidad.1.2. Los libros de Contabilidad.1.3. El Patrimonio.1.4. Las cuentas.1.5. El Plan General de Contabilidad (PGC).1.6. El proceso contable básico en las agencias de viajes.1.7. La tesorería en las agencias de viajes.1.8. Los impuestos. Su liquidación.1.9. Los derechos de cobro.1.10. Las amortizaciones. Las provisiones.1.11. Las cuentas anuales.1.12. Instrumentos de abono en las operaciones comerciales.1.13. Cuentas corrientes.1.14. Créditos.1.15. Estadística básica.1.16. Aplicaciones.UD2. Procesos económico-administrativos en agencias de viajes y otras entidades de distribución turística.2.1. Procesos económico-administrativos internos en las agencias de viajes y otras entidades de distribución turística.2.2. Procesos administrativos derivados de la venta de alojamiento.2.3. Procesos administrativos derivados de la venta de transporte marítimo.2.4. Procesos administrativos derivados de la venta de transporte ferroviario.2.5. Procesos administrativos derivados de la venta de tour-operadores y otros mayoristas.2.6. Procesos administrativos derivados de la venta de otras ventas.2.7. Aplicación de procedimientos de gestión documental.2.8. Medios de almacenamiento y de tratamiento de la información. Aplicaciones.2.9. Control de la correspondencia.UD3. Procedimiento de almacenamiento reposición y control de documentos propios y externos.3.1. Gestión de almacén.3.2. Gestión de inventarios.3.3. Control de existencia de documentos.UD4. Procedimientos derivados de las relaciones económicas con clientes.4.1. Anticipos y depósitos.4.2. Facturación y cobro.4.3. Medios de pago al contado.4.4. Tarjetas de crédito y débito.4.5.

MÁS INFORMACIÓN EN CÁMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Condiciones para la aceptación de cheques y pagarés.4.6. El pago aplazado.4.7. La financiación externa.4.8. Acuerdos comerciales con concesión de crédito a clientes.4.9. Las devoluciones por servicios no prestados.4.10. Control de cuentas de crédito.UD5. Gestión de tesorería y control de cuentas de cajas y bancos.5.1. Legislación vigente aplicable a la gestión de cuentas de cajas y bancos.5.2. Normativa reguladora de la compra de moneda extranjera.5.3. Documentos de pago.5.4. Registro del procedimiento de caja y formalización de los documentos administrativos precontables y contables.5.5. Realización de controles de caja solventando los desfases.5.6. Análisis de extractos de cuentas bancarias.5.7. Análisis de las medidas de seguridad relacionadas con la documentación contable y el efectivo.UD6. Utilización de programas informáticos de gestión interna (back-office) de agencias de viajes.6.1. Gestión de operaciones administrativas contables financieras y fiscales.



Familia: Hostelería y Sector Servicios

PRODUCTOS, SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS

100 horas

Objetivos

Analizar la evolución del concepto de turismo identificando los elementos que componen el sistema turístico. Analizar el mercado turístico identificando los destinos turísticos nacionales e internacionales más relevantes.

Contenidos

UD1. El Turismo y la Estructura del Mercado Turístico.1.1. Concepto de Turismo. Evolución del concepto de Turismo.1.2. El Sistema Turístico. Partes o Subsistemas.1.3. La Demanda Turística. Tipos de demanda Turística. Factores que determinan la demanda turística individual y agregada.1.4. La Oferta Turística. Componentes de la Oferta Turística.1.5. Evolución histórica del turismo. Situación y tendencias.1.6. Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda turística española: destinos y productos asociados.1.7. Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda turística internacional: destinos relevantes y productos asociados.UD2. El Alojamiento como Componente del Producto Turístico.2.1. La Hostelería. Los establecimientos de alojamiento. Clasificaciones y características.2.2. Relaciones entre las empresas de alojamiento y las agencias de viaje y tour-operadores.2.3. Principales proveedores de alojamiento.2.4. Tipos de unidades de alojamiento y modalidades de estancia. Tipos de tarifas y condiciones de aplicación. Cadenas hoteleras y centrales de reserva.UD3. El Transporte como Componente del Producto Turístico.3.1. El transporte por carretera.3.2. Transporte por ferrocarril.3.3. Transporte acuático.3.4. Transporte aéreo.UD4. Otros Elementos y Componentes de los Viajes Combinados Excursiones o Traslados.4.1. El transporte discrecional en autocar. Relaciones. Tarifas. Contrastes. Normativa.4.2. El alquiler de automóviles con o sin conductor. Tarifas. Seguros. Procedimientos de reservas. Bonos y boletines de presentación. El viaje combinado fly-drive.4.3. Los cruceros marítimos y fluviales y sus características. Tipos. Tarifas. Prestaciones. Reservas.4.4. Los servicios de acompañamiento y asistencia turística. El servicio de guía turístico.4.5. Los seguros de viaje y los contratos de asistencia en viaje. Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes.UD5. Principales Destinos Turísticos Nacionales.5.1. Turismo de sol y playa.5.2. Turismo de naturaleza y turismo activo.5.3. Turismo cultural y religioso.5.4. Turismo profesional.5.5. Turismo social y de salud.UD6. Principales Destinos Turísticos Internacionales.6.1. Europa.6.2. África.6.3. América del Norte.6.4. América Central y América del Sur.6.5. Asia.6.6. Oceanía.

MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios

PLANIFICACIÓN, ORGANIZACIÓN Y CONTROL DE EVENTOS

100 horas

Objetivos

Analizar el turismo de reuniones e identificar sus demandas específicas dentro del sector turístico. Planificar y presupuestar un evento y definir su programa identificando las actividades y tareas que se derivan para la entidad gestora. Aplicar técnicas para el proceso de organización de un evento determinado analizando la lógica de dicho proceso. Describir el proceso de evaluación final de un evento describiendo las actividades de dirección y control inherentes.

Contenidos

UD1. El Turismo de Reuniones y su Demanda de Servicios Especializados. 1.1. El turismo de reuniones: concepto y evolución histórica; situación y tendencias; el turismo de reuniones como producto especializado del turismo urbano. 1.2. Las características diferenciadas y específicas de este tipo de demanda. 1.3. Mecanismos de decisión. Impactos en los destinos y en sus restantes productos turísticos. 1.4. Incorporación a la cadena turística de servicios considerados tradicionalmente como servicios a las empresas o no turísticos. 1.5. Agentes turísticos específicos: organizadores profesionales de eventos, agencias de viajes especializadas y otros. Evolución. UD2. Principales Destinos Turísticos Nacionales e Internacionales de Turismo de Reuniones. 2.1. Factores que determinan la especialización de un destino para turismo de reuniones: imagen de marca, infraestructuras especializadas, capacidad de alojamiento, servicios especializados y oferta complementaria. 2.2. Características y análisis comparativo de los principales destinos de turismo de reuniones a nivel nacional e internacional. UD3. Los Eventos, su Tipología y su Mercado. 3.1. Tipología de reuniones y eventos: congresos, convenciones, viajes de incentivo, exposiciones y ferias, eventos deportivos y otros. 3.2. El concepto de evento. 3.3. El mercado de eventos. Los promotores de eventos. Las entidades colaboradoras y los patrocinadores. Participantes y acompañantes. 3.4. La gestión de eventos como función emisora y como función receptora. 3.5. Fases del proyecto de un evento. UD4. El Evento como Proyecto: Planificación, Presupuestación y Organización. 4.1. Fuentes y medios de acceso a la información. 4.2. Criterios de selección de servicios prestatarios e intermediarios. 4.3. Negociación con proveedores: planteamientos y factores clave. Aspectos renegociables. 4.4. Infraestructuras especializadas para reuniones, actos y exposiciones. 4.5. Programación del evento: tipología de actos en función de tipología de eventos: sesiones, presentaciones, descansos, comidas, ceremonias, espectáculos y exposiciones. 4.6. Programación de la logística y de los recursos humanos. 4.7. Programación de ofertas pre y post evento en función de la

MÁS INFORMACIÓN EN CÁMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

tipología de los participantes tales como ponentes delegados acompañantes comités organizadores y científicos.4.8. Gestión de espacios comerciales y de patrocinios.4.9. Presidencias honoríficas y participación de personalidades.4.10. Confección de cronogramas.4.11. Previsión de situaciones emergentes; planes de contingencia; planes de seguridad.4.12. Presupuestación del evento.UD5. Servicios Requeridos en la Organización de Eventos.5.1. Servicios de alojamiento y restauración: Establecimientos. Tipos y características. Formas de servicios. Tarifas.5.2. Servicios y métodos de reproducción y proyección de imagen y sonido y de telecomunicaciones.5.3. Servicios modalidades y tecnologías para la traducción como interpretación de conferencias traducción de cintas y locuciones o traducción escrita.5.4. Métodos y tecnologías de gestión y control de los accesos.5.5. Servicios y sistemas de montaje de stands y exposiciones.5.6. Secretaría técnica y secretaría científica.5.7. Servicios de animación cultural y producción de espectáculos.5.8. Transportes de acceso a la sede del evento y transportes internos colectivos.5.9. Servicios de diseño edición e impresión de materiales gráficos audiovisuales y digitales.5.10. Empresas servicios y funciones de las azafatas de congresos.5.11. Otros servicios requeridos en los eventos.UD6. Aplicaciones Informáticas Específicas para la Gestión de Eventos.6.1. Tipos y comparación.6.2. Programas a medida y oferta estándar del mercado.6.3. Aplicación de programas integrales para la gestión de las secretarías técnica y científica pagos y reservas on-line. Software integral: creación promoción gestión y control de acceso.UD7. El Evento como Proyecto: Organización.7.1. La organización del evento: Definición de funciones y tareas.7.2. Comités y secretarías: funciones y coordinación.7.3. Gestión de colaboraciones y patrocinios.7.4. Soportes y medios para ofrecer información del evento.7.5. Difusión del evento y captación de participantes.7.6. Estructura organizativa de un equipo de gestión de eventos.7.7. Funciones y responsabilidades.7.8. Procedimientos e instrucciones de trabajo.UD8. El Evento como Proyecto: Dirección y Control.8.1. Control de inscripciones.8.2. Control de cobros.8.3. Confirmaciones de inscripción asignación de espacios en exposiciones y otras comunicaciones a inscritos.8.4. Protección de datos personales.8.5. Documentación del evento.8.6. Procesos administrativos y contables.8.7. Seguimiento del proyecto. Actuaciones ante desviaciones.8.8. Coordinación.8.9. Evaluación de servicios y suministros.8.10. Formalización de contratos. Documentación.8.11. Supervisión y control del desarrollo del evento.8.12. Coordinación y recursos de comunicación puntualidad en los actos protocolo seguridad servicio técnico reclamaciones quejas conflictos y otras situaciones emergentes.8.13. Documentos de control del evento.8.14. El informe final del evento.8.15. Balances económicos.

MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J 	921 43 23 00	pice@camaradesegovia.es	www.camaradesegovia.es
--	--------------	-------------------------	------------------------

Familia: Hostelería y Sector Servicios

ENOLOGÍA AVANZADA

100 horas

Objetivos

Conocer las principales formas de elaboración, crianza y variedades de vinos, así como catarlos, degustarlos y servirlos de forma correcta. Saber qué esperar de un vino, y cuando no está en las condiciones más adecuadas. Saber cómo están distribuidas las principales zonas vinícolas del país, y los tipos de vinos que producen, así como sus métodos de elaboración, cultivos y variedades principales. Entender las fases que componen la cata de los vinos, y conocer qué sentidos y órganos intervienen en la misma. Aplicar las sensaciones experimentadas para encontrar defectos o virtudes del vino. Conocer las tendencias actuales y clásicas de maridajes, y reconocer las alianzas y los antagonismos.

Contenidos

UD1. La cata.1.1. La cata y el catador. Pruebas de valoración sensorial.1.2. Fisiología de la cata. Los sabores elementales.1.3. El proceso de la cata. Instalaciones y fichas de cata. Fases y características de la cata. Su vocabulario.UD2. Elaboración de vinos blancos, tintos y rosados.2.1. Orígenes de los aromas del vino. Factores de calidad.2.2. La fermentación. Los componentes del vino. Equilibrio de aromas y sabores en los vinos.2.3. Elaboración de vinos blancos, rosados, claretes y vinos grises. Su cata.2.4. Elaboración de vinos tintos jóvenes y de guarda. Su cata. La madera en el vino. El roble.UD3. Otros vinos (licorosos, gasificados, dulces...).3.1. Elaboración de vinos carbónicos y espumosos. Su cata.3.2. Vinos de licor, dulces naturales y naturalmente dulces.3.3. Vinos españoles de crianza biológica ("bajo velo"), amontillados y olorosos. Vinos especiales: mistelas, enverados, chacolís, fondillón, rancios.UD4. Do Málaga y sierras de Málaga: un ejemplo de evolución de la industria del vino en España.4.1. Zonas de producción.4.2. Denominación de origen Málaga.4.3. Otras menciones tradicionales de los vinos de Málaga.4.4. Clasificación por la variedad de uva, el contenido en azúcar y el color.4.5. Envejecimiento del vino de Málaga.4.6. Cata de vinos de la d. O. Málaga.4.7. Denominación de origen «sierras de Málaga».UD5. Clasificación de los vinos en España. Legislación.5.1. Zonas vitícolas.5.2. Clasificación comunitaria.5.3. Vinos de calidad producidos en región determinada. Denominaciones de origen españolas y sus variedades. Vinos de la tierra.UD6. Principales variedades nacionales e internacionales.6.1. Principales variedades nacionales blancas y tintas. Sus vinos varietales.6.2. Principales variedades blancas y tintas del mundo. Sus vinos varietales.UD7. La Guarda del Vino.7.1. Cómo leer la etiqueta de un vino.7.2. El sumiller. El servicio del vino. Presentación, descorche y decantación. Los corchos.7.3. La conservación de los vinos. La bodega y la cava.UD8. El consumo del vino.8.1. El vino y la salud. Consumo responsable y moderado de

MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

alcohol.8.2. Alteraciones y defectos del vino.UD9. Vocabulario Enológico.UD10. El Maridaje.10.1. El Maridaje.10.2. Clases de maridajes.10.3. El vino en la mesa.10.4. Maridar a partir de Vinos.10.5. Acuerdos y alianzas.10.6. Sustancias que facilitan el Maridaje.10.7. Esquema de alianzas clásicas de Vinos.UD11. Los Espirituosos.11.1. La Destilación.11.2. Características generales de los Espirituosos.11.3. El Coñac.11.4. El Armagnac.11.5. Los BranEdies.11.6. Espirituosos obtenidos a partir de la destilación de los hollejos de la uva.11.7. Espirituosos obtenidos a partir de otras frutas, hierbas semillas y lácteos.11.8. Espirituosos procedentes de la destilación de tubérculos y cereales: el whisky, el Sake. Otros espírituosos: el Ron y el Tequila.11.9. Clasificación de los espírituosos.



MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE EMERGENCIAS

100 horas

Objetivos

Conocer qué es un plan de emergencias y evacuación. Aprender cómo se realiza un plan de emergencias y evacuación. Distinguir y conocer las distintas funciones de las personas que intervienen en un plan de emergencias y evacuación. Aprender a implantar un plan de emergencias.

Contenidos

UD1. El plan de emergencia.1.1. Alcance del Art. 20 de la ley de prevención de riesgos laborales.1.2. Objetivos del plan de emergencia.1.3. Definiciones.1.4. Clasificación de las emergencias.1.5. Contenido de un plan de emergencia.UD2. Evaluación de riesgos.2.1. Foco de peligro. Inventario de riesgos.2.2. Evaluación de los riesgos.2.3. Método de evaluación del riesgo de incendio.2.4. Método de Gretener.2.5. Método de Gustav Purt.2.6. Documentación de referencia.UD3. Medios de protección.3.1. Clasificación de los fuegos.3.2. Clasificación de los agentes extintores.3.3. Extintores portátiles.3.4. Bocas de incendio equipadas (BIE).3.5. Hidrantes.3.6. Equipos de detección.3.7. Instalaciones automáticas de extinción.3.8. Programa de mantenimiento de medios.3.9. Requisitos de las instalaciones de protección contra incendios en los establecimientos industriales.UD4. El plan de emergencia en la empresa.4.1. Alcance.4.2. Definiciones.4.3. La empresa y sus actividades.4.4. Tipos de emergencia consideradas en la empresa.4.5. Equipo humano de intervención.4.6. Sistema de aviso.4.7. Vías de evacuación.4.8. Puntos de reunión.4.9. Planos de situación de los medios de protección.4.10. Plan de actuaciones en caso de emergencia.4.11. Tiempos previos a las actuaciones.4.12. Lista de teléfonos de emergencias.4.13. Comprobación de los equipos de protección.4.14. Archivo vitales para la empresa.4.15. Documentación de referencia. Legislación.UD5. Implantación del plan de emergencia.5.1. Responsabilidad.5.2. Programa de implantación.5.3. Programa de mantenimiento.5.4. Simulacros de emergencia.5.5. Investigación de siniestros.UD6. Primeros auxilios.6.1. Introducción.6.2. Concepto de primeros auxilios.6.3. Pautas de actuación.6.4. Métodos de reanimación.

MÁS INFORMACIÓN EN CÁMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios	
MANIPULACIÓN DE PRODUCTOS QUÍMICOS Y DE LIMPIEZA	100 horas

Objetivos

Aprender los conceptos básicos sobre la definición y clasificación de los productos químicos, atendiendo a aquellas sustancias químicas desarrolladas en el entorno sanitario. Conocer los aspectos importantes relacionados con los productos de limpieza y desinfección, así como las normas básicas para su utilización. Profundizar en el conocimiento sobre los sistemas de suciedad, los conceptos básicos y los diferentes tipos de limpieza existentes. Aprender las normativas relacionadas con la seguridad e higiene en la manipulación de los productos químicos

Contenidos

UD1. Producto químico. Definición y clasificación. 1.1. Definición de producto Químico. 1.2. Clasificación de productos Químicos. 1.3. Etiquetado de productos químicos peligrosos. 1.4. Sustancias químicas en el Entorno Sanitario. UD2. Productos de Limpieza y Desinfección. 2.1. Concepto de limpieza. 2.2. Mecanismos de actuación de los productos de limpieza. 2.3. Tipos de productos de limpieza. 2.4. Principales productos químicos de limpieza. Composición química, propiedades y aplicaciones. 2.5. Concepto de desinfección. La Desinfección en la Limpieza. 2.6. Mecanismos de actuación de los productos desinfectantes. 2.7. Niveles de desinfección. 2.8. Tipos de productos de desinfección. 2.9. Criterios de elección de desinfectantes. UD3. Normas básicas para su utilización. 3.1. Utilización de productos de limpieza y desinfección. 3.2. Normas generales para la utilización de los productos de limpieza y desinfección. 3.3. Normas específicas para la utilización de los productos de desinfección. 3.4. Normas básicas para la manipulación de los principales productos de limpieza y desinfección. 3.5. Consideraciones prácticas para la correcta utilización de los productos de limpieza según la superficie a tratar. 3.6. Medidas específicas para una limpieza segura y eficaz. 3.7. Medidas específicas para una desinfección segura y eficaz. 3.8. Algunas consideraciones para la protección del medio ambiente en la utilización de los productos de limpieza y desinfección. UD4. Sistemas de limpieza. 4.1. Conceptos de suciedad. 4.2. Tipos de Limpieza. 4.3. Limpieza de Suelos. 4.4. Limpieza de Cristales. 4.5. Limpieza de Mobiliario. 4.6. Limpieza de Cocinas. 4.7. Limpieza de Sanitarios. UD5. Seguridad e Higiene en la manipulación de los productos químicos. 5.1. Los Riesgos Químicos. 5.2. Marco normativo para la prevención de riesgos de agentes químicos. 5.3. Consideraciones generales para la aplicación de los principios de control de los riesgos de origen químico. 5.4. Consideraciones generales para la aplicación de medidas específicas de prevención y protección frente a Agentes

MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA			
Pº Ezequiel González, 24, 1º-J	 921 43 23 00	pice@camaradesegovia.es	www.camaradesegovia.es

Químicos.5.5. Medidas de seguridad en la manipulación de Agentes Químicos.5.6. Medidas de seguridad en el almacenamiento y transporte interno en la empresa de Agentes Químicos.5.7. Medidas de seguridad en la manipulación, almacenamiento y transporte interno de los residuos generados en los procesos con Agentes Químicos.5.8. Medidas preventivas específicas para agentes químicos según su categoría de peligrosidad.5.9. Consideraciones generales para la gestión de la prevención del riesgo frente a sustancias químicas.



MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios

COORDINACIÓN Y DINAMIZACIÓN DEL EQUIPO DE MONITORES DE TIEMPO LIBRE

100 horas

Objetivos

Una vez finalizado el Módulo el alumno será capaz de generar equipos de personal monitor dinamizándolos y supervisándolos en proyectos educativos de tiempo libre infantil y juvenil. En concreto el alumno será capaz de: Aplicar técnicas básicas de comunicación institucional y personal orientadas a los agentes educativos para transmitir información en el desarrollo de actividades de tiempo libre. Analizar los aspectos que caracterizan la situación de un equipo de personal monitor de tiempo libre como grupo. Aplicar técnicas de selección acogida y acompañamiento de las nuevas personas que se van a incorporar en el equipo de personal monitor para permitir la creación de equipos de trabajo funcionales. Utilizar técnicas de dirección de equipos humanos en el desarrollo de proyectos de tiempo libre educativo infantil y juvenil. Discriminar técnicas de mediación en la gestión de conflictos que sean aplicables al trabajo de mediación en equipos de personal monitor de tiempo libre.

Contenidos

UD1. Aplicación de técnicas de dinamización al equipo de monitores. 1.1. Caracterización del equipo de monitores de tiempo libre como grupo. 1.2. Análisis de las características de un equipo de monitores atendiendo al marco teórico de la dinámica de grupos y su nivel de desarrollo. 1.3. Análisis de aptitudes, capacidades, destrezas y actitudes de los integrantes de un equipo de monitores. 1.4. Dinámicas de cohesión grupal entre las personas de un equipo de monitores adecuadas a la realidad y al nivel de evolución del grupo. 1.5. Aplicación de la mejora continua en la gestión y organización de equipos. UD2. Desarrollo de técnicas para gestionar la información y comunicación en el equipo de monitores y agentes involucrados. 2.1. Técnicas de comunicación. 2.2. Técnicas de gestión de la información. UD3. Aplicación de técnicas de coordinación al equipo de monitores. 3.1. Proceso de desarrollo del equipo de trabajo. 3.2. Organización del trabajo en el equipo de monitores. UD4. Desarrollo de habilidades técnicas. 4.1. Aplicación de técnicas de dirección de equipos humanos en el desarrollo de proyectos de tiempo libre educativo infantil y juvenil. 4.2. Aplicación de técnicas de motivación y apoyo en el desarrollo de las funciones del equipo de responsables. 4.3. Aplicación de técnicas de acompañamiento y asesoramiento. 4.4. Habilidades sociales y personales.

MÁS INFORMACIÓN EN CÁMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios

PROGRAMACIÓN Y EVALUACIÓN APLICADAS A LA GESTIÓN CULTURAL

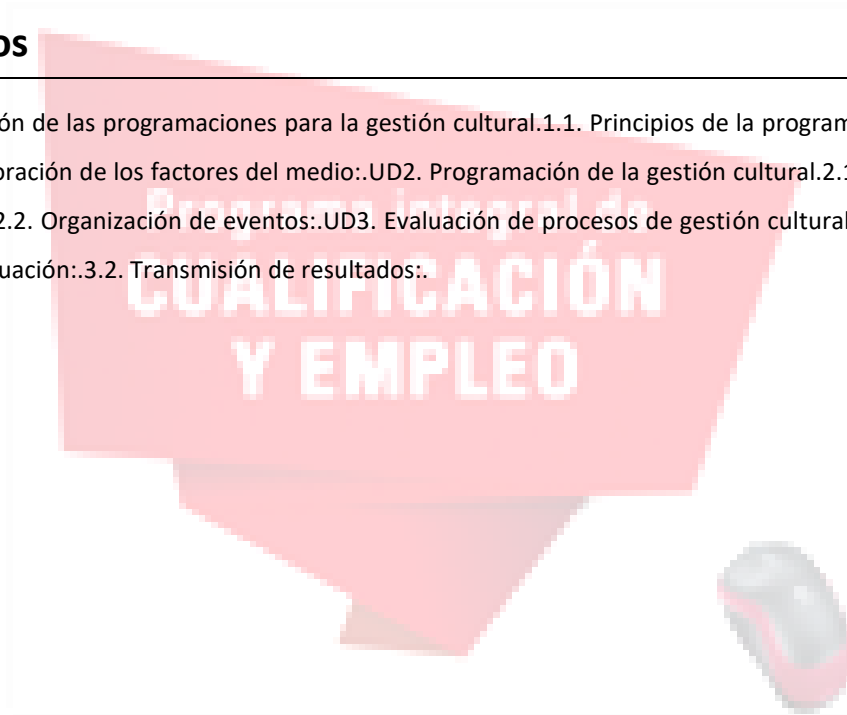
100 horas

Objetivos

Analizar infraestructuras para ejecutar la programación cultural utilizando los recursos disponibles y adecuados para su desarrollo
Aplicar procedimientos de evaluación de programaciones culturales

Contenidos

UD1. Planificación de las programaciones para la gestión cultural.
1.1. Principios de la programación cultural:
1.2. Técnicas de valoración de los factores del medio:
UD2. Programación de la gestión cultural.
2.1. Elaboración de la programación:
2.2. Organización de eventos:
UD3. Evaluación de procesos de gestión cultural.
3.1. Desarrollo del proceso de evaluación:
3.2. Transmisión de resultados:



MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios

REDES ASOCIATIVAS CULTURALES

100 horas

Objetivos

Analizar las redes asociativas culturales como medio de implementación de proyectos de animación cultural
Establecer cauces para la participación en los proyectos de animación cultural que impliquen la participación de redes culturales

Contenidos

UD1. Prácticas de participación asociativa en el ámbito cultural.1.1. Mecanismos de participación social y cultural.1.2. Proceso de análisis y caracterización del tejido asociativo en el marco del territorio.1.3. Estrategias de participación en el ámbito de la cultura.1.4. Identificación de la Red asociativa cultural.1.5. Valoración del marco legislativo de la participación cultural.UD2. Identificación de la realidad asociativa en el ámbito cultural.2.1. Tipología de asociaciones y colectivos en el ámbito cultural.2.2. Herramientas y protocolos para el reconocimiento de demandas de la red asociativa.2.3. Sistemas de organización y dinámica interna de las asociaciones culturales.2.4. Mecanismos y niveles de participación asociativa.2.5. Análisis de las plataformas de coordinación entre redes asociativas.2.6. Identificación del mapa de las redes asociativas del entorno.2.7. Mecanismos de adaptación a las necesidades especiales de colectivos específicos dentro del campo cultural.UD3. Mecanismos de cooperación de la Administración Pública en la participación cultural.3.1. Identificación del papel de la Administración pública en el apoyo asociativo.3.2. Procedimientos para la obtención de recursos públicos y privados destinados al ámbito de la cultura.UD4. Aplicación de habilidades profesionales al trabajo en redes asociativas.4.1. Técnicas comunicativas aplicadas a la participación cultural.4.2. Habilidades de relación.4.3. Habilidades administrativas.

MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios

MARKETING CULTURAL

100 horas

Objetivos

Una vez finalizado el Módulo el alumno será capaz de desarrollar acciones de comunicación y marketing cultural. En concreto el alumno será capaz de: Analizar el mercado de distintos productos culturales segmentando según características y preferencias de distintos tipos de consumidores. Definir acciones de marketing cultural en relación con los factores que intervienen en el diseño de políticas y campañas de comunicación considerando los instrumentos habituales y los distintos tipos de objetivos y públicos a los que pretenda dirigirse. Desarrollar acciones de marketing cultural vinculadas a un plan de marketing para productos intangibles. Desarrollar una campaña de difusión de la programación cultural para el público potencial según un plan de marketing mix propuesto. Aplicar sistemas de control y seguimiento de las variables y acciones previstas en distintos tipos de planes de marketing. Analizar la evolución de una programación cultural vinculada a las acciones de marketing.

Contenidos

UD1. Análisis de mercado de productos culturales. 1.1. Caracterización de la programación cultural. 1.2. Técnicas para el conocimiento del medio y de las organizaciones. 1.3. Supuesto práctico 1. 1.4. Supuesto práctico 2. UD2. Planificación de acciones de comunicación y marketing cultural. 2.1. Técnicas de comunicación en las actividades culturales. 2.2. Tipología de elementos que intervienen en la política de marketing. 2.3. Procedimientos de elaboración del plan de marketing. 2.4. Supuesto práctico. UD3. Desarrollo de acciones de comunicación y marketing cultural. 3.1. Protocolos de coordinación entre las acciones de marketing y los objetivos programados. 3.2. Procedimientos de desarrollo de acciones de marketing cultural para productos intangibles. 3.3. Metodología para el desarrollo de campañas de promoción de productos culturales. 3.4. Técnicas de análisis y selección de medios de comunicación. 3.5. Supuesto práctico. UD4. Seguimiento y evaluación de programas y acciones vinculados al marketing cultural. 4.1. Sistemática de formulación de objetivos de control del plan de marketing teniendo como referencia la consecución de los objetivos. 4.2. Métodos para el control y seguimiento de las decisiones y acciones en los planes de marketing. 4.3. Metodologías para valorar el grado de satisfacción del cliente. 4.4. Técnicas de seguimiento de presupuestos. 4.5. Identificación de variables de control en las acciones de marketing. 4.6. Desarrollo de indicadores de impacto y eficacia de las acciones de marketing. 4.7. Adaptación de herramientas de cálculo para su utilización en acciones de marketing cultural. 4.8. Técnicas de tabulación e interpretación de resultados. 4.9. Aplicación de medidas correctoras ante las

MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

desviaciones en el programa: planes de contingencia.4.10. Procedimientos para la detección y gestión de implantación acciones de mejora.4.11. Protocolos para la elaboración estructuración y presentación de informes de seguimiento con los resultados obtenidos destinados a responsables de las políticas culturales.4.12. Supuesto práctico 1.4.13. Supuesto práctico 2.



MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios

MANTENIMIENTO Y REHABILITACIÓN PSICOSOCIAL DE LAS PERSONAS DEPENDIENTES EN DOMICILIO

100 horas

Objetivos

Conocer y analizar las características y necesidades psicosociales de las personas dependientes, determinando las actitudes y valores que debe manifestar el profesional de atención directa con las personas dependientes y su entorno Identificar las características psicosociales más destacables en una unidad de convivencia con una persona dependiente y las principales necesidades de apoyo psicosocial que genera Identificar las manifestaciones básicas de deterioro personal y/o social propias de las personas mayores y/o discapacitadas y su entorno de convivencia, especialmente sus cuidadores principales, extrayendo información que permita determinar las necesidades de apoyo psicosocial y situaciones de riesgo, mediante observación guiada por un protocolo establecido por el servicio Explicar los principios éticos de la intervención social con personas dependientes, identificando actitudes y valores que deben mantenerse en las intervenciones profesionales dirigidas a usuarios, familiares y entorno y a otros profesionales, en diferentes situaciones, incluidas las situaciones de duelo

Contenidos

UD1. Psicología Básica Aplicada a la Atención Psicosocial Domiciliaria de Personas Dependientes.1.1. Conceptos fundamentales.1.2. Ciclo vital conducta procesos cognitivos motivación emoción alteraciones. El proceso de envejecimiento enfermedad y convalecencia.1.3. Cambios bio-psico-sociales. Incidencias en la calidad de vida. Evolución del entorno socioafectivo y de la sexualidad de la persona mayor. Necesidades especiales de atención y apoyo integral. Calidad de vida apoyo y autodeterminación en la persona mayor. Conceptos fundamentales características y necesidades en enfermedad y convalecencia.UD2. Relación Social de las Personas Mayores y Discapacitadas.2.1. Características de la relación social de las personas dependientes. Habilidades sociales fundamentales.2.2. Dificultades de relación social. Situaciones conflictivas.2.3. Técnicas para favorecer la relación social. Actividades de acompañamiento y de relación social. Estrategias de intervención.2.4. Medios y recursos. Aplicaciones de las nuevas tecnologías asociacionismo recursos del entorno y vías de acceso a los mismos.UD3. Prestación de Orientación a la Persona Dependiente y sus Cuidadores Principales.3.1. Técnicas e instrumentos de observación aplicados a las situaciones domiciliarias.3.2. La observación y el registro de la evolución funcional y el desarrollo de actividades de atención.3.3. Instrumentos de observación.UD4. El Ambiente como Factor Favorecedor de la Autonomía Personal Comunicación y Relación Social.4.1. Distribución y decoración de

MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

espacios.4.2. Uso de materiales domésticos.UD5. Elaboración de Estrategias de Intervención Psicosocial.5.1. Mantenimiento y entrenamiento de hábitos de autonomía psicosocial en situaciones cotidianas del domicilio.5.2. Técnicas procedimientos y estrategias de intervención.5.3. Técnicas de resolución de conflictos.5.4. Procedimientos y estrategias de modificación de conducta.5.5. Intervención de acompañamiento y apoyo en la relación social en la resolución de gestiones y en el entorno familiar.5.6. Disposición para la atención integral a las personas.5.7. Preferencia por las técnicas de humanización de la ayuda.



MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios

ATENCIÓN Y GESTIÓN DE LLAMADAS ENTRANTES EN UN SERVICIO DE TELEASISTENCIA

100 horas

Objetivos

Una vez finalizado el Módulo el alumno será capaz de atender y gestionar las llamadas entrantes del servicio de teleasistencia. En concreto el alumno será capaz de: Atender la primera llamada al servicio de teleasistencia para verificar y en su caso cumplimentar los datos del expediente garantizando el funcionamiento del sistema y la exactitud de estos. Gestionar las llamadas entrantes siguiendo el protocolo y pautas de actuación establecidas tanto de las personas usuarias así como las producidas automáticamente por el sistema de teleasistencia valorando la situación y la demanda planteada para realizar las actuaciones necesarias y en su caso movilizar recursos que se precisen. Realizar la gestión administrativa y documental de la información acerca de las llamadas atendidas codificando en su caso las actuaciones y/u observaciones realizadas para llevar a cabo el seguimiento de las intervenciones.

Contenidos

UD1. Atención a personas usuarias en la primera llamada de teleasistencia. 1.1. Tipología y características de las personas usuarias de teleasistencia. 1.2. Tipología y características de las personas excluidas del servicio de teleasistencia. 1.3. Tipos especificaciones y utilización de los terminales y dispositivos auxiliares así como descripción del manual de instrucciones. 1.4. Proceso de alta en un servicio de teleasistencia. 1.5. Protocolos de modificación de datos en la aplicación informática tras atender la primera llamada al servicio. 1.6. Proceso de clasificación de Agendas. 1.7. Programación de Agendas. UD2. Gestión de llamadas entrantes en servicios de teleasistencia y movilización de recursos. 2.1. Características identificación descripción de los componentes de las herramientas telemáticas. 2.2. Técnicas de comunicación con personas usuarias. 2.3. Tipologías de alarma. 2.4. Tipologías de llamadas entrantes. 2.5. Tipos de actuación y recursos. 2.6. Procedimientos de tratamiento de las llamadas según niveles de actuación. 2.7. Protocolos de actuación. UD3. Técnicas de gestión administrativa y documental para el establecimiento de programaciones de agendas y para su seguimiento. 3.1. Protocolos de selección de la información relevante en una llamada entrante. 3.2. Tipología de llamadas de seguimiento. 3.3. Gestión del expediente en la aplicación informática. 3.4. Técnicas de codificación de las actuaciones y observaciones de una intervención. 3.5. Proceso de programación de la agenda de seguimiento. 3.6. Procedimiento de elaboración del informe de actuación.

MÁS INFORMACIÓN EN CÁMARA SEGOVIA

Familia: Hostelería y Sector Servicios	
MANEJO DE HERRAMIENTAS, TÉCNICAS Y HABILIDADES PARA LA PRESTACIÓN DE UN SERVICIO DE TELEASISTENCIA	100 horas

Objetivos

Una vez finalizado el Módulo el alumno será capaz de manejar las herramientas técnicas y habilidades para prestar el servicio de teleasistencia. En concreto el alumno será capaz de: Dar atención a las demandas de las personas usuarias del servicio de teleasistencia manejando las herramientas telemáticas que permitan realizar la comunicación y gestión de llamadas. Facilitar la comunicación con las personas usuarias y los organismos relacionados con la movilización de recursos utilizando técnicas comunicativas para favorecer la prestación de servicio considerando los protocolos normativa y buenas prácticas profesionales. Afrontar las situaciones de crisis generadas en el servicio de teleasistencia empleando habilidades psicosociales para permitir la atención telefónica. Facilitar la prestación del servicio de teleasistencia manejando las habilidades de trabajo en equipo para fomentar la comunicación horizontal y vertical en el mismo.

Contenidos

UD1. Manejo de herramientas telemáticas de servicios de teleasistencia. 1.1. Accesibilidad a la aplicación informática: uso de la contraseña personal. 1.2. Aplicación de la Ley Orgánica de Protección de datos (L.O.P.D.). 1.3. Tipos de hardware y de software de teleasistencia. 1.4. Técnicas de manipulación y regulación de las herramientas telemáticas. 1.5. Identificación de las incidencias y protocolo de actuación para la resolución de las mismas. 1.6. Aplicación de la prevención de riesgos laborales en teleasistencia. UD2. Técnicas de comunicación telefónica en servicios de teleasistencia. 2.1. Análisis de las distintas situaciones que pueda plantear la persona usuaria. 2.2. Intervención del operador con usuarias y organismos relacionados con la movilización de recursos. 2.3. Aplicación de los Derechos de la persona usuaria. 2.4. Aplicación de las buenas prácticas profesionales. UD3. Desarrollo de habilidades y técnicas de trabajo en equipo en servicios de teleasistencia. 3.1. Aplicación de los protocolos de orden y limpieza en el espacio físico de la persona operadora. 3.2. Técnicas de trabajo en equipo y cooperación entre miembros del servicio de teleasistencia. 3.3. Metodología para actuación y participación en reuniones de trabajo. 3.4. Protocolos de transmisión de la información de un turno a otro. 3.5. Protocolos de comunicación de las incidencias diarias y propuestas de mejoras. UD4. Habilidades psicosociales para la atención telefónica en servicios de teleasistencia. 4.1. Análisis de las distintas situaciones de crisis que

MÁS INFORMACIÓN EN CÁMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J 	921 43 23 00	pice@camaradesegovia.es	www.camaradesegovia.es
--	--------------	-------------------------	------------------------

pueda plantear la persona usuaria.4.2. Aplicación del protocolo de atención al usuario en una situación de crisis.4.3. Técnicas de control interno en servicios de teleasistencia: Ansiedad y Estrés.



MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios

PREELABORACIÓN Y CONSERVACIÓN DE ALIMENTOS

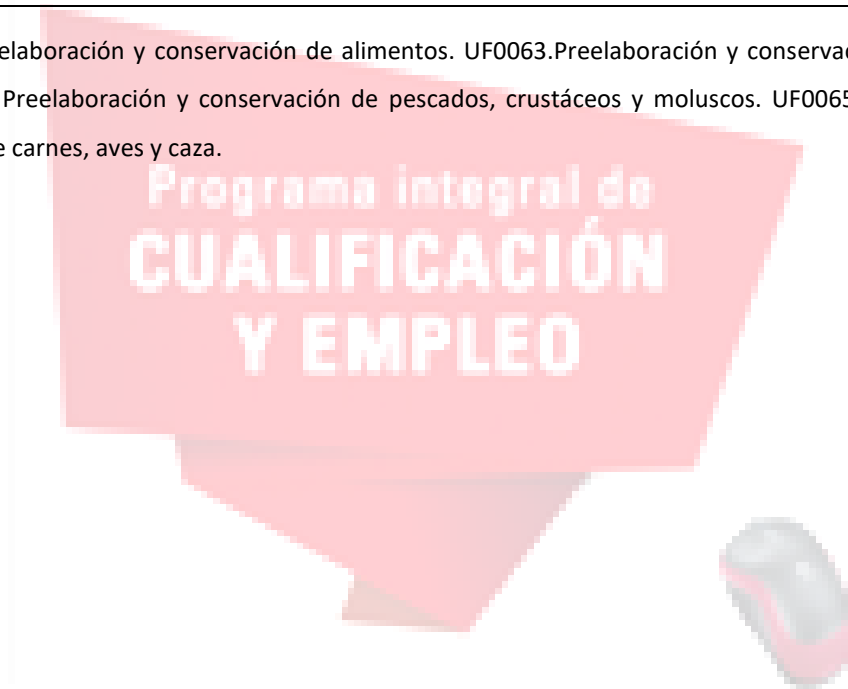
200 horas

Objetivos

Preelaborar y conservar toda clase de alimentos.

Contenidos

MF0260_2. Preelaboración y conservación de alimentos. UF0063. Preelaboración y conservación de vegetales y setas. UF0064. Preelaboración y conservación de pescados, crustáceos y moluscos. UF0065. Preelaboración y conservación de carnes, aves y caza.



MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios

SERVICIO BÁSICO DE RESTAURANTE - BAR

150 horas

Objetivos

Asistir en el servicio de alimentos y bebidas

Contenidos

MF0257_1. Servicio básico de restaurante y bar. UF0053. Aplicación de normas y condiciones higiénico-sanitarias en restauración. UF0058. Uso de la dotación básica del restaurante y asistencia en el preservicio. UF0059. Servicio básico de alimentos y bebidas y tareas de postservicio en el restaurante.



MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24, 1º-J



921 43 23 00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios	
APLICACIÓN DE LOS MÉTODOS DE CONSERVACIÓN Y REGENERACIÓN, ELABORACIONES BÁSICAS DE POSTRES ELEMENTALES Y PRESENTACIÓN Y DECORACIÓN DE REPOSTERÍA Y PASTERÍA	150 horas

Objetivos

Objetivos generales: Introducir al alumno en las diferentes áreas de la cocina, así como el conocimiento de las herramientas, materiales y mobiliario. Iniciar al alumno en las técnicas propias del departamento de cocina. Organizar, coordinar y controlar al equipo de trabajo y gestionar internamente su departamento. **Objetivos específicos:** Organizar los procesos de trabajo para optimizar la gestión y administración del establecimiento. Saber las características de los productos que intervienen en la elaboración de los platos. Conocer la función y el mantenimiento de los utensilios y maquinarias de cocina, así como las normas para su correcta instalación. Dominar las técnicas básicas sobre la manipulación, preparación y presentación de los alimentos. Conocer la normativa en materia de higiene y seguridad requerida en la cocina.

Contenidos

UD1. Sistemas y métodos de conservación y regeneración de géneros crudos semielaborados y elaboraciones básicas para repostería. 1.1. Clases y caracterización. 1.2. Identificación de equipos asociados en la conservación. 1.3. Equipos de almacenamiento. 1.4. Etapas de los procesos riesgos en la ejecución y control de resultados. 1.5. Identificación de necesidades básicas de conservación según momento de uso o consumo naturaleza del género o elaboración básica en cuestión. 1.6. Deducción de la técnica o método apropiado para la regeneración. 1.7. Ejecución de operaciones necesarias para la conservación de géneros y elaboraciones básicas para repostería aplicando las respectivas técnicas y métodos adecuados. 1.8. Regeneración y/o acondicionamiento de materias primas para las

MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA			
Pº Ezequiel González, 24, 1º-J	921 43 23 00	pice@camaradesegovia.es	www.camaradesegovia.es

elaboraciones complementarias de pastelería y repostería.1.9. Equipos asociados para la regeneración.1.10. Identificación manejo y parámetros de control de los equipos asociados.

UD2. Desarrollo de procesos de aprovisionamiento interno y regeneración de materias primas preelaboraciones y elaboraciones básicas de múltiples aplicaciones para la elaboración de helados.2.1. Deducción y cálculo de necesidades de géneros preelaboraciones y elaboraciones básicas de múltiples aplicaciones.2.2. Aprovisionamiento interno.2.3. Formalización de documentación y realización de operaciones.2.4. Ejecución de operaciones de regeneración que precisen los géneros preelaboraciones y elaboraciones básicas.2.5. Normas de control.UD3. Maquinaria Batería Utillaje y Herramientas Propias de Repostería.3.1. Características de la maquinaria utilizada.3.2. Batería distintos moldes y sus características.3.3. Utillaje y herramientas. UD4. Materias Primas.4.1. Harina: distintas clases y usos.4.2. Mantequilla y otras grasas.4.3. Distintos tipos de azúcar y otros edulcorantes.4.4. Cacao y derivados: distintos tipos de cobertura de chocolate.4.5. Distintos tipos de fruta y productos derivados (mermeladas confituras frutas confitadas pulpas etc.).4.6. Almendras y otros frutos secos.4.7. Huevos y ovoproductos.4.8. Gelatinas especias etc.4.9. Distintas clases de "mix".4.10. Productos de decoración.UD5. Preparaciones Básicas de Múltiples Aplicaciones Propias de Repostería.5.1. Materias primas empleadas en repostería.5.2. Principales preparaciones básicas. Composición y elaboración. Factores a tener en cuenta en su elaboración y conservación. Utilización.5.3. Preparaciones básicas de múltiples aplicaciones a base de: azúcar cremas frutas chocolate almendras masas y otras: composición factores a tener en cuenta en su elaboración conservación y utilización.5.4. Preparaciones básicas elaboradas a nivel industrial.UD6. Técnicas de Cocinado Empleadas en la Elaboración de Preparaciones de Múltiples Aplicaciones de Repostería y Postres Elementales.6.1. Asar al horno.6.2. Freír en aceite.6.3. Saltear en aceite y en mantequilla.6.4. Hervir y cocer al vapor.UD7. Postres Elementales.7.1. Importancia del postre en la comida. Distintas clasificaciones.7.2. Aplicación de las respectivas técnicas y procedimientos de ejecución y control para la obtención de los postres elementales más representativos de repostería.UD8. Regeneración de Productos Utilizados en Repostería.8.1. Regeneración: definición.8.2. Clases de técnicas y procesos.8.3. Identificación de equipos asociados.8.4. Fases de los procesos riesgos en la ejecución y control de resultados.8.5. Realización de operaciones necesarias para la regeneración.8.6. Postres y otros productos preparados. Distintas clases.UD9. Presentación

MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA			
Pº Ezequiel González, 24, 1º-J	921 43 23 00	pice@camaradesegovia.es	www.camaradesegovia.es

y Decoración de Postres Elementales.9.1. Técnicas a utilizar en función de la clase de postre.9.2. Utilización de manga cornets biberones y otros utensilios.9.3. Cremas chocolates y otros productos y preparaciones empleados en decoración.9.4. Importancia de la vajilla.UD10. Acabado y presentación de pastelería.10.1. Normas y combinaciones organolépticas básicas: los sentidos.10.2. Clasificación y tipos de acabados y presentaciones de pastelería.10.3. Esquemas fases y riesgos en la ejecución.10.4. Decoraciones sencillas: baños escarchados y borduras entre otras.10.5. Técnicas básicas de acabado y presentación de pastelería.UD11. Decoración de productos de repostería.11.1. Decoración de productos de repostería. Normas y combinaciones básicas. Control y valoración de resultados.11.2. Identificación de necesidades básicas de conservación según momento de uso o consumo y naturaleza de la elaboración.11.3. Experimentación y evaluación de posibles combinaciones.11.4. Tendencias en la presentación de elaboraciones.11.5. Decoraciones de chocolate.11.6. Pasos más importantes para trabajar la cobertura.11.7. Posibles problemas y como evitarlos.11.8. Composición básica de las coberturas.11.9. Algunos trabajos con chocolate (piezas de chocolate bombonería motivos decorativos).11.10. Pintado a pistola: elaboración de la pintura tipos de compresores condiciones previas para pintar modo de preparar la pintura y pintado.11.11. Conservación y almacenamiento. UD12. Decoraciones con caramelo y frutas.12.1. Materias primas para la obtención del caramelo.12.2. El azúcar: puntos y aplicaciones.12.3. Utensilios para elaborar y trabajar el caramelo.12.4. Cocción del azúcar.12.5. Algunos trabajos (flores hojas lazos o piezas sopladas).12.6. Conservación y almacenamiento.12.7. Decoraciones con frutas.12.8. Identificación y selección de las frutas más apropiadas para la decoración de productos de pastelería.12.9. Utensilios para la talla y manipulación de frutas.12.10. Posibles problemas y como evitarlos.12.11. Conservación y almacenamiento.

MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA			
Pº Ezequiel González, 24, 1º-J	921 43 23 00	pice@camaradesegovia.es	www.camaradesegovia.es

Familia: Hostelería y Sector Servicios

GESTIÓN HOSTELERA

100 horas

Objetivos

- Saber qué tipos de hoteles existen y cómo se organizan
- Conocer los principales aspectos de la oferta y demanda actual en el sector hotelero
- Organizar el departamento de Recepción y sus subdepartamentos de Reservas y Recepción, teniendo en cuenta sus funciones y los procesos básicos que los caracterizan
- Organizar y desarrollar correctamente el trabajo de los departamentos de Conserjería, Comunicaciones y Pisos de un hotel.

Contenidos

- Saber qué tipos de hoteles existen y cómo se organizan
- Conocer los principales aspectos de la oferta y demanda actual en el sector hotelero
- Organizar el departamento de Recepción y sus subdepartamentos de Reservas y Recepción, teniendo en cuenta sus funciones y los procesos básicos que los caracterizan
- Organizar y desarrollar correctamente el trabajo de los departamentos de Conserjería, Comunicaciones y Pisos de un hotel.

MAS INFORMACION EN CAMARA SEGOVIA

Pº Ezequiel González, 24,
1º-J

921 43 23
00

pice@camaradesegovia.es

www.camaradesegovia.es