



HOSTELERÍA Y TURISMO

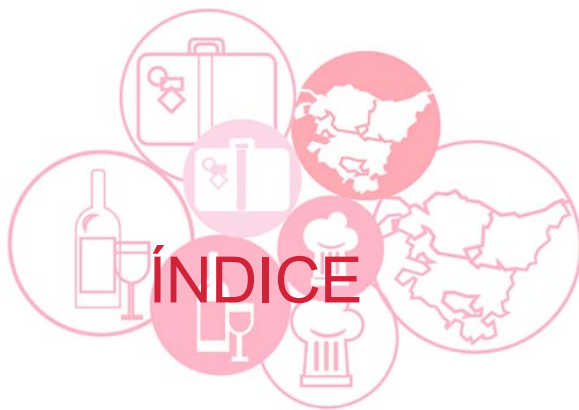
Diseño Curricular Base

TÉCNICO SUPERIOR EN AGENCIAS DE VIAJES Y GESTIÓN DE EVENTOS



koalifikazioen eta
lanbide heziketaren
euskal institutua

Instituto vasco de
cualificaciones y
formación profesional



1. IDENTIFICACIÓN DEL TÍTULO	Pag. 4
2. PERFIL PROFESIONAL Y ENTORNO PROFESIONAL	Pag. 4
2.1 Competencia general	
2.2 Relación de cualificaciones y unidades de competencia	
2.3 Entorno profesional	
3. ENSEÑANZAS DEL CICLO FORMATIVO	Pag. 5
3.1 Objetivos generales del ciclo formativo	
3.2 Relación de módulos profesionales, asignación horaria y curso de impartición	
3.3. Módulos profesionales	
1. Estructura del mercado turístico.	
2. Protocolo y relaciones públicas.	
3. Marketing turístico.	
4. Destinos turísticos.	
5. Recursos turísticos.	
6. Gestión de productos turísticos.	
7. Venta de servicios turísticos.	
8. Dirección de entidades de intermediación turística.	
9. Inglés.	
10. Segunda lengua extranjera.	
11. Proyecto de agencias de viaje y gestión de eventos.	
12. Formación y Orientación Laboral.	
13. Empresa e Iniciativa Emprendedora.	
14. Formación en Centros de Trabajo.	
4. ESPACIOS Y EQUIPAMIENTOS MÍNIMOS	Pag. 109
4.1 Espacios	
4.2 Equipamientos	
5. PROFESORADO	Pag. 109
5.1 Especialidades del profesorado, y atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo	
6. CONVALIDACIONES ENTRE MÓDULOS PROFESIONALES	Pag. 111
7. RELACIONES DE TRAZABILIDAD Y CORRESPONDENCIA ENTRE MÓDULOS PROFESIONALES DEL TÍTULO Y UNIDADES DE COMPETENCIA	Pag. 111
7.1 Correspondencia de las unidades de competencia con los módulos para su convalidación o exención	
7.2 Correspondencia de los módulos profesionales con las unidades de competencia para su acreditación	

1. IDENTIFICACIÓN DEL TÍTULO

El título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos queda identificado por los siguientes elementos:

- Denominación: Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- Nivel: Formación Profesional de Grado Superior.
- Duración: 2.000 horas.
- Familia Profesional: Hostelería y Turismo.
- Código: CINE-5b (Clasificación Internacional Normalizada de la Educación).

2. PERFIL PROFESIONAL Y ENTORNO PROFESIONAL

2.1 Competencia general

La competencia general de este título consiste en programar y realizar viajes combinados y todo tipo de eventos, vender servicios turísticos en agencias de viajes y a través de otras unidades de distribución, proponiendo acciones para el desarrollo de sus programas de marketing y asegurando la satisfacción de los clientes.

2.2 Relación de Cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título:

Cualificaciones Profesionales completas:

- a. Venta de servicios y productos turísticos HOT095_3 (RD 295/2004, de 20 de febrero y RD 1700/2007 de 14 de diciembre), que comprende las siguientes unidades de competencia:
 - UC0266_3: Vender servicios turísticos y viajes.
 - UC0267_2: Desarrollar la gestión económico-administrativa de agencias de viajes.
 - UC0268_3: Gestionar unidades de información y distribución turísticas.
 - UC1057_2: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario independiente, en las actividades turísticas.
- b. Creación y gestión de viajes combinados y eventos HOT330_3. (RD 1700/2007 de 14 de diciembre), que comprende las siguientes unidades de competencia:
 - UC1055_3: Elaborar y operar viajes combinados, excursiones y traslados.
 - UC1056_3: Gestionar eventos.
 - UC0268_3: Gestionar unidades de información y distribución turísticas.
 - UC1057_2: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario independiente, en las actividades turísticas.

Cualificaciones Profesionales incompletas:

- a. Promoción turística local e información al visitante HOT336_2 (RD 1700/2007 de 14 de diciembre), que comprende las siguientes unidades de competencia:



UC0268_3: Gestionar unidades de información y distribución turísticas.

UC1057_2: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario independiente, en las actividades turísticas.

UC1074_3: Gestionar información turística.

- b. Guía de turistas y visitantes HOT335_3 (RD 1700/2007 de 14 de diciembre), que comprende las siguientes unidades de competencia:

UC1069_3: Interpretar el patrimonio y bienes de interés cultural del ámbito de actuación a turistas y visitantes.

UC1070_3: Interpretar espacios naturales y otros bienes de interés natural del ámbito de actuación a turistas y visitantes.

UC1072_3: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario competente, en los servicios turísticos de guía y animación.

UC1073_3: Comunicarse en una lengua extranjera distinta del inglés, con un nivel de usuario competente, en los servicios turísticos de guía y animación.

2.3 Entorno profesional

Esta figura profesional ejerce su actividad en el sector turístico, en el subsector de las agencias de viajes minoristas, mayoristas y mayoristas-minoristas, así como en las agencias especializadas en recepción y eventos.

Se trata de trabajadores por cuenta propia que gestionan su propia agencia de viajes o eventos, o de trabajadores por cuenta ajena que ejercen su actividad profesional como empleados o jefes de oficina y/o departamento en las áreas funcionales de:

- Administración.
- Reservas.
- Producto.
- Venta de servicios/productos turísticos y eventos

Las ocupaciones y puestos de trabajo más relevantes son los siguientes:

- Jefa o jefe de oficina de agencia de viajes.
- Jefa o jefe de departamento en agencia de viajes.
- Agente de viajes.
- Consultora o consultor de viajes.
- Organizadora o organizador de eventos.
- Vendedora o vendedor de servicios de viaje y viajes programados.
- Promotora o promotor comercial de viajes y servicios turísticos.
- Empleada o empleado del departamento de “booking” o reservas.

3. ENSEÑANZAS DEL CICLO FORMATIVO

3.1 Objetivos generales del ciclo formativo:

1. Identificar y seleccionar información sobre los consumidores, la competencia y la evolución del sector aplicando las técnicas de investigación apropiadas para reconocer las oportunidades de negocio.



2. Analizar información sobre proveedores de servicios, estándares de calidad, precios de mercado y demanda de clientes, aplicando procedimientos establecidos y la normativa vigente para programar y ofertar viajes combinados y otros servicios turísticos complejos.
3. Analizar información sobre el mercado de reuniones y demanda de clientes, determinando los recursos propios y ajenos y las necesidades de coordinación para programar y ofertar servicios para congresos, convenciones, ferias y otros eventos.
4. Valorar variables económicas y de calidad, aplicando diferentes métodos para seleccionar los proveedores.
5. Analizar las herramientas y estrategias del marketing reconociendo sus fases y aplicaciones para proponer programas de promoción, comunicación y distribución.
6. Seleccionar servicios turísticos y análogos, identificando las necesidades, motivaciones y expectativas de los consumidores para asesorar y proponer la mejor alternativa al cliente, empleando al menos dos idiomas extranjeros.
7. Identificar tarifas de diferentes servicios y proveedores, cotizando y/o calculando el importe teniendo en cuenta la normativa vigente para reservar los derechos de uso de servicios y productos turísticos.
8. Caracterizar la documentación propia de las agencias de viajes y de los proveedores de servicios, aplicando diversos procedimientos para emitir la documentación oportuna relativa a viajes y otros servicios.
9. Analizar recursos humanos y materiales, caracterizando puestos, funciones del personal y equipamiento para establecer estructuras organizativas y administrar departamentos de agencias de viajes.
10. Analizar los procesos de facturación y liquidación con clientes y proveedores, identificando los requisitos legales, económicos y empresariales para desarrollar las tareas de administración en las agencias de viajes y la gestión de eventos.
11. Caracterizar aplicaciones informáticas y de gestión, así como las TIC, reconociendo su utilidad para incrementar la eficacia de los servicios prestados.
12. Caracterizar los procedimientos de los servicios y las actuaciones post-venta, seleccionando las técnicas más adecuadas para aplicar protocolos de calidad.
13. Analizar las actitudes positivas, valorando la participación, respeto, tolerancia e igualdad de oportunidades entre las personas para motivar al personal a su cargo.
14. Reconocer e identificar posibilidades de negocio, analizando el mercado y estudiando la viabilidad de los proyectos para mantener el espíritu empresarial.



3.2 Relación de módulos profesionales, asignación horaria y curso de impartición:

MÓDULO PROFESIONAL	Asignación horaria	Curso
0171. Estructura del mercado turístico	132	1º
0172. Protocolo y relaciones públicas	132	1º
0173. Marketing turístico	132	1º
0383. Destinos turísticos	165	1º
0384. Recursos turísticos	165	1º
0397. Gestión de productos turísticos	140	2º
0398. Venta de servicios turísticos	140	2º
0399. Dirección de entidades de intermediación turística	140	2º
0179. Inglés	165	1º
0180. Segunda lengua extranjera	120	2º
0400. Proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos	50	2º
0401. Formación y Orientación Laboral	99	1º
0402. Empresa e Iniciativa Emprendedora	60	2º
0403. Formación en Centros de Trabajo	360	2º
Total ciclo	2.000	

3.3 Módulos profesionales: presentación, resultados de aprendizaje, criterios de evaluación, contenidos y orientaciones metodológicas

Módulo Profesional 1

ESTRUCTURA DEL MERCADO TURÍSTICO

a) Presentación

Módulo profesional:	Estructura del mercado turístico
Código:	0171
Ciclo formativo:	Agencias de Viaje y Gestión de Eventos
Grado:	Superior
Familia Profesional:	Hostelería y Turismo
Duración:	132 horas
Curso:	1º
Nº de Créditos:	8
Especialidad del profesorado:	Hostelería y Turismo (Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria)
Tipo de módulo:	Asociado al perfil profesional
Objetivos generales:	1 2 3 6

b) Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Contextualiza el sector turístico, su evolución histórica y situación actual, analizando sus implicaciones como actividad socioeconómica.

Criterios de evaluación:

- Se han definido los elementos básicos que caracterizan el sector turístico.
- Se ha analizado la evolución del turismo.
- Se han identificado y caracterizado las diferentes instituciones públicas o privadas relacionadas con el sector turístico.
- Se ha valorado la importancia de la actividad turística respecto al desarrollo económico y social del núcleo turístico.
- Se han identificado los encuentros nacionales e internacionales en materia de turismo y su importancia para el sector.
- Se ha reconocido el uso de las nuevas tecnologías en el sector turístico y su impacto como elemento dinamizador en éste.

2. Identifica las diferentes tipologías turísticas relacionándolas con la demanda y su previsible evolución.

Criterios de evaluación:

- Se ha definido las diferentes tipologías turísticas relacionándolas con las características básicas de las mismas.



- b) Se han localizado las distintas tipologías turísticas por su distribución geográfica.
- c) Se han relacionado los diferentes factores que influyen en la localización espacial según el tipo de turismo de la zona.
- d) Se han descrito las ventajas e inconvenientes del desarrollo turístico de una zona.
- e) Se ha analizado las tendencias de las tipologías turísticas nacionales.
- f) Se han analizado las tendencias de las tipologías turísticas internacionales.
- g) Se han valorado los factores que influyen en la demanda y la incidencia que podemos hacer sobre ellos y su distribución.

3. Analiza la oferta turística caracterizando sus principales componentes, así como los canales de intermediación y distribución.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha definido la oferta turística junto con los elementos y estructura básica de la misma.
- b) Se han caracterizado los canales de intermediación turística, así como los nuevos sistemas de distribución.
- c) Se han diferenciado las empresas de alojamientos turísticos según su tipología y características básicas.
- d) Se han identificado los diferentes medios de transporte de carácter turístico y los servicios ligados a ellos.
- e) Se ha caracterizado la oferta complementaria.
- f) Se han descrito las peculiaridades del núcleo turístico.
- g) Se ha valorado la importancia del turismo en la economía del núcleo turístico.

4. Caracteriza la demanda turística relacionando los diferentes factores y elementos que la motivan, así como sus tendencias actuales.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha conceptualizado y determinado los factores de la demanda turística.
- b) Se ha clasificado a la clientela por su tipología y nacionalidad.
- c) Se han descrito los diferentes elementos externos que influyen en la elasticidad de la demanda.
- d) Se han caracterizado las principales motivaciones de la demanda turística.
- e) Se ha caracterizado la estacionalización de la demanda y técnicas de desestacionalización.
- f) Se ha analizado la metodología de compra según el tipo de clientela.
- g) Se han investigado las tendencias actuales de la demanda, así como los mercados emergentes.
- h) Se ha valorado la importancia de conocer a la clientela como elemento dinamizador de la demanda turística.

c) Contenidos básicos:

1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de la evolución del turismo. - Valoración de la actividad turística en el desarrollo de un núcleo poblacional.

conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Turismo: definición, elementos que lo caracterizan y nuevas clasificaciones. - Entidades públicas y privadas de ámbito local, regional, nacional e internacional relacionadas con el sector turístico.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de las nuevas tecnologías como fuentes de información y promoción turística. - Valoración del profesional turístico o de la profesional turística en el ámbito de su profesión.

2. IDENTIFICACIÓN DE LAS TIPOLOGÍAS TURÍSTICAS Y SUS TENDENCIAS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de los factores que influyen en la localización espacial de cada tipología turística. - Localización geográfica de las principales tipologías turísticas. - Identificación de las ventajas e inconvenientes del desarrollo turístico de una zona. - Análisis de las tendencias de las tipologías turísticas nacionales. - Análisis de las tendencias de las tipologías turísticas internacionales. - Valoración de los factores que influyen sobre la demanda y capacidad de modificación de los mismos.
conceptuales	- Tipologías turísticas y sus características.
actitudinales	- Interés por la evolución de las tendencias turísticas actuales.

3. ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA

procedimentales	- Identificación de los núcleos turísticos nacionales.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - La oferta turística. Definición y elementos que la componen. - La intermediación turística. Canales de distribución. - Empresas de alojamientos turísticos. Definición. Tipología y características. - Los medios de transporte turísticos. Servicios ligados al transporte. - La oferta complementaria. - El núcleo turístico. Núcleo emisor y núcleo receptor.
actitudinales	- Valoración de la importancia económica del turismo y su aportación al PIB.

4. CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Clasificación de la clientela por su tipología y nacionalidad. - Identificación de las motivaciones de la demanda turística. - Análisis de las tendencias actuales de la demanda turística. - Análisis de la metodología de compra según el tipo de clientela.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - La demanda turística. Definición y características. - Elementos externos que influyen en la elasticidad de la demanda turística.



	- Estacionalidad de la demanda. Acciones de desestacionalización.
actitudinales	- Interés por conocer a la clientela como elemento dinamizador de la demanda.

d) Orientaciones metodológicas

Para la organización y desarrollo del proceso de enseñanza aprendizaje de este módulo se sugieren las siguientes recomendaciones:

1) Secuenciación

Al finalizar el módulo el alumno o la alumna deberá ser capaz de analizar el mercado turístico para detectar oportunidades de negocio de agencias de viajes y empresas organizadoras de eventos.

Se recomienda empezar con una introducción básica al mundo del turismo explicando la importancia que tiene en el desarrollo de los núcleos poblacionales. Es interesante definir las distintas tipologías turísticas analizando su distribución espacial, tanto a nivel local como internacional.

A continuación se pueden ver las principales características de la demanda así como los elementos que componen la oferta turística. Es importante destacar las características propias del sector de agencias de viajes y empresas organizadoras de eventos, así como de la oferta complementaria al mismo.

Teniendo en cuenta que lo que se pretende es encontrar oportunidades de negocio hay que defender el uso de las nuevas tecnologías, ya que en el momento actual son necesarias para poder tener un nicho en el mercado. Es importante que el alumno o la alumna relacione este módulo con el módulo de Marketing Turístico para que pueda aplicar toda la parte de investigación de mercados en el análisis del mismo.

2) Aspectos metodológicos

De entre todas las actividades que se pueden realizar en este módulo cabe destacar las siguientes como necesarias para alcanzar tanto los objetivos del módulo como las competencias asociadas al mismo:

Caso práctico de Investigación de Mercados. Cada alumno o alumna realizará un estudio sobre la viabilidad de implantar una nueva agencia de viajes en su ciudad. Para ello identificará los tipos de establecimientos existentes así como las necesidades de la demanda para detectar si existe alguna oportunidad de negocio. También deberá analizar las alternativas de inversión y financiación.

Suponiendo que se crea la nueva empresa el alumno o la alumna deberá definir cómo va a comercializar tanto su producto base como los servicios y productos complementarios.

El alumno o la alumna deberá exponer su trabajo en el aula determinando en todo momento quién es el público objetivo al que se dirige (papel que adopta el resto del grupo): administración local como ayuntamiento o diputaciones de los que se busca el apoyo necesario para sacar el proyecto adelante, ...

Se fomentará el uso de nuevas tecnologías así como la aplicación de métodos innovadores.

3) Actividades significativas y aspectos críticos de la evaluación

- ✓ Lectura e interpretación de artículos relacionados con el sector turístico.
- ✓ Búsqueda de información en Internet.
- ✓ Visita a entidades públicas y privadas de ámbito local relacionadas con el sector turístico para analizar la labor que desempeñan.
- ✓ Análisis de estadísticas publicadas para ver cuál es la tendencia de la oferta y demanda en el sector de agencias de viajes y empresas organizadoras de eventos.
- ✓ Análisis de las ventajas e inconvenientes del desarrollo turístico de una zona (caso práctico de Benidorm).
- ✓ Análisis de la influencia de inversiones en infraestructura y recursos turísticos en el desarrollo del sector de agencias de viajes y empresas organizadoras de eventos (caso Guggenheim en Bilbao y Kursaal en Donostia).
- ✓ Visita a distintos tipos de agencias de viajes y empresas organizadoras de eventos, así como asociaciones relacionadas con las mismas, para obtener información acerca de la oferta de alojamiento.



Módulo Profesional 2

PROTOCOLO Y RELACIONES PÚBLICAS

a) Presentación

Módulo profesional:	Protocolo y relaciones públicas
Código:	0172
Ciclo formativo:	Agencias de Viaje y Gestión de Eventos
Grado:	Superior
Familia Profesional:	Hostelería y Turismo
Duración:	132 horas
Curso:	1º
Nº de Créditos:	8
Especialidad del profesorado:	Hostelería y Turismo (Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria)
Tipo de módulo:	Asociado a las unidades de competencia: UC1056_3: Gestionar eventos.
Objetivos generales:	2 3 4 5 12

b) Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Aplica el protocolo institucional analizando los diferentes sistemas de organización y utilizando la normativa de protocolo y precedencias oficiales.

Criterios de evaluación:

- Se han definido los elementos que conforman el protocolo institucional.
- Se han determinado los criterios para establecer la presidencia en los actos oficiales.
- Se han caracterizado los diferentes sistemas de ordenación de los invitados y las invitadas en función del tipo de acto a organizar.
- Se ha reconocido la normativa de protocolo y precedencias oficiales del Estado y otras instituciones.
- Se han realizado los programas protocolarios en función del evento a desarrollar.
- Se ha caracterizado el diseño y planificación de actos protocolarios.
- Se han diseñado diferentes tipos de invitaciones en relación con diferentes tipos de acto.
- Se ha determinado la ordenación de banderas dentro de los actos protocolarios.

2. Aplica el protocolo empresarial describiendo los diferentes elementos de diseño y organización según la naturaleza, el tipo de acto, así como al público al que va dirigido.

Criterios de evaluación:

- a) Se han caracterizado la naturaleza y el tipo de actos a organizar.
- b) Se ha diseñado un manual protocolario y de comunicación.
- c) Se ha identificado el público al que va dirigido.
- d) Se han identificado los elementos de organización y diseño de actos protocolarios empresariales (presidencia, invitados, día, hora, lugar, etc.)
- e) Se ha verificado la correcta aplicación del protocolo durante el desarrollo del acto.
- f) Se ha enumerado la documentación necesaria según el acto para su correcto desarrollo.
- g) Se ha elaborado el programa y cronograma del acto a organizar.
- h) Se ha calculado el presupuesto económico del acto a organizar.

3. Aplica los fundamentos y elementos de las relaciones públicas (RR.PP.) en el ámbito turístico seleccionando y aplicando las técnicas asociadas.

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido los fundamentos y principios de las RR.PP.
- b) Se han identificado y caracterizado los elementos de identidad corporativa en empresas e instituciones turísticas.
- c) Se han identificado las principales marcas de entidades públicas y privadas del sector turístico.
- d) Se ha identificado y clasificado el concepto de imagen corporativa y sus componentes.
- e) Se han reconocido distintos tipos de imagen proyectadas por empresas e instituciones turísticas.
- f) Se han identificado los procesos y los canales de comunicación.
- g) Se han aplicado diversas técnicas de expresión verbal y no verbal.
- h) Se han reconocido y valorado los diferentes recursos de las relaciones públicas.
- i) Se han seleccionado diferentes medios de comunicación dependiendo del producto a comunicar.
- j) Se ha valorado la importancia de la imagen, la identidad corporativa, la comunicación y las relaciones públicas en las empresas e instituciones turísticas.

4. Establece comunicación con la clientela relacionando las técnicas empleadas con el tipo de usuario o usuaria.

Criterios de evaluación:

- a) Se han analizado los objetivos de una correcta atención a la clientela.
- b) Se han caracterizado las técnicas de atención a la clientela.
- c) Se han diferenciado las modalidades de atención a la clientela.
- d) Se han aplicado las acciones del contacto directo y no directo.
- e) Se han utilizado las técnicas de comunicación con la clientela.
- f) Se han caracterizado los diferentes tipos de clientela.
- g) Se han demostrado las actitudes y aptitudes en los procesos de atención a la clientela.
- h) Se han definido las técnicas de dinamización e interacción grupal.

5. Gestiona las quejas, reclamaciones y sugerencias describiendo las fases establecidas de resolución asociadas a una correcta satisfacción de la clientela.

Criterios de evaluación:



- a) Se han definido y analizado los conceptos formales y no formales de quejas, reclamaciones y sugerencias.
- b) Se han reconocido los principales motivos de quejas de la clientela en las empresas de hostelería y turismo.
- c) Se han identificado los diferentes canales de comunicación de las quejas, reclamaciones o sugerencias y su jerarquización dentro de la organización.
- d) Se ha valorado la importancia de las quejas, reclamaciones y sugerencias como elemento de mejora continua.
- e) Se han establecido las fases a seguir en la gestión de quejas y reclamaciones para conseguir la satisfacción de la clientela dentro de su ámbito de competencia.
- f) Se ha cumplido la normativa legal vigente en materia de reclamaciones de la clientela en establecimientos de empresas turísticas.
- g) Se han diseñado los puntos clave que debe contener un manual corporativo de atención a la clientela y gestión de quejas y reclamaciones.

6. Mantiene actitudes de correcta atención a la clientela analizando la importancia de superar las expectativas de la clientela con relación al trato recibido.

Criterios de evaluación:

- a) Se han analizado las expectativas de los diferentes tipos de clientela.
- b) Se ha conseguido una actitud de empatía.
- c) Se ha valorado la importancia de una actitud de simpatía.
- d) Se ha valorado en todo momento una actitud de respeto hacia la clientela, superiores o superiores y compañeros o compañeras.
- e) Se ha conseguido alcanzar una actitud profesional.
- f) Se ha seguido una actitud de discreción.
- g) Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa.

c) Contenidos básicos:

1. APLICACIÓN DEL PROTOCOLO INSTITUCIONAL	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Organización de personas invitadas. - Proyección de actos protocolarios. - Análisis de las diferentes normativas protocolarias de las Comunidades Autónomas y del Estado. - Diseño de invitaciones para actos protocolarios. - Ordenación de banderas en los actos protocolarios.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Protocolo institucional. - Tipos de presidencias. - Sistemas de organización de personas invitadas. - Normativas protocolarias del Estado y de las Comunidades Autónomas.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Interés por la normativa en materia de protocolo y precedencias oficiales del Estado y de las Comunidades Autónomas. - Respeto por las normas protocolarias en la organización de actos.

2. APLICACIÓN DEL PROTOCOLO EMPRESARIAL
--

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación del público objetivo y adecuación del acto. - Elaboración del programa y cronograma del acto a organizar. - Elaboración del manual protocolario y de comunicación de una empresa. - Elaboración de presupuestos económicos para actos de protocolo.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Tipos y objetivos de los actos protocolarios empresariales. - Manual protocolario y de comunicación de una empresa. - Procedimientos de los actos protocolarios y empresariales. - Tipos de documentación en programas protocolarios.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Iniciativa en la elaboración de los programas y cronogramas de los actos a organizar. - Colaboración en los trabajos de grupo de preparación de actos protocolarios. - Rigor en la aplicación de las normas en actos protocolarios.

3. APLICACIÓN DE LOS FUNDAMENTOS Y LOS ELEMENTOS DE LAS RR.PP. EN EL ÁMBITO TURÍSTICO

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicación y valoración de las RR.PP. en el ámbito turístico empresarial e institucional. - Análisis de los componentes de la imagen corporativa y las clases de imagen. - Análisis de la imagen del turismo nacional y de las Comunidades Autónomas. - Valoración de los factores de riesgo en la imagen.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Los elementos de identidad: marcas, logotipos y manuales corporativos. - Componentes de la imagen corporativa. - Recursos de las RR.PP. - Concepto de identidad e imagen corporativa e institucional. - Tipos de imagen corporativa real y proyectada.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Cuidado de la imagen personal y la expresión corporal. - Interés por las habilidades sociales. - Respeto por los factores de riesgo que inciden en la imagen.

4. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN A LA CLIENTELA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de los objetivos de la atención a la clientela. - Identificación y manejo de las técnicas de expresión oral y escrita. - Análisis del proceso de comunicación en la empresa y fuera de la empresa. - Identificación y análisis de los recursos de las RR.PP. aplicadas en la comunicación en el sector turístico. - Utilización de modalidades de atención a la clientela: aspecto lingüístico, lugar de acogida, imagen personal. - Utilización de técnicas diversas de comunicación con la clientela.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Canales de comunicación. - Tipos de clientela, contacto directo y no directo. - Modalidades de atención a la clientela.



	<ul style="list-style-type: none"> - Concepto de comunicación verbal y no verbal. - Tipos de recursos de las RR.PP. en la relación con la clientela. Técnicas de dinamización grupal.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Colaboración en actividades de comunicación grupal. - Interés por prestar una correcta atención a la clientela. - Iniciativa en el desarrollo de técnicas de mejora en la comunicación personal.

5. GESTIÓN DE QUEJAS, RECLAMACIONES Y SUGERENCIAS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación y diferenciación entra queja, sugerencia, reclamación y reclamación formal. - Selección de los principales motivos de queja de la clientela de las empresas de hostelería y turismo. - Valoración de la importancia de las quejas, reclamaciones y sugerencias como elemento de mejora continua. - Análisis de la normativa legal vigente en materia de reclamaciones de la clientela. - Elaboración de un manual corporativo de atención a la clientela y gestión de quejas y reclamaciones. - Confección de documentos de recogida de información de quejas y sugerencias para empresas de hostelería.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Concepto de queja, reclamación, reclamación formal y sugerencia. - Formas de recogida de quejas de la clientela en empresas de hostelería y turismo. - Fases en la gestión de quejas y reclamaciones. - Normativa legal vigente en materias de reclamaciones de la clientela. Normas autonómicas, nacionales y europeas. - Sistemas de reclamaciones de la clientela, hojas de reclamaciones y arbitraje de consumo. - Tipos de sistemas de recogida de información de quejas y sugerencias, hojas de reclamaciones, de opiniones y encuestas de satisfacción de la clientela.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Interés por las técnicas de obtención de datos y opiniones de la clientela como fuente de recogida de información. - Actitud permanente de observación de la clientela como origen de la obtención de información de su opinión en relación al servicio en las empresas de hostelería y turismo. - Respeto por las opiniones de la clientela sobre el servicio en hostelería y rigor a la hora de analizar la información recogida de la clientela.

6. ACTITUDES DE ATENCIÓN A LA CLIENTELA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de la importancia de la profesionalidad en el servicio y el trato a la clientela en hostelería. - Valoración de la importancia de la discreción dentro del ámbito laboral. - Valoración de la importancia de las actitudes de atención a la clientela en la imagen corporativa de la empresa. - Aplicación de técnicas de empatía y simpatía en las relaciones con la clientela.
------------------------	--

conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Normas básicas de atención a la clientela. - Técnicas de empatía y simpatía en las relaciones con la clientela. - Características básicas de una actitud profesional en el servicio de empresas de hostelería y turismo.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Interés por las técnicas de atención y servicio a la clientela en empresas de hostelería. - Respeto hacia la clientela, superiores o superiores, personal dependiente y compañeros o compañeras. - Sensibilización sobre búsqueda de una actitud profesional en el servicio.

d) Orientaciones metodológicas

Para la organización y desarrollo del proceso de enseñanza aprendizaje de este módulo se sugieren las siguientes recomendaciones:

1) Secuenciación

Este módulo tiene como finalidad el conocimiento y desarrollo de técnicas de protocolo en actos públicos, así como la aplicación de las relaciones públicas en la imagen de las empresas y en la comunicación con la clientela.

Sería conveniente comenzar analizando el concepto de relaciones públicas, la imagen de las empresas y los elementos por los que se transmite esa imagen corporativa. A continuación se trabajarán las técnicas de comunicación con la clientela, según tipo de clientela, modalidades de atención y normas básicas de relación con la clientela.

Se prestará una especial atención a la gestión de las quejas, reclamaciones y sugerencias de la clientela, con un conocimiento y análisis de la normativa aplicable en estos casos.

Se utilizará finalmente el protocolo correspondiente en actos empresariales e institucionales, conociendo y analizando la normativa aplicable en estos casos.

Siguiendo el siguiente itinerario de secuenciación:

- Las Relaciones Públicas y su aplicación en el ámbito de las empresas del sector turístico:
 - Técnicas de comunicación y actitud ante la clientela en agencias de viajes y empresas organizadoras de eventos.
 - Gestión de quejas, reclamaciones y sugerencias en agencias de viajes y empresas organizadoras de eventos.
- El protocolo y su aplicación en actos empresariales e institucionales.

2) Aspectos metodológicos

Este módulo está orientado al análisis y aplicación de las técnicas de las Relaciones Públicas y del protocolo en el ámbito de las agencias de viajes y empresas organizadoras de eventos

Sería conveniente comenzar desarrollando por parte del profesorado un planteamiento de los conceptos básicos que componen las Relaciones Públicas, la atención a la clientela y el protocolo que permita delimitar los elementos a manejar y los objetivos de estas técnicas de comunicación con la clientela.



Es importante el enfoque práctico en el desarrollo del módulo, con el análisis de situaciones reales que clarifiquen y concreten los objetivos y la aplicación de estas técnicas:

- En materias de RRPP, elementos de identidad corporativa, marcas, logotipos, manuales de comunicación.
- En materias de comunicación con la clientela, actitudes profesionales de servicio y atención en caso de quejas y reclamaciones.
- En materias de organización de actos protocolarios.

Las actividades relacionadas con estas materias deberán ser grupales con presentación de casos concretos y análisis de sus resoluciones.

Es importante en estos temas el fomentar la iniciativa personal de los alumnos y las alumnas en la creación y diseño de elementos de imagen de empresa y actos protocolarios.

Es importante adiestrar a los alumnos y las alumnas en el desarrollo profesional de la atención al cliente, en la mejora de sus formas de comunicación verbal y no verbal, en el concepto de servicio a la clientela, y en la discreción profesional.

En la medida que sea posible, puede ser un recurso interesante acudir a actos que se organicen en hoteles e instituciones públicas para observar y analizar la aplicación de técnicas protocolarias en situaciones reales concretas.

Es recomendable que trabajadores de agencias de viajes y empresas organizadoras de eventos den charlas en las que expongan situaciones reales de reclamaciones y quejas, para que los alumnos y las alumnas conozcan y analicen las decisiones tomadas en cada caso.

Es conveniente la utilización de información visual, películas, grabaciones, que traten temas de protocolo y de atención a la clientela, que sirvan de discusión y trabajo grupal.

3) Actividades significativas y aspectos críticos de la evaluación

- ✓ Aplicación de las Relaciones Públicas:
 - Análisis de técnicas de imagen en agencias de viajes y empresas organizadoras de eventos.
 - Análisis de elementos de identidad en agencias de viajes y empresas organizadoras de eventos..
- Valoración de factores de riesgo en la imagen corporativa.
- ✓ Aplicación de técnicas de comunicación y atención a la clientela:
 - Manejo de técnicas de expresión oral y escrita.
 - Manejo de técnicas de comunicación no verbal.
- ✓ Gestión de quejas y reclamaciones:
 - Utilización de sistemas de recogida de quejas.
 - Diseño de métodos de gestión de quejas.
- ✓ Aplicación de técnicas de protocolo:
 - Preparación de actos protocolarios.
 - Organización de banderas en actos protocolarios.
 - Colocación de invitados en actos protocolarios.
 - Utilización del lenguaje, saludos y tipos de personalidades en actos protocolarios.

Módulo Profesional **3** MARKETING TURÍSTICO

a) Presentación

Módulo profesional:	Marketing turístico
Código:	0173
Ciclo formativo:	Agencias de Viaje y Gestión de Eventos
Grado:	Superior
Familia Profesional:	Hostelería y Turismo
Duración:	132 horas
Curso:	1º
Nº de Créditos:	10
Especialidad del profesorado:	Hostelería y Turismo (Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria)
Tipo de módulo:	Asociado a la unidad de competencia: UC1074_3: Gestionar información turística.
Objetivos generales:	1 2 3 4 5 14

b) Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Caracteriza el marketing turístico reconociendo los elementos básicos que lo componen.

Criterios de evaluación:

- Se ha justificado la importancia del marketing en el sector turístico.
- Se han diferenciado las peculiaridades del marketing de servicios en general y las propias del marketing turístico.
- Se han descrito los conceptos, definiciones e instrumentos básicos del marketing turístico.
- Se han diferenciado las etapas y la evolución del marketing.
- Se ha valorado la importancia de los distintos instrumentos del marketing.
- Se han definido los factores y criterios eficaces para orientar al marketing hacia la persona consumidora.
- Se han comparado las diferentes estructuras y enfoques de dirección de marketing.
- Se ha identificado la necesidad del marketing en la función comercial de la empresa turística.
- Se han analizado las tendencias del marketing en Turismo.

2. Interpreta la segmentación del mercado y el posicionamiento del producto-servicio reconociendo datos cuantitativos y cualitativos.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha conceptualizado y clasificado la segmentación de mercado.
- b) Se han analizado las variables de segmentación más utilizadas en turismo.
- c) Se han definido los requisitos para que la segmentación sea efectiva.
- d) Se ha reconocido la importancia de la segmentación para el diseño de la estrategia comercial de las empresas turísticas.
- e) Se han identificado y valorado los diferentes segmentos de mercado y su atractivo en función del producto-servicio.
- f) Se han definido las estrategias de cobertura de segmentos de mercado.
- g) Se ha identificado el posicionamiento del producto en el mercado.
- h) Se han valorado los instrumentos comerciales y su compatibilidad con los diferentes segmentos de mercado.

3. Identifica los elementos del marketing-mix reconociendo su aplicación en el sector turístico.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los elementos del marketing-mix.
- b) Se han identificado las etapas del ciclo de vida de un producto y su relación con la toma de decisiones estratégicas.
- c) Se han analizado los elementos y niveles del producto, así como la aplicación de un sistema de "servucción".
- d) Se han caracterizado las distintas políticas de marcas en el sector turístico y se ha valorado la importancia de diferenciar el producto.
- e) Se ha valorado la importancia del precio y sus condicionantes como instrumento comercial en las empresas turísticas.
- f) Se han calculado los precios mediante la fijación de métodos de precios idóneos para el sector turístico.
- g) Se ha reconocido la importancia de la publicidad, las RR.PP., promoción de ventas y merchandising en el sector turístico.
- h) Se ha valorado la función de las ferias turísticas y otros encuentros profesionales como instrumentos de marketing estableciendo la diferencia con otras estrategias promocionales.
- i) Se han identificado los canales de distribución/comercialización directa e indirecta en el sector turístico.
- j) Se ha reconocido la importancia de los sistemas de distribución global y su impacto en la industria turística.

4. Aplica las nuevas tecnologías en el marketing turístico analizando sus aplicaciones y oportunidades en el desarrollo de políticas de dicho marketing.

Criterios de evaluación:

- a) Se han caracterizado las nuevas tecnologías y su utilización.
- b) Se han identificado las aplicaciones de las nuevas tecnologías en marketing.
- c) Se ha valorado la utilización de la Red para comercializar productos/servicios turísticos.
- d) Se han utilizado las aplicaciones ofimáticas de base de datos.
- e) Se ha reconocido la aplicación de una base de datos para la investigación comercial y para crear una ventaja competitiva.
- f) Se han determinado los factores que influyen en el marketing directo.
- g) Se han establecido las pautas para el desarrollo de una estrategia de marketing directo combinado.

5. Caracteriza el plan de marketing relacionándolo con los diversos tipos de empresa y productos/servicios.

Criterios de evaluación:

- a) Se han descrito los elementos básicos que conforman el plan de marketing.
- b) Se ha valorado la importancia de un plan de marketing en una empresa turística.
- c) Se ha realizado el análisis de otros planes empresariales e institucionales relacionados con el plan de marketing.
- d) Se han identificado los principales factores del entorno con incidencia en el plan de marketing.
- e) Se ha analizado la competencia y el potencial de mercado.
- f) Se ha realizado el plan de acción, con sus estrategias y tácticas.
- g) Se han definido los recursos necesarios para establecer las estrategias propuestas y para la consecución de los objetivos del plan de marketing.
- h) Se ha realizado el control de cumplimiento y calidad del plan de marketing con las técnicas adquiridas.
- i) Se ha realizado la presentación del plan de marketing con las pautas establecidas y ante los responsables implicados.
- j) Se han valorado las implicaciones ambientales de la implementación de un plan de marketing propuesto.

6. Reconoce el proceso de decisión de compra de las personas consumidoras analizando sus motivaciones y necesidades.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las necesidades y motivaciones de las personas consumidoras de productos/servicios turísticos.
- b) Se han identificado las fases del proceso de decisión de compra en la persona consumidora.
- c) Se han caracterizado los agentes implicados en el proceso de decisión de compra.
- d) Se ha analizado el impacto psicosocial del marketing, la publicidad y las relaciones públicas y su incidencia en el proceso de compra.
- e) Se han caracterizado los puntos clave en el proceso de postcompra y oportunidades de fidelización.
- f) Se han descrito y valorado la percepción y satisfacción de las personas consumidoras mediante los procesos de control de calidad.

7. Caracteriza los criterios del “consumerismo” relacionándolos con sociedad, marketing y ética.

Criterios de evaluación:

- a) Se han caracterizado las peculiaridades de las economías de mercado y sus críticas.
- b) Se han identificado el origen del consumerismo, así como su evolución en España.
- c) Se han realizado estudios para analizar la reacción de las empresas ante esta situación.
- d) Se ha determinado la respuesta de las empresas y de la sociedad y se establecen unos principios éticos.
- e) Se ha identificado la normativa que protege a la persona consumidora en la U.E. y en España.
- f) Se han analizado los derechos y deberes de personas consumidoras.



c) Contenidos básicos:

1. CARACTERIZACIÓN DEL MARKETING TURÍSTICO	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Justificación de la importancia del marketing en el sector turístico. - Aplicación del marketing al sector de la hostelería y el turismo. - Análisis de la evolución de la función del marketing: orientación hacia la persona consumidora. - Identificación de las diferencias entre productos tangibles y servicios-productos turísticos. - Descripción de los cambios recientes y tendencias futuras en la Dirección de Marketing.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Marketing. Concepto y terminología básica. - Marketing turístico. Concepto e instrumentos básicos. - Los productos tangibles. Definición y características. - Los servicios y productos turísticos. Definición y características.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Interés por las nuevas tendencias en el marketing turístico.
2. INTERPRETACIÓN DE LA SEGMENTACIÓN DE MERCADOS TURÍSTICOS	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de las variables de segmentación más utilizadas en turismo. - Aplicación de la segmentación al diseño de la estrategia comercial de las empresas turísticas. - Análisis de los instrumentos comerciales y su compatibilidad con los distintos segmentos. - Identificación del posicionamiento del producto-servicio utilizando mapas perceptuales.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Segmentación de mercados: concepto y utilidad. - Requisitos para que la segmentación sea efectiva. - Tipos de estrategias de marketing de cobertura del mercado, de los distintos segmentos. - Posicionamiento en el mercado: concepto. Estrategias. Métodos o tipos de posicionamiento.
actitudinales	
3. IDENTIFICACIÓN DEL MARKETING-MIX Y SUS ELEMENTOS	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis del ciclo de vida del producto y de los destinos turísticos. - Análisis del desarrollo y lanzamiento de los nuevos productos turísticos. - Análisis de las políticas de marcas en el sector turístico detectando estrategias para diferenciar el producto. - Análisis de los sistemas de distribución global y de su impacto en la industria turística. - Diseño y elaboración de materiales de comunicación. - Comparación de las ferias turísticas y otros con otras estrategias promocionales. - Aplicación de las estrategias del mix.

conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Marketing-mix: concepto y elementos. - El producto-servicio. Tipos de productos turísticos y clasificación de los elementos que los componen. - La “servucción”. - El precio. Objetivos y estrategias de la política de precios. Métodos de fijación de precios. Importancia del precio como instrumento comercial. - La distribución-comercialización. Canales directos e indirectos en el sector turístico. - La comunicación: la publicidad, las RR.PP., las promociones de ventas, el Merchandising, las Ferias Turísticas, Work-Shops, Fam-Trips y otros.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Respeto hacia el medio ambiente tanto en el diseño de productos como en el de materiales de comunicación.

4. ANÁLISIS DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS AL MARKETING TURÍSTICO

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Manejo de bases de datos. - Identificación de los objetivos generales del desarrollo de una base de datos de marketing. - Identificación de materiales de soporte y de desarrollo de políticas de marketing directo. - Análisis de la repercusión de las nuevas tecnologías en la comercialización y comunicación de productos/servicios turísticos. - Desarrollo de técnicas de marketing directo en turismo en relación con las nuevas tecnologías. - Desarrollo de estrategias de marketing directo combinado.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Nuevas tecnologías: definición y aplicaciones. - Marketing directo: concepto, factores que influyen y tipos. - Marketing en Internet: concepto y elementos.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Curiosidad por los avances tecnológicos. - Sensibilidad ante el impacto medioambiental de las nuevas tecnologías.

5. CARACTERIZACIÓN DEL PLAN DE MARKETING

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de la situación externa e interna de una empresa turística: entorno, competencia, mercado, situación interna. - Diagnóstico de la situación. Análisis DAFO. - Definición de los objetivos según el resultado del análisis DAFO. - Diseño de las estrategias necesarias para alcanzar los objetivos. - Descripción de las acciones concretas para llevar a cabo las estrategias, estableciendo un presupuesto para las mismas. - Presentación y promoción del plan. - Diseño de un sistema de seguimiento y control del plan de marketing.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Plan de marketing. Concepto y finalidad. - Etapas de un plan de marketing. - Relación entre el plan de marketing y otros planes empresariales e institucionales. - Auditoría ambiental del plan.



actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Objetividad en el análisis de la situación. - Rigor en el diagnóstico. - Responsabilidad en el control. - Valoración de la importancia de la veracidad de los resultados. - Sensibilidad hacia la protección ambiental en la implementación del plan de marketing propuesto.
----------------------	--

6. INTERPRETACIÓN DEL PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA EN LA PERSONA CONSUMIDORA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de las necesidades y motivaciones de las personas consumidoras de productos/servicios turísticos. - Observación de los agentes implicados en el proceso de decisión de compra. - Análisis de la incidencia del Marketing en el proceso de compra. - Identificación de nuevas personas consumidoras en el sector turístico. Tendencias de consumo. - Utilización de herramientas de control de la calidad y la satisfacción de la clientela. Implementación en empresas del sector turístico.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Fases del proceso de decisión de compra. - Acciones de post-compra y fidelización.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Respeto hacia las ideas, necesidades y motivaciones de los demás

7. CARACTERIZACIÓN DE LOS CRITERIOS DE CONSUMISMO

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de la reacción y respuesta de la empresa ante el movimiento social llamado “consumerismo”. - Análisis e interpretación de la normativa que regula la persona consumidora y sus derechos en la U.E. y en España: legislación genérica y específica. - Identificación de los derechos y deberes de las personas consumidoras.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Economías de mercado: concepto y críticas. - El consumerismo: concepto y evolución en España.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de la importancia de la existencia de leyes que regulen los derechos y deberes de las personas en distintos ámbitos.

d) Orientaciones metodológicas

Para la organización y desarrollo del proceso de enseñanza aprendizaje de este módulo se sugieren las siguientes recomendaciones:

1) Secuenciación

Podemos diferenciar en este módulo tres apartados: la parte del marketing, la parte de las nuevas tecnologías y la parte dedicada a la persona consumidora.

Es conveniente iniciar el módulo con la definición de marketing y la justificación de su existencia. De este modo el alumnado podrá entender mejor el concepto de “marketing turístico” que es el que nos ocupa. Para ello, es importante hacer hincapié en las diferencias entre productos tangibles y servicios.

Partiendo de que la base del marketing es satisfacer necesidades de las personas consumidoras se explicará la importancia de la segmentación de mercados, unida al concepto de posicionamiento.

El Marketing-Mix ocupará gran parte de las horas destinadas a este módulo ya que se verán cada una de las 4 p-s por separado. Una vez se tenga una visión global del mix se afrontará el tema del Plan de Marketing.

Las nuevas tecnologías se pueden ver conjuntamente al desarrollar los temas de Marketing-Mix, con la distribución y comunicación, y también junto con el Plan de Marketing, en todo lo relacionado con la investigación de mercados.

En cuanto a los contenidos del proceso de decisión de compra de la persona consumidora es conveniente que se trabajen junto con el tema del Producto dentro del mix, ya que de las tendencias del consumo y de las necesidades y motivaciones de la persona consumidora dependerá el desarrollo de los nuevos productos turísticos.

Para finalizar el módulo quedará pendiente la parte de la legislación y de los derechos y deberes de la persona consumidora.

2) Aspectos metodológicos

Si bien es cierto que para poder afrontar los casos prácticos el alumnado debe tener cierta base de contenidos teóricos, se trata de no centrar la asignatura en el simple análisis de los conceptos sino de poner en práctica lo visto en la teoría. Por lo tanto se combinarán clases teóricas con ejercicios prácticos que consistirán, entre otros, en:

- Lectura e interpretación de artículos sobre distintos aspectos relacionados con el marketing para destacar la importancia del mismo en el momento actual.
- Búsqueda de información en Internet, relacionada con aspectos como tendencias de consumo, legislación genérica o específica sobre derechos de la persona consumidora y demás contenidos teóricos tratados en el aula.

Análisis de la política de Marketing-Mix de casos concretos, por ejemplo:

- Elegir una agencia de viajes o una empresa organizadora de eventos de la ciudad y analizar los elementos principales del producto ofertado así como la calidad de la prestación del servicio.
- Analizar y comparar las distintas estrategias de precios llevadas a cabo por una gran agencia de viajes.
- Analizar el sistema de distribución de un establecimiento concreto.
- Analizar y comparar la estrategia de comunicación realizada por distintos establecimientos similares de la ciudad.

Trabajo de campo: simulación de la creación de una nueva agencia de viajes. Acopio de la documentación necesaria para llevar a cabo todos los trámites necesarios.

Visitar empresas del sector donde se esté ofreciendo nuevos productos/servicios turísticos para sacar conclusiones en cuanto a su estrategia de marketing.

Imaginando que se trabaja en una empresa del sector realizar todo el desarrollo del mix: producto, precio, distribución y comunicación.



Elaborar su propio Plan de Marketing y exponerlo en el aula.

Recoger información en distintos establecimientos sobre servicio postventa y técnicas para detectar el grado de satisfacción de la clientela.

Visitar “oficinas del consumidor” para recoger información acerca de quejas más frecuentes, tratamiento de las mismas y resolución de conflictos (el objetivo es analizar el funcionamiento de los movimientos de defensa de los derechos de la persona consumidora).

El profesor o la profesora dará las pautas a seguir en cada uno de los ejercicios prácticos y realizará un seguimiento continuado de los mismos; apoyando y asesorando a cada alumno o alumna, ya sea en los trabajos individuales como en los trabajos de grupo.

3) Actividades significativas y aspectos críticos de la evaluación

De entre todas las actividades que se pueden realizar en este módulo cabe destacar las siguientes como necesarias para alcanzar tanto los objetivos del módulo como las competencias asociadas al mismo.

- ✓ Caso práctico de Investigación de Mercados. Cada alumno o alumna realizará un estudio sobre la viabilidad de implantar una nueva agencia de viajes en su ciudad.
- ✓ A lo largo del curso cada alumno o alumna irá trabajando sobre ese mismo proyecto de “Nueva Agencia de Viajes en su ciudad”:
- ✓ Diseño del producto, política de precios, canales de distribución y estrategias de comunicación.

Así se trabajará cada una de las 4 p-s dentro del Plan de Marketing-Mix.

- ✓ PRODUCTO: segmentación del mercado, diseño del producto base así como de los servicios complementarios, investigación de mercados para ver su viabilidad.
- ✓ PRECIO: decisiones sobre precios, análisis de la competencia, medios de pago, descuentos.
- ✓ DISTRIBUCIÓN: elección de canales de distribución, aplicación de nuevas tecnologías a la distribución-comercialización.
- ✓ COMUNICACIÓN: diseñar el mix de comunicación: publicidad, RR.PP., merchandising, soportes publicitarios, diseño de campañas y folletos.

Módulo Profesional 4

DESTINOS TURÍSTICOS

a) Presentación

Módulo profesional:	Destinos turísticos
Código:	0383
Ciclo formativo:	Agencias de Viaje y Gestión de Eventos
Grado:	Superior
Familia Profesional:	Hostelería y Turismo
Duración:	165 horas
Curso:	1º
Nº de Créditos:	12
Especialidad del profesorado:	Hostelería y Turismo (Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria)
Tipo de módulo:	Asociado al perfil profesional del título
Objetivos generales:	1 2 3 6 11

b) Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Identifica la geografía turística de España, distinguiendo su división administrativa y los aspectos más relevantes de su relieve, hidrografía y clima.

Criterios de evaluación:

- Se ha identificado el concepto de geografía turística y su importancia para el conocimiento integral de los destinos.
- Se ha identificado la organización territorial y administrativa de España, distinguiendo las comunidades autónomas, provincias y comarcas más representativas y los municipios turísticos más relevantes, ubicándolos en el espacio geográfico.
- Se han identificado y descrito las principales características, unidades físicas y accidentes geográficos del relieve de España.
- Se han identificado los principales elementos característicos de la hidrografía y el litoral.
- Se han identificado y descrito los paisajes característicos y la vegetación autóctona, así como los principales espacios naturales protegidos.
- Se han identificado y descrito las características generales del clima de España.
- Se ha analizado la distribución de la población en el conjunto del Estado español.
- Se han identificado los principales elementos característicos de las diferentes culturas y pueblos de España.



- i) Se ha valorado la pluralidad de lenguas, culturas, costumbres, ritos y creencias de las comunidades autónomas españolas.
- j) Se han identificado los materiales y fuentes para el estudio de los destinos turísticos.

2. Identifica los principales elementos de la geografía turística de Europa y del resto del mundo reconociendo la división política de los continentes y sus Estados, el relieve, la hidrografía y el clima.

Criterios de evaluación:

- a) Se han descrito las funciones de la Organización Mundial del Turismo, (OMT), en el contexto de la división territorial de los países en regiones y subregiones.
- b) Se han identificado las regiones y subregiones turísticas de la OMT, ubicándolas en el espacio geográfico.
- c) Se ha analizado la organización política y territorial de Europa.
- d) Se ha identificado las principales unidades físicas de Europa.
- e) Se han distinguido los países comunitarios y los no comunitarios, así como los territorios dependientes de dentro y fuera de Europa, ubicándoles en el espacio geográfico.
- f) Se han descrito los elementos y características más relevantes y representativos del relieve, la hidrografía y el litoral europeos.
- g) Se han descrito las unidades físicas, paisajes y vegetación más relevantes; así como los principales espacios naturales protegidos y las características generales del clima europeo.
- h) Se han analizado las características más sobresalientes de las diferentes culturas y pueblos de Europa.
- i) Se ha valorado la pluralidad de lenguas, culturas, costumbres, ritos y creencias de los diferentes Estados de Europa.
- j) Se han descrito las características más relevantes de relieve, hidrografía, vegetación, clima y diversidad cultural del resto de regiones y subregiones del mundo.

3. Identifica los principales destinos turísticos de España describiendo y valorando sus recursos y oferta turística.

Criterios de evaluación:

- a) Se han ubicado destinos turísticos en su espacio geográfico.
- b) Se han caracterizado los diferentes destinos turísticos españoles atendiendo a su especialización turística.
- c) Se ha reconocido la oferta turística más relevante en cada tipología de destinos.
- d) Se han identificado los recursos culturales, naturales y de otro tipo en los diferentes destinos.
- e) Se han seleccionado los destinos más relevantes atendiendo a diversos factores: comercial, por tendencia o promocional.
- f) Se ha identificado la coincidencia de tipologías turísticas en un mismo destino.
- g) Se han utilizado diversas fuentes de información.

4. Identifica los principales destinos turísticos de Europa y del resto del mundo, describiendo y valorando sus recursos y oferta turística.

Criterios de evaluación:

- a) Se han ubicado los principales destinos turísticos internacionales en su espacio geográfico.
- b) Se han caracterizado los diferentes destinos turísticos internacionales atendiendo a su especialización turística.
- c) Se ha reconocido la oferta turística más relevante en cada tipología de destinos internacionales.
- d) Se han identificado los recursos culturales, naturales y de otro tipo en los diferentes destinos internacionales
- e) Se han seleccionado los destinos más relevantes atendiendo a diversos factores: comercial, por tendencia o promocional.
- f) Se ha identificado la coincidencia de tipologías turísticas en un mismo destino.
- g) Se han utilizado diversas fuentes de información .

c) Contenidos básicos:

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GEOGRAFÍA TURÍSTICA DE ESPAÑA	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de las distintas formas territoriales del Estado. - Elaboración de mapas (mudos, políticos, físicos, de flujos) que identifiquen la geografía turística de España. - Elaboración de pirámides de población en función de la organización territorial en España - Utilización de software aplicado a geografía general.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Concepto de Geografía: física, política y social, humana, etnológica, económica. - Geografía y Turismo: Geografía turística y Geografía del Turismo. - Identificación de la geografía turística de España. Organización territorial y administrativa. Concepto de Autonomía, territorio histórico, región, provincia, comarca y municipio. Características. Unidades físicas: - El estado de la autonomías: <ul style="list-style-type: none"> • Las Comunidades Autónomas del litoral: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Costa cantábrico-mediterránea. ▪ Costa mediterránea-atlántica. ▪ Las islas. • Las Comunidades Autónomas del interior: <ul style="list-style-type: none"> ▪ El valle del Ebro. ▪ Las mesetas. • El espacio administrativo y el turístico. • Los factores naturales: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Marco geográfico, relieve y el turismo. ▪ El clima y el turismo. ▪ La hidrografía y el turismo. ▪ Paisaje, fauna y vegetación. ▪ Espacios protegidos: parques nacionales y naturales. • Los factores culturales: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Espacios monumentales y museísticos, Artesanía, Fiestas y folclore, Gastronomía. • Los factores técnicos: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Red de establecimientos hoteleros y de acogida. • Infraestructuras viarias: transporte marítimo, ferroviario, por carretera. El transporte aéreo como valor turístico.



	<ul style="list-style-type: none"> - Demografía española: distribución de la población. Pirámides de población española. - Aplicaciones informáticas y otras fuentes para el estudio de la geografía turística: <ul style="list-style-type: none"> • GDS como sistema de información aplicado a distintos destinos (no de venta).
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Respeto por las diferentes creencias, lenguas y elementos diferenciales de las distintas comunidades autónomas. - Valoración de la pluralidad de lenguas, culturas, costumbres, ritos y creencias de las comunidades autónomas españolas.

2. IDENTIFICACIÓN DE LA GEOGRAFÍA TURÍSTICA DE EUROPA Y DEL RESTO DEL MUNDO

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Localización geográfica de las regiones y subregiones turísticas de la OMT. - Análisis de las unidades físicas y la organización política de Europa. - Identificación de los países comunitarios y los no comunitarios. - Caracterización del relieve, la hidrografía y el litoral europeos así como los principales espacios naturales protegidos y las características generales del clima europeo. - Caracterización del relieve, la hidrografía, el litoral, así como los principales espacios naturales protegidos y las características generales del clima de los países del resto del mundo (excepto Europa).
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - La organización internacional del turismo. La OMT. Concepto y funciones. Regiones y subregiones. - Identificación de la geografía turística de Europa: organización política y territorial, países comunitarios y no comunitarios. Unidades físicas europeas: <ul style="list-style-type: none"> • Los factores naturales. • Los factores culturales. • Los factores técnicos. - Diversidad cultural europea: culturas, pueblos, lenguas. - EUROPA: características turísticas generales: <ul style="list-style-type: none"> • Europa occidental y países mediterráneos. • Europa del este y la CEI. - Geografía turística del resto del mundo: rasgos distintivos del relieve, hidrografía, vegetación, clima y diversidad cultural de las regiones y subregiones OMT: <ul style="list-style-type: none"> • ORIENTE PROXIMO Y NORTE DE AFRICA. • AMERICA: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Estados Unidos y Canadá. ▪ México, Centroamérica. ▪ América del sur. • ASIA: <ul style="list-style-type: none"> ▪ El sur de Asia. ▪ El suroeste asiático. ▪ El noroeste asiático. • AFRICA. • AUSTRALIA Y NUEVA ZELANDA. • ISLAS Y ARCHIPIELAGOS: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pacífico. ▪ Índico.

actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de la pluralidad de lenguas, culturas, costumbres, ritos y creencias de los diferentes Estados Europeos. - Respeto por las diferentes razas, creencias y elementos diferenciadores de los distintos países del mundo.
----------------------	---

3. IDENTIFICACIÓN DE LOS PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS DE ESPAÑA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Ubicación de destinos turísticos en su espacio geográfico. - Caracterización de los diferentes destinos turísticos españoles atendiendo a su especialización turística. - Identificación de la oferta turística más relevante en cada tipología de destinos. - Identificación de los recursos culturales, naturales y de otro tipo en los diferentes destinos. - Selección de los destinos más relevantes atendiendo a diversos factores: comercial, por tendencia o promocional. - Tipificación de coincidencia de tipologías turísticas en un mismo destino. - Utilización de diversas fuentes de información.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Destinos españoles de sol y playa. Centros turísticos litorales peninsulares e islas. - Destinos culturales españoles. Rutas culturales. - Destinos urbanos españoles. - Destinos rurales y de naturaleza españoles. - Destinos españoles de espacios lúdicos y de ocio. - Destinos deportivos (golf, esquí, náutico, ecuestre, aventura y nieve) y de salud y belleza. - Destinos gastronómicos. Rutas gastronómicas. Ecoturismo. - Grandes eventos en los destinos.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de la pluralidad de lenguas, culturas, costumbres, ritos y creencias de los diferentes destinos nacionales.

4. IDENTIFICACIÓN DE LOS PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS DE EUROPA Y DEL RESTO DEL MUNDO

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Ubicación de los principales destinos turísticos internacionales en su espacio geográfico. - Caracterización de los principales destinos turísticos internacionales atendiendo a su especialización turística. - Identificación la oferta turística más relevante en cada tipología de destinos internacionales. - Identificación de los recursos culturales, naturales y de otro tipo en los diferentes destinos internacionales. - Selección de los destinos internacionales más relevantes atendiendo a diversos factores: comercial, por tendencia o promocional. - Tipificación de coincidencia de tipologías turísticas en un mismo destino internacional. - Utilización de diversas fuentes de información.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Destinos de sol y playa. Centros turísticos litorales, islas y archipiélagos. - Destinos culturales. Rutas culturales.



	<ul style="list-style-type: none">- Destinos urbanos. La oferta turística en las ciudades.- Destinos rurales y de naturaleza.- Destinos de espacios lúdicos y de ocio.- Destinos deportivos (golf, esquí, náutico, ecuestre, aventura y nieve) y de salud y belleza.- Grandes eventos en los destinos internacionales.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none">- Valoración de la pluralidad de lenguas, culturas, costumbres, ritos y creencias de los diferentes destinos internacionales.

d) Orientaciones metodológicas

Para la organización y desarrollo del proceso de enseñanza aprendizaje de este módulo se sugieren las siguientes recomendaciones:

1) Secuenciación

La secuenciación que se plantea para conseguir la asimilación de contenidos de los 4 bloques de contenidos del módulo, es:

Elegir un destino inicial base como la ciudad o la comunidad autónoma propia, por proximidad y por considerar que es sobre la que mas información se posee. A continuación, analizar aspectos como los que se exponen:

- ✓ Analizar factores como:
 - Organización territorial del destino, marco geográfico, relieve, clima, hidrografía, paisaje, demografía, espacios protegidos y cualquier otro que sea relevante en función del destino.
 - Características, localización y otros aspectos sobre museos, artesanía, monumentos, folclore o gastronomía.
 - Infraestructuras turísticas del destino, como establecimientos de acogida, infraestructuras viarias y ferroviarias, puertos, aeropuertos y cualquier otra que sea significativa.
- ✓ Analizar clases de turismo del destino, teniendo en cuenta las siguientes categorías:
 - Destinos de sol y playa.
 - Destinos culturales.
 - Destinos urbanos.
 - Destinos rurales.
 - Destinos relacionados con el deporte, la salud y la belleza.
 - Destinos lúdicos y de ocio.

Una vez finalizado el Destino de su comunidad, aplicar el mismo procedimiento a comunidades autónomas limítrofes par terminar con las mas lejanas geográficamente hasta completar los Destinos de España.

Posteriormente aplicaríamos el mismo procedimiento a los principales destinos turísticos de Europa, profundizando o soslayando aquellos destinos en función de su importancia turística.

Finalizamos con los destinos turísticos del resto del mundo, seleccionando aquellos que ofrezcan características turísticas relevantes.

Podríamos resumir el recorrido en: destinos locales, regionales o autonómicos, nacionales, europeos y resto del mundo.

2) Aspectos metodológicos

Es un módulo que recoge información sobre destinos a nivel global para informar y asesorar a los turistas en sus visitas y viajes. Un primer problema que plantea, como consecuencia de su globalidad, es el nivel de profundización que el profesor o la profesora deberá elegir en cada destino; cuales analizar someramente o cuales soslayar.

Se recomienda comenzar con explicaciones teóricas sobre el destino elegido, describiendo las características turísticas más relevantes. Recopilar información sobre el destino utilizando todos los materiales y fuentes de información de que se disponga. Clasificar, ordenar y filtrar dicha información y plasmarla en algún tipo de formulario, folleto, o documento resumen que sirva para informar y/o asesorar al turista.

Se valorará el análisis y argumentación de las principales decisiones a tomar por el alumnado, sobre todo en lo relativo a la elaboración, transmisión e información a ofrecer, actitud realista y positiva frente a problemas o errores y la defensa de sus decisiones en grupo. Se prestará cuidado especial a las técnicas de comunicación comercial en la transmisión de la información al turista.

Se realizarán pruebas escritas que midan los conocimientos adquiridos por el alumnado, realizando anotaciones que permitan apreciar los avances y/o problemas del alumnado que posibiliten el asesoramiento del alumno o de la alumna en su proceso de aprendizaje.

El profesor o la profesora intervendrá en un primer momento en la ejecución de los procedimientos necesarios para el análisis del destino seleccionado. Esta intervención ira disminuyendo en la medida que se observe una creciente autonomía en el trabajo del alumnado. Sería deseable que, al finalizar el módulo, el alumnado fuera capaz de forma autónoma, de analizar un destino no estudiado, de tal manera que la información o asesoramiento que diera al turista cumpliera con los objetivos generales del Ciclo.

Se proponen algunos métodos que pueden ser útiles en el desarrollo del modulo:

- Consulta de bibliografía, prensa especializada, publicaciones digitales, libros de viaje, publicaciones de Departamentos de Turismo de Gobiernos (estudios y estadísticas, planes estratégicos).
- Utilización de documentación de las Oficinas de Información de Turismo locales y regionales (folletos turísticos).
- Visitas a destinos locales y regionales. Se sugiere la contratación de un guía (en determinadas visitas) para que el alumnado observe, escuche y valore a un profesional.
- Utilización de Internet como fuente de obtención de información.
- Utilización de guías de viajes, rutas e itinerarios turísticos.
- Utilización de catálogos de Agencias de Viajes, u operadores turísticos, para detectar la relevancia de los destinos. Folletos digitales (bookingfax).
- Utilización de mapas mudos para situar destinos; mapas de flujos de población; mapas físicos, políticos, orográficos, hidrográficos.
- Utilización de mapas de carreteras, guías electrónicas, de ferrocarriles, de líneas aéreas y marítimas, mapa itinerario, de husos horarios, climatológicos y mapas turísticos (donde se reflejen los puntos de interés paisajísticos, monumentales, localizaciones y cualquier otra información útil para el turista).



- Utilización de un GDS como sistema de obtención de información sobre características turísticas de destinos a nivel global.
- Utilización de diapositivas o fotografías sobre los destinos más relevantes para que sean reconocidos por el alumnado.
- Utilización de videos, DVD's o cualquier recurso audiovisual que ayude a asociar las explicaciones teóricas con las imágenes que esta herramienta provee.
- Exposición en clase simulando el rol de informador-grupo de turistas. Utilización de hardware y software adecuado para este tipo de actividades.

3) Actividades significativas y aspectos críticos de la evaluación

- ✓ Análisis de un destino turístico base (por ejemplo, tu ciudad):
 - Situación geográfica y otros aspectos de la ciudad con respecto a la provincia, autonomía, país, continente.
 - Historia, origen, evolución y situación actual del turismo.
 - Examinar y conseguir materiales y fuentes documentales.
 - Obtener un mapa o mapas de la ciudad. Localización de los principales factores turísticos.
 - Información sobre infraestructuras turísticas: aeropuerto (información de vuelos), ferrocarril, alojamientos (cantidad y categoría), carreteras etc.
 - Monumentos turísticos, museos, (relevantes del destino). Realiza un catálogo de fotografías.
 - Maquetación de toda la información (qué información debe conocer el informador). Filtro resumen (qué información se va a dar al turista).
- ✓ Utilización de un procesador de textos y un escáner para elaborar un folleto (apuntes) dándole un formato adecuado. Diseño de un formulario Resumen, donde queden los parámetros más relevantes. Exposición del alumno o de la alumna (simulando el informador o informadora) al grupo (simulando un grupo de turistas) utilizando un cañón proyector (utiliza un software de presentaciones). Cuidar el lenguaje.
- ✓ Aplicación de la misma actividad a destinos de la provincia y Comunidad Autónoma para finalizar con el resto de Autonomías.

En cuanto a destinos Europeos y del resto del mundo, ésta es una relación de países que pudieran ser objeto de análisis:

- EUROPA: características turísticas generales:
 - Europa occidental y países mediterráneos:
 - Países mediterráneos: Portugal, Italia, Grecia y estados insulares (Malta y Chipre). La ex-Yugoslavia (costa dálmata).
 - Países Atlánticos: Francia, Alemania, Benelux e Islas Británicas.
 - Países alpinos: Suiza y Austria.
 - Países nórdicos: Dinamarca, Finlandia, Suecia, Noruega e Islandia.
 - Republicas bálticas: Estonia, Letonia y Lituania.
 - Europa del este y la CEI:
 - Rusia y las repúblicas.
 - Polonia, Chequia, Eslovaquia, Hungría, Rumania, Bulgaria.
- ORIENTE PROXIMO Y NORTE DE AFRICA: características turísticas generales:
 - El Magreb: Marruecos, Argelia y Túnez.
 - Egipto.
 - Israel, Líbano, Jordania y Siria.
 - Turquía.

- AMERICA: características turísticas generales:
 - Estados Unidos y Canadá.
 - México, Centroamérica.
 - América del sur.
- ASIA: características turísticas generales:
 - El sur de Asia:
 - La India, Nepal, Sri Lanka.
 - El suroeste asiático:
 - Tailandia y sus islas, Vietnam, Singapur, Filipinas. Otros países secundarios.
 - El Noroeste asiático:
 - China, Japón, Corea del Sur y Taiwán.
- AFRICA: características turísticas generales (los parques naturales y safaris). Kenya, Tanzania y Sudáfrica.
- AUSTRALIA Y NUEVA ZELANDA: características turísticas generales.
- ISLAS Y ARCHIPIELAGOS: características turísticas generales:
 - Pacífico:
 - Polinesia francesa (Tahití), Melanesia y Micronesia.
 - Islas Hawai.
 - Índico:
 - Maldivas, Seychelles, Mauricio, Reunión, Madagascar.
 - Atlántico:
 - Cuba, República Dominicana, Antillas (Caribe), Bahamas, Cabo verde, Madeira.



Módulo Profesional 5 RECURSOS TURÍSTICOS

a) Presentación

Módulo profesional:	Recursos turísticos
Código:	0384
Ciclo formativo:	Agencias de Viajes y Gestión de Eventos
Grado:	Superior
Familia Profesional:	Hostelería y Turismo
Duración:	165 horas
Curso:	1º
Nº de Créditos:	10
Especialidad del profesorado:	Hostelería y Turismo (Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria)
Tipo de módulo:	Asociado a las unidades de competencia: UC1069_3: Interpretar el patrimonio y bienes de interés cultural del ámbito de actuación a turistas y visitantes. UC1070_3: Interpretar espacios naturales y otros bienes de interés natural del ámbito de actuación a turistas y visitantes.
Objetivos generales:	1 2 3 6 11

b) Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Identifica los recursos turísticos del territorio analizando su tipología, características y normativa de protección.

Criterios de evaluación:

- Se han detectado los recursos turísticos más destacados de cada CC.AA.
- Se han clasificado atendiendo a las tipologías y empleando la legislación vigente en cada caso.
- Se ha determinado el tipo de recurso del que se trata y explicado atendiendo a sus peculiaridades y a la singularidad.
- Se han diseñado bases de datos de recursos turísticos por áreas o zonas, diferenciando así la tipología de espacios turísticos en relación con los recursos que existen en la zona.
- Se ha definido cuál es la protección legal e institucional existente para los diferentes recursos.
- Se han reconocido los organismos e instituciones para la tutela de los recursos.

- g) Se ha definido el proceso de petición para solicitar la declaración de un recurso en relación a su tipología y características.
- h) Se han recabado los documentos necesarios para solicitar la catalogación de un bien o recursos de la forma más adecuada.

2. Interpreta los conceptos básicos del arte caracterizando el patrimonio artístico de España.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los aspectos básicos del arte universal.
- b) Se han detectado las principales manifestaciones artísticas del país.
- c) Se han reconocido prototipos artísticos que constituyen los modelos universales y nacionales.
- d) Se han discriminado las características técnicas y culturales de cada estilo.
- e) Se han identificado las principales líneas conceptuales que fundamentan una cultura donde se insertan las manifestaciones artísticas tanto de pintura como escultura y arquitectura.
- f) Se han reconocido los centros culturales de interés con actividad turística.

3. Identifica el patrimonio sociocultural de España analizando su diversidad.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los objetivos y los elementos clave para clasificar los distintos tipos de patrimonio histórico y cultural.
- b) Se han elaborado fichas que identifiquen los recursos y sus descripciones más adecuadas para clasificar la tipología del recurso y la importancia del mismo.
- c) Se han identificado las ciudades Patrimonio de la Humanidad de nuestro país, así como otros bienes inscritos en la Lista de Patrimonio Mundial, como “BIC” y otro tipo de bienes clasificados.
- d) Se han diseñado fórmulas para clasificar e interpretar otro tipo de recursos como gastronomía, museos, etnografía, etnología y tradiciones de las localidades.
- e) Se han clasificado las fiestas tradicionales de las distintas comunidades y se han diferenciado las de interés turístico Internacional, nacional y las que se celebran en CC.AA.
- f) Se han identificado los principales museos y centros culturales del territorio nacional así como los contenidos genéricos de los mismos.

4. Analiza el patrimonio natural-paisajístico de España caracterizándolo e interpretándolo como recurso turístico.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los objetivos y los elementos clave para clasificar los distintos tipos de recursos naturales y paisajísticos.
- b) Se han clasificado los distintos tipos de espacios naturales protegidos y no protegidos (litoral, montaña, espacios húmedos y otros).
- c) Se han definido las características de las diferentes clasificaciones legales existentes.
- d) Se han propuesto métodos para sensibilizar al visitante y prevenir conflictos en la relación turismo-naturaleza.
- e) Se han utilizado los sistemas de información geográfica como herramienta de planificación y uso de los recursos naturales para uso turístico.



- f) Se ha definido cual es la protección legal e institucional del patrimonio natural: organismos e instituciones en la tutela del patrimonio, acuerdos y convenios internacionales, normativa de la Unión Europea.

5. Interpreta globalmente el patrimonio artístico, sociocultural e histórico, analizando las estrategias necesarias para su aplicación como recurso turístico.

Criterios de evaluación:

- a) Se han establecido los métodos más adecuados para llevar a cabo la interpretación.
- b) Se han caracterizado los diferentes sistemas de interpretación en función del tipo de recurso que se explique o sobre el que se intervenga.
- c) Se ha realizado la planificación interpretativa, según el nivel de actuación y en función a las diferentes fases.
- d) Se han identificado de forma correcta las fases de una planificación interpretativa.
- e) Se han descrito diferentes formas de llevar a cabo una interpretación de recursos, tales como rutas, publicaciones interpretativas, señales y carteles, exhibiciones, medios audiovisuales y centros de visitantes.
- f) Se han definido los métodos de evaluación y control en la interpretación.
- g) Se han diseñado los correspondientes cuestionarios de satisfacción.

c) Contenidos básicos:

1. IDENTIFICACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS DEL TERRITORIO	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Interpretación de la legislación vigente, tanto europea como española, referente al reconocimiento, protección y mantenimiento de los recursos turísticos. - Detección, tipificación y clasificación de los recursos turísticos del territorio, atendiendo a sus peculiaridades y singularidad. - Diseño y manejo de bases de datos de recursos turísticos, según zonas y tipologías. - Definición del proceso para la solicitud de declaración de un recurso turístico y elaboración de la documentación necesaria para su catalogación.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos turísticos: definición, clasificación y tipología. - Legislación europea y española referente a los recursos turísticos, a su protección, mantenimiento y reconocimiento: <ul style="list-style-type: none"> • Ley 6/1994, de 16 de marzo, de Ordenación del Turismo. • Ley 16/2008, de 23 de diciembre, de Modificación de la Ordenación del Turismo. - Organismos e instituciones para la tutela de los recursos turísticos.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Interés por realizar una planificación metódica de las tareas a realizar, con previsión de las dificultades y el modo de superarlas. - Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de una tarea.

2. INTERPRETACIÓN DE LOS CONCEPTOS BÁSICOS DEL ARTE	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de los aspectos básicos del arte universal. - Identificación de las principales manifestaciones artísticas en

	España. - Reconocimiento de los prototipos artísticos que constituyen los modelos universales y nacionales, así como las características técnicas y culturales de cada estilo. - Localización de las principales manifestaciones artísticas tanto de pintura, como escultura y arquitectura. - Reconocimiento de centros culturales de interés con actividad turística.
conceptuales	- Pintura, escultura, arquitectura y otras manifestaciones artísticas: conceptos básicos. - Diferentes movimientos y estilos artísticos en España.
actitudinales	- Curiosidad por descubrir la evolución histórica del arte y sus diferentes movimientos o tendencias, y su relación con la actividad turística.

3. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DEL PATRIMONIO HISTÓRICO-ARTÍSTICO Y SOCIOCULTURAL DE ESPAÑA

procedimentales	- Identificación de los objetivos y elementos clave para la clasificación de los distintos tipos de patrimonio histórico y cultural. - Elaboración de fichas identificativas de cualquier tipo de recurso turístico (arquitectura, pintura, gastronomía, tradiciones, fiestas...), que permitan su clasificación según tipo e importancia del recurso.
conceptuales	- Lugares declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en España. - Patrimonio histórico-artístico y sociocultural de España: <ul style="list-style-type: none"> • Patrimonio y bienes patrimoniales. • Museos y otros centros culturales. • Fiestas y declaraciones de interés turístico regional, nacional e internacional. Normativa. • Gastronomía. Productos típicos. • Enología. Denominaciones de origen. • Etnografía y artesanía. • Música popular, danza y otras expresiones culturales. • Arquitectura popular de la CC.AA. • Patrimonio natural y paisajístico. - Patrimonio artístico y cultural en Euskadi.
actitudinales	- Establecer pautas de compromiso ético con los valores de conservación y defensa del patrimonio cultural de una sociedad

4. PATRIMONIO RURAL Y PAISAJÍSTICO

procedimentales	- Identificación de los objetivos y elementos clave para la clasificación de los distintos tipos de recursos naturales y paisajísticos. - Clasificación de los distintos tipos de espacios naturales. - Proposición de métodos para la sensibilización del visitante y prevención de conflictos en la relación turismo-naturaleza. - Utilización de sistemas de información geográfica para la planificación y uso de los recursos naturales para uso turístico.
conceptuales	- Recursos naturales y paisajísticos: concepto y normativa.



	<ul style="list-style-type: none"> • Ley 4/1989 de 27 de marzo, de conservación de los Espacios Naturales y de la Flora y Fauna Silvestres. - Los espacios naturales protegidos españoles y su normativa: <ul style="list-style-type: none"> • Real Decreto 1083/1999 de 26 de noviembre, por el que se aprueba el Plan Director de la Red de Parques Nacionales. • Ley Orgánica 16/2007, de 13 de diciembre, complementaria de la Ley para el desarrollo sostenible del medio rural. - Programas europeos de ayuda al patrimonio natural y paisajístico: - Recursos paisajísticos y espacios naturales en Euskadi.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Respeto a las medidas para el mantenimiento del medio ambiente. - Aceptación de las pautas de compromiso ético establecidas sobre los valores de conservación y defensa del patrimonio medio-ambiental de una sociedad.

5. INTERPRETACIÓN GLOBAL DEL PATRIMONIO HISTÓRICO, ARTÍSTICO Y SOCIOCULTURAL

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Establecimiento de métodos para realizar la interpretación del patrimonio histórico, artístico y sociocultural: <ul style="list-style-type: none"> • Visitas guiadas al propio recurso turístico, museos, centros de interpretación... - Caracterización de los diferentes sistemas de interpretación según el tipo de recurso a explicar: <ul style="list-style-type: none"> • De viva voz, audioguías, paneles explicativos... - Realización de la planificación interpretativa según el nivel de actuación. - Descripción de las distintas maneras de llevar a cabo una interpretación de recursos, por ejemplo mediante rutas, publicaciones interpretativas, señales y carteles, exhibiciones, medios audiovisuales, y centros de visitantes. - Definición de métodos de evaluación y control en la interpretación. - Diseño de cuestionarios de satisfacción.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Métodos para dar a conocer el legado natural y cultural al público visitante: <ul style="list-style-type: none"> • Visita guiada. • Museos. • Centros de interpretación. • Publicaciones. • Etc. - La interpretación del patrimonio como medio de gestión.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de la tarea profesional como parte esencial del proceso tecnológico en el que está inscrita. - Interés por la producción de soluciones técnicas ante problemas que se presenten y también como elementos de mejora del proceso.

d) Orientaciones metodológicas

Para la organización y desarrollo del proceso de enseñanza aprendizaje de este módulo se sugieren las siguientes recomendaciones:

1) Secuenciación

Este módulo tiene el objetivo de dotar al alumnado de la formación necesaria para desempeñar la función de asesoramiento e información sobre recursos turísticos.

Para ello habrá que definir y clasificar los distintos tipos de recursos turísticos y conocer la legislación vigente y la normativa de protección existente, tanto nacional como internacional.

2) Aspectos metodológicos

El profesor o la profesora explicará la normativa vigente y las leyes de protección existentes sobre los recursos turísticos; y dará conceptos básicos sobre la tipología de recursos y los elementos que los caracterizan: estilos, épocas, movimientos artísticos, tradiciones, etc.

Cada alumno o alumna elaborará una ficha de identificación y clasificación para un recurso turístico de cada uno de los distintos tipos de recursos que se pueden dar (pintura, escultura, arquitectura, gastronomía, paisajes, playas, tradiciones...)

Cada alumno o alumna realizará, al menos, una guía turística de una zona determinada, en la que incluya y explique los distintos tipos de recursos turísticos que se dan en la misma.

3) Actividades significativas y aspectos críticos de la evaluación

- ✓ Lectura e interpretación de la legislación vigente referente a los distintos tipos de recursos turísticos, y de la normativa en materia de su protección, tanto nacional como internacional.
- ✓ Visitas, a poder ser guiadas, a distintos tipos de recursos turísticos.
- ✓ Visitas a entidades dedicadas a la creación y promoción de recursos turísticos (ej. Lenbur).
- ✓ Exposición y defensa ante el resto del alumnado de los trabajos realizados.



Módulo Profesional 6

GESTIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

a) Presentación

Módulo profesional:	Gestión de productos turísticos
Código:	0397
Ciclo formativo:	Agencias de Viajes y Gestión de Eventos
Grado:	Superior
Familia Profesional:	Hostelería y Turismo
Duración:	140 horas
Curso:	2º
Nº de Créditos:	6
Especialidad del profesorado:	Hostelería y Turismo (Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria)
Tipo de módulo:	Asociado a la unidad de competencia: UC1055_3: Elaborar y operar viajes combinados, excursiones y traslados.
Objetivos generales:	1 2 3 4 5 6 7 8 10 11 12 14

b) Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Analiza viajes combinados identificando su mercado y los elementos que los caracterizan.

Criterios de evaluación:

- Se han definido y clasificado los viajes combinados atendiendo a diferentes parámetros.
- Se ha reconocido y analizado la normativa aplicable a los viajes combinados.
- Se han descrito los servicios turísticos principales y accesorios que conforman los viajes combinados.
- Se han identificado y descrito los elementos, contenidos y cláusulas que deben contener los programas y contratos de viajes combinados.
- Se ha caracterizado la tipología y definido las funciones de los intermediarios de transporte y alojamiento y las relaciones profesionales que se establecen con los organizadores de viajes combinados.
- Se han reconocido las relaciones profesionales, económicas y contractuales que se establecen entre los organizadores de viajes, los detallistas y los prestatarios de los servicios.

- g) Se han analizado las condiciones para la elección de los proveedores de servicios.
- h) Se han caracterizado las condiciones de los acuerdos/convenios entre prestatario del servicio y organizador.
- i) Se han descrito y analizado las funciones que deben desempeñar las agencias receptoras y los corresponsales.
- j) Se ha analizado el mercado de viajes combinados, las tendencias actuales y previsiones de este tipo de producto turístico.

2. Diseña y cotiza viajes combinados analizando la información y aplicando la metodología adecuada en cada proceso.

Criterios de evaluación:

- a) Se han aplicado técnicas de investigación de mercado previas al diseño de viajes combinados.
- b) Se ha justificado la selección de los componentes principales y accesorios de los viajes combinados.
- c) Se han definido las condiciones y acuerdos de la negociación con proveedores en base a diferentes criterios.
- d) Se han analizado las tarifas, impuestos, tasas y otras condiciones especiales que se aplican a los servicios de transporte, alojamiento y de otra índole en los viajes combinados.
- e) Se ha aplicado la metodología para la cotización de los servicios y el cálculo de los costes, descuentos, comisiones, margen de beneficio, umbral de rentabilidad, impuestos y precio de venta.
- f) Se han cumplimentado los documentos relativos al diseño y cotización de los viajes combinados.
- g) Se han utilizado aplicaciones informáticas específicas para la búsqueda de información, el diseño y la cotización de viajes combinados.
- h) Se han tenido en cuenta los aspectos relacionados con la atención al cliente y la gestión de la calidad.

3. Coordina los viajes combinados con los prestatarios de los servicios utilizando sistemas globales de distribución.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado y definido las fases y procesos de la operación y reserva de los viajes combinados.
- b) Se han reconocido las operaciones de reservas de transporte, alojamiento y otros servicios complementarios.
- c) Se ha determinado la coordinación de la prestación del servicio con los proveedores.
- d) Se ha caracterizado y analizado la documentación requerida para la prestación de los servicios.
- e) Se han utilizado aplicaciones informáticas para la gestión y reserva de servicios.

4. Identifica el mercado de eventos analizando su tipología y los servicios más característicos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han descrito y caracterizado diferentes tipos de eventos, así como la tipología de actos.
- b) Se ha analizado la oferta turística necesaria para el desarrollo de eventos.



- c) Se han enumerado y caracterizado los diferentes tipos de servicios que suelen ser requeridos en los eventos.
- d) Se han identificado y analizado la tipología y las funciones de los organismos y empresas públicas y privadas relacionadas con la captación de eventos.
- e) Se ha descrito la función de los patrocinadores y entidades colaboradoras en la celebración de eventos.
- f) Se ha analizado el mercado actual de eventos y su previsible evolución.
- g) Se ha analizado el impacto económico y social que producen los eventos en los destinos especializados.
- h) Se han aplicado diversos sistemas informáticos para la búsqueda de información.

5. Organiza diversos tipos de eventos, estableciendo las características de la planificación, programación y dirección de los mismos.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha caracterizado la metodología para elaborar proyectos de eventos.
- b) Se han definido las funciones de la organización contratante y del organizador del evento.
- c) Se han previsto los recursos humanos, los equipos técnicos y el material necesario en función del tipo de evento.
- d) Se han seleccionado proveedores de servicios y personal en función del acto a organizar.
- e) Se han elaborado presupuestos desglosados por servicios y calculado el precio, los costes y el margen de beneficio.
- f) Se han coordinado los servicios con los proveedores o las proveedoras, el personal de asistencia y la clientela.
- g) Se han tenido en cuenta las medidas de seguridad previstas en casos de emergencias en espacios y locales cerrados.
- h) Se han seguido los protocolos de gestión documental establecidos.
- i) Se han tenido en cuenta los aspectos relacionados con la atención al cliente y la gestión de la calidad.

6. Supervisa los diversos tipos de eventos coordinando y controlando el desarrollo de la prestación de los servicios.

Criterios de evaluación:

- a) Se han coordinado los recursos humanos durante el evento, asignando funciones y localización.
- b) Se ha supervisado la ubicación y disposición de equipos, mobiliario y otros elementos.
- c) Se ha supervisado el funcionamiento de los equipos técnicos.
- d) Se ha gestionado la documentación del evento: carpetas, credenciales y otros.
- e) Se han reconocido normas de protocolo referidas a los o las asistentes, las instalaciones y los objetos usados para este fin.
- f) Se han definido y caracterizado los diferentes soportes publicitarios y su ubicación durante el desarrollo del evento.
- g) Se han identificado los procedimientos de atención al cliente en la acogida, durante el evento y a la finalización del mismo.
- h) Se han tenido en cuenta las actitudes propias del personal de asistencia en este tipo de actos.
- i) Se ha aplicado el procedimiento para elaborar la factura del servicio y para el pago a proveedores o proveedoras y personal contratado.

- j) Se han tenido en cuenta los aspectos relacionados con la atención al cliente y la gestión de la calidad.

c) Contenidos básicos:

1. ANALISIS DE LOS VIAJES COMBINADOS	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de la normativa aplicable a los viajes combinados. - Descripción de los distintos servicios que conforman un viaje combinado. - Análisis de las condiciones para la elección de los proveedores o las proveedoras de servicios. - Análisis del mercado de viajes combinados, tendencias y previsiones.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - El viaje combinado. Concepto, tipología y normativa: <ul style="list-style-type: none"> • Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y Otras Leyes Complementarias: Libro cuarto: Viajes combinados. - El organizador del viaje combinado: tipología y funciones. - Los intermediarios en el viaje combinado: tipología y funciones. - Relaciones profesionales, económicas y contractuales entre organizadores e intermediarios del viaje combinado. - Las agencias receptoras y los corresponsales: definición y funciones.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Interés por la evolución de las tendencias turísticas actuales. - Respeto por el cumplimiento de la legislación vigente.

2. DISEÑO Y COTIZACIÓN DE VIAJES COMBINADOS	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicación de técnicas de investigación de mercados previas al diseño de un viaje combinado. - Diseño de un viaje combinado, analizando y justificando los distintos elementos que intervienen en el mismo. - Cumplimentación de documentación relativa al diseño de un viaje combinado. - Utilización de aplicaciones informáticas para la búsqueda de información, el diseño y la cotización del viaje combinado.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño de viajes combinados: <ul style="list-style-type: none"> • Componentes. Fases y secuenciación. • Selección de proveedores. La negociación. • Cotización de los servicios: <ul style="list-style-type: none"> - Precios. - Tarifas, condiciones especiales, descuentos, gratuidades y otros. - Impuestos y tasas. - Costes, margen de beneficio y punto muerto. - Cálculo del precio de venta final. • Documentación derivada del diseño y cotización de los viajes combinados: programa-oferta, contrato de viaje combinado, bonos valorados, bonos de servicios, etc. - La calidad en el viaje combinado. La atención al cliente.



actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Respeto por los criterios establecidos para la atención al cliente y la gestión de la calidad. - Interés por la planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y modo de superarlas. - Reconocimiento del potencial de las nuevas tecnologías como elementos de consulta y apoyo.
----------------------	--

3. COORDINACIÓN DE LOS VIAJES COMBINADOS CON LOS PRESTATARIOS DE LOS SERVICIOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Definición de las fases y procesos de la operación y reserva de los viajes combinados. - Reconocimiento de las operaciones de reservas de transporte, alojamiento y otros servicios complementarios. - Determinación de la coordinación con los proveedores o las proveedoras y las agencias receptoras para la prestación del servicio. - Análisis y cumplimentación de la documentación necesaria para la prestación del servicio. - Utilización de aplicaciones informáticas para la gestión y reserva de los servicios turísticos.
------------------------	--

conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Operativa de reserva de los distintos servicios que conforman un viaje combinado: <ul style="list-style-type: none"> • GDS. • Centrales de reservas. • Teléfono, fax. • Internet. • Otros medios. - Documentación: tipo, finalidad y emisión.
---------------------	--

actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Interés por las técnicas de atención y servicio al cliente. - Reconocimiento de diferentes formas de comunicación interpersonal según la situación en que se produce. - Reconocimiento del potencial de las nuevas tecnologías como elementos de consulta y apoyo.
----------------------	--

4. IDENTIFICACIÓN DEL MERCADO DE EVENTOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Descripción de los distintos tipos de eventos y los servicios que se suelen requerir en cada uno de ellos. - Análisis de la oferta turística necesaria para el desarrollo de los mismos. - Descripción de las funciones de los distintos tipos de empresas que intervienen en la captación de eventos, así como de los patrocinadores y entidades colaboradoras. - Análisis del actual mercado de eventos y de su previsible evolución. - Valoración del impacto económico y social que suponen los eventos en los destinos especializados. - Utilización de sistemas informáticos para la búsqueda de información relativa a los distintos tipos de eventos.
------------------------	--

conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Los eventos: <ul style="list-style-type: none"> • Tipología y servicios que demandan. • Conceptos. • Funciones.
---------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> - La oferta turística necesaria para el desarrollo de eventos. - La captación de eventos: las empresas intervinientes y organismos intervinientes (por ejemplo: Convention Bureau), los patrocinadores y las entidades colaboradoras.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Interés por la evolución de las tendencias turísticas actuales. - Valoración de la importancia económica del turismo.

5. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de un proyecto de evento, atendiendo a sus distintas fases: <ul style="list-style-type: none"> • Definición de las funciones de la organización contratante y del organizador del evento. • Establecimiento y selección de las necesidades de recursos humanos, equipos técnicos y material necesario según tipo de evento. • Elaboración de presupuestos. • Coordinación para la prestación de los servicios con proveedores o proveedoras, personal de asistencia y clientela. • Análisis de medidas de seguridad previstas en casos de emergencias en espacios y locales cerrados. • Gestión de la documentación del evento.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - La organización de eventos: <ul style="list-style-type: none"> • Fases y metodología para su desarrollo. • Recursos humanos, técnicos y materiales. Selección de proveedores o proveedoras y de personal. • Cálculo de costes: presupuestos, valoración y margen de beneficios. • Formalización de la documentación. • Plan de seguridad.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Disposición e iniciativa personal para la innovación en los medios materiales y en la organización de los procesos. - Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas y perseverancia ante las dificultades.

6. SUPERVISIÓN DE EVENTOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Asignación de funciones y ubicación del personal contratado para la realización del evento. - Supervisión de la ubicación y funcionamiento de los materiales y equipos técnicos necesarios para la realización del evento. - Definición de los distintos soportes publicitarios a utilizar durante el evento y su ubicación. - Gestión de la documentación del evento. - Reconocimiento y aplicación de normas de protocolo y atención a la clientela. - Elaboración de documentación para la realización de los distintos cobros y pagos generados por el evento.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - La coordinación y el control del evento: <ul style="list-style-type: none"> • Personal. Funciones y ubicación. • Equipos técnicos, mobiliario y material diverso.



	<ul style="list-style-type: none"> • Documentación del evento: credenciales, carpetas y otros. • Aplicación de normas de protocolo en diversos tipos de actos. • Procedimientos de atención durante el evento. • Soportes publicitarios e informativos. <ul style="list-style-type: none"> - Pago a proveedores o proveedoras y personal contratado. - Facturación a la clientela. - La calidad en los servicios de eventos.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Respeto por las normas protocolarias en la organización de actos. - Respeto por los criterios para la atención al cliente y la gestión de la calidad.

d) Orientaciones metodológicas

Para la organización y desarrollo del proceso de enseñanza aprendizaje de este módulo se sugieren las siguientes recomendaciones:

1) Secuenciación

Este módulo tiene el objetivo de dotar al alumnado de la formación necesaria para la gestión de viajes combinados y la organización de diferentes eventos. Para ello será necesario conocer la legislación aplicable sobre esta materia.

Posteriormente el alumnado deberá identificar los distintos tipos de servicios que integran estos productos, así como a los proveedores o las proveedoras de los mismos, intermediarios y empresas participantes.

A continuación cotizarán los servicios y obtendrán un precio final para el producto turístico. También elaborarán presupuestos según demanda.

Deberán conocer las operativas de reserva de los servicios, sus formas y acuerdos de contratación y serán capaces de emitir la documentación derivada de los productos turísticos diseñados.

Además deberán establecer criterios de calidad y normas de atención al usuario.

2) Aspectos metodológicos

La realización de trabajos o proyectos puede ser una metodología de aprendizaje adecuada, ya que este módulo permite realizar simulaciones de situaciones que se dan en el día a día de una empresa.

Estos trabajos o proyectos se realizarán colectiva o individualmente, debiendo ser defendidos o explicados por la o las personas que los realicen ante el resto del alumnado.

El profesor o la profesora explicará los conceptos básicos necesarios para la realización de dichos proyectos y establecerá las pautas a seguir en cada uno de ellos.

El alumnado deberá ser autónomo en la realización del proyecto, y para ello habrá que dotarle de los medios necesarios para la realización del mismo: ordenador con conexión a Internet, teléfono, fax, impresora, GDS...

El profesor o profesora realizará el seguimiento del desarrollo de cada proyecto y hará controles individuales sobre los mismos.

3) Actividades significativas y aspectos críticos de la evaluación

- ✓ Interpretación de la legislación referente al viaje combinado:
 - Descripción del viaje combinado.
 - Identificación de los distintos agentes y elementos que intervienen en un viaje combinado.

- ✓ Análisis del mercado de viajes combinados:
 - Estudio de las tendencias y previsiones en el mercado de viajes combinados.

- ✓ Diseño de un viaje combinado:
 - Elección de los servicios que van a conformar el viaje combinado.
 - Búsqueda de prestatarios de los servicios.
 - Negociación de precios.
 - Selección de proveedores de servicios.
 - Cotización de todos los servicios que integran el viaje combinado.
 - Cálculo del margen a obtener y del PVP del viaje combinado.

- ✓ Diseño y elaboración de la documentación necesaria para la venta del viaje combinado:
 - Diseño y elaboración del folleto promocional.
 - Elaboración de un contrato de viaje combinado.
 - Diseño de bonos.

- ✓ Análisis del mercado de eventos:
 - Identificación de los distintos tipos de eventos existentes.
 - Identificación de las empresas y organismos que intervienen en la captación y organización de eventos.

- ✓ Organización de eventos:
 - Identificación de las necesidades de recursos humanos, técnicos y materiales para la realización de un evento.
 - Selección y valoración económica de dichos recursos.
 - Elaboración de presupuestos.
 - Diseño de la documentación derivada de la organización de un evento: carpetas, acreditaciones...

Módulo Profesional 7

VENTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS

a) Presentación

Módulo profesional:	Venta de servicios turísticos
Código:	0398
Ciclo formativo:	Agencias de Viajes y Gestión de Eventos
Grado:	Superior
Familia Profesional:	Hostelería y Turismo
Duración:	140 horas
Curso:	2º
Nº de Créditos:	8
Especialidad del profesorado:	Hostelería y Turismo (Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria)
Tipo de módulo:	Asociado a la unidad de competencia: UC0266_3: Vender servicios turísticos y viajes.
Objetivos generales:	2 4 6 7 8 10 11 12

b) Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Relaciona distintos tipos de servicios en agencias de viajes analizando y caracterizando los elementos que los componen.

Criterios de evaluación:

- Se han identificado y caracterizado los distintos medios de transporte susceptibles de ser vendidos en las agencias de viajes.
- Se han identificado los principales proveedores de transporte y los productos/servicios que ofertan.
- Se han analizado las principales tarifas y las condiciones del servicio, así como los impuestos y tasas que se les aplican.
- Se ha interpretado la normativa vigente aplicable al transporte de personas en diversos medios.
- Se han identificado y caracterizado los servicios/productos que ofertan y las tarifas que se aplican en el alojamiento turístico.
- Se ha interpretado la normativa básica de regulación de alojamientos turísticos.
- Se ha caracterizado la venta de viajes combinados, así como los principales proveedores y productos del mercado.

- h) Se han caracterizado otros servicios susceptibles de ser vendidos en las agencias de viajes, sus tarifas y condiciones.
- i) Se han reconocido los principales sistemas globales de distribución.
- j) Se ha analizado la venta de servicios turísticos a través de Internet y la función de las agencias virtuales.

2. Aplica técnicas de venta identificando sus características, sus procedimientos y su secuenciación.

Criterios de evaluación:

- a) Se han reconocido distintas tipologías de clientes o clientas, así como sus distintas necesidades y motivaciones en la compra de servicios turísticos.
- b) Se han identificado los principios básicos de las técnicas de venta en las agencias de viajes.
- c) Se han reconocido los procesos en las distintas etapas de la venta de servicios/productos en las agencias de viajes.
- d) Se ha descrito el proceso de la negociación y aplicado las técnicas apropiadas.
- e) Se han reconocido los métodos para la venta telefónica.
- f) Se ha valorado la aplicación de técnicas de ventas como instrumento de la gestión comercial de las agencias de viajes.

3. Realiza la venta de servicios caracterizando y aplicando los procedimientos asociados.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado y caracterizado diversas fuentes de información utilizadas en la venta de servicios/productos en agencias de viajes.
- b) Se ha obtenido información sobre servicios/productos, sus condiciones específicas, tarifas y sobre destinos.
- c) Se ha asesorado a la clientela sobre aspectos generales y específicos del producto/ servicio o destino.
- d) Se han caracterizado y aplicado los procesos de reserva y confirmación de servicios turísticos.
- e) Se ha descrito el procedimiento en caso de no-confirmación y se han ofrecido otras alternativas.
- f) Se ha seguido el protocolo establecido para la cumplimentación y archivo de la documentación.
- g) Se ha identificado y aplicado la normativa vigente.
- h) Se han aplicado sistemas informáticos, terminales y sistemas globales de distribución para la gestión de reservas.
- i) Se han identificado los parámetros de calidad del servicio de atención al cliente en las agencias de viajes.
- j) Se han aplicado técnicas de comunicación y atención al cliente específicas para la venta de servicios en agencias de viajes.

4. Realiza operaciones de cierre y post-venta describiendo y aplicando los procedimientos estandarizados.

Criterios de evaluación:

- a) Se han caracterizado los diferentes tipos de documentos emitidos por las agencias para los prestatarios de los servicios.



- b) Se ha gestionado y emitido la documentación relativa a la venta de los servicios/ productos turísticos.
- c) Se ha formalizado el procedimiento de facturación de los servicios y emisión de la documentación relacionada.
- d) Se han caracterizado diversos sistemas y formas de cobro de servicios.
- e) Se han reconocido las variables que influyen en la política de crédito, teniendo en cuenta los posibles riesgos.
- f) Se ha identificado el procedimiento para la gestión de cancelaciones teniendo en cuenta la normativa vigente.
- g) Se ha caracterizado la información/instrucciones previas al viaje o servicio.
- h) Se han identificado los procesos relativos a la post-venta y a la fidelización de la clientela.
- i) Se han aplicado sistemas informáticos, terminales y sistemas globales de distribución para la emisión de la documentación.

c) Contenidos básicos:

1. TIPOLOGÍA DE LOS SERVICIOS EN LAS AGENCIAS DE VIAJE	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación y caracterización de los distintos medios de transporte susceptibles de ser vendidos en las agencias de viajes. - Identificación de los principales proveedores o proveedoras de transporte y los productos/servicios que ofertan. - Análisis de las principales tarifas y las condiciones del servicio, así como los impuestos y tasas que se les aplican. - Interpretación de la normativa vigente aplicable al transporte de personas en diversos medios. - Identificación y caracterización de los servicios/productos que ofertan y las tarifas que se aplican en el alojamiento turístico. - Interpretación de la normativa básica de regulación de alojamientos turísticos. - Caracterización de la venta de viajes combinados, así como los principales proveedores o proveedoras y productos del mercado. - Caracterización de otros servicios susceptibles de ser vendidos en las agencias de viajes, sus tarifas y condiciones. - Reconocimiento de los principales sistemas globales de distribución. - Análisis de la venta de servicios turísticos a través de Internet y la función de las agencias virtuales.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Intermediación en la venta del transporte: <ul style="list-style-type: none"> • Tipología y caracterización. • Proveedores. Productos y servicios que ofertan. • Frecuencia y disponibilidad. Localizadores. • Principales tarifas. Condiciones del transporte. • Impuestos, tasas y recargos. • Normativa vigente del transporte: <ul style="list-style-type: none"> - Convenios —Montreal, Varsovia, Chicago— y reglamentos. - Organismos nacionales-internacionales de Transporte. • Derechos y deberes de usuarios y transportistas. - Intermediación en la venta de alojamiento turístico: <ul style="list-style-type: none"> • Tipología. Productos y servicios que ofertan. Disponibilidad. Tarifas. • Normativa vigente.

	<ul style="list-style-type: none"> - Intermediación en la venta de viajes combinados: <ul style="list-style-type: none"> • Principales productos y proveedores o proveedoras. - Intermediación en la venta de otros servicios turísticos: <ul style="list-style-type: none"> • Caracterización, tarifas y condiciones. • Seguros de viajes. • Contratación de guías. - Sistemas globales de distribución: aplicación a la tipología de intermediación de productos turísticos: <ul style="list-style-type: none"> • Reservas. • Tarifas. • Billetes • Cancelación. • Reemisiones. • Reembolsos. - Venta por Internet. Agencias virtuales (on-line o no-presenciales)
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Rigor en la comunicación para captar y transmitir lo que la clientela demanda, cuidando además la imagen personal, empresarial e incluso del producto. - Capacidad de innovación y creación de nuevos servicios y productos. - Voluntad de servicio en lo que se refiere a paciencia, amabilidad e ingenio para resolver las distintas situaciones que presente la clientela.

2. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Reconocimiento de las distintas tipologías de clientes, así como sus necesidades y motivaciones en la compra de servicios turísticos. - Identificación de los principios básicos de las técnicas de venta en las agencias de viajes. - Reconocimiento de los procesos en las distintas etapas de la venta de servicios/productos en las agencias de viajes. - Descripción del proceso de la negociación, aplicando las técnicas apropiadas. - Enumeración de los métodos para la venta telefónica. - Valoración de la aplicación de técnicas de ventas como instrumento de la gestión comercial de las agencias de viajes.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - La clientela. Tipología. Necesidades y motivos de compra. - Técnicas de venta. Principios básicos. Etapas: <ul style="list-style-type: none"> • Elementos de la comunicación comercial aplicada. Comunicación verbal y no-verbal. • Generación de confianza en la clientela. • Indagación de necesidades y deseos de la clientela. • Presentación del producto/servicio. - La negociación. Proceso y técnicas. - Venta telefónica. - Valoración de la importancia de las técnicas de venta en la gestión comercial de las agencias de viajes.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Respeto hacia las necesidades y motivaciones de los demás. - Inquietud por la mejora y actualización constante. - Motivación y disfrute con el trabajo que se ejerce.



3. VENTA DE SERVICIOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación y caracterización de las diversas fuentes de información utilizadas en la venta de servicios/productos en agencias de viajes. - Obtención de información sobre servicios/productos, sus condiciones específicas, tarifas y sobre destinos. - Asesoramiento a la clientela sobre aspectos generales y específicos del producto/servicio o destino. - Caracterización y aplicación de los procesos de reserva y confirmación de servicios turísticos. - Descripción del procedimiento en caso de no-confirmación y se ofrecen otras alternativas. - Seguimiento del protocolo establecido para la cumplimentación y archivo de la documentación. - Identificación y aplicación de la normativa vigente. - Aplicación de sistemas informáticos, terminales y sistemas globales de distribución para la gestión de reservas. - Identificación de los parámetros de calidad del servicio de atención al cliente en las agencias de viajes.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Fuentes de información para la venta de los servicios en agencias de viajes. Tipología y uso. - Información y asesoramiento de servicios/productos y destinos. - Reserva de productos/servicios. Sistemas de reservas: <ul style="list-style-type: none"> • Procedimiento de reserva y confirmación. • No-confirmación. Alternativas. - Registro de datos. Soportes documentales. Procedimiento de uso y archivo. - Normativa vigente. - Equipos informáticos, terminales y GDS. - La calidad en la venta de servicios en agencias viajes.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicación de técnicas de comunicación y atención al cliente específicas para la venta de servicios en agencias de viajes. - Responsabilidad en la toma decisiones rápidas ante la clientela por cambios en los deseos o servicios demandados por ésta.

4. OPERACIONES DE CIERRE Y POST-VENTA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Caracterización de los diferentes tipos de documentos emitidos por las agencias para los prestatarios de los servicios. - Gestión y emisión de la documentación relativa a la venta de los servicios/productos turísticos. - Formalización del procedimiento de facturación de los servicios y emisión de la documentación relacionada. - Caracterización de diversos sistemas y formas de cobro de servicios. - Análisis de las variables que influyen en la política de crédito, teniendo en cuenta los posibles riesgos. - Identificación del procedimiento para la gestión de cancelaciones teniendo en cuenta la normativa vigente. - Caracterización de la información/instrucciones previas al viaje o servicio. - Identificación de los procesos relativos a la post-venta y a la fidelización de la clientela. - Aplicación de sistemas informáticos, terminales y sistemas globales
------------------------	---

	de distribución para la emisión de la documentación.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Documentos para prestación de servicios. Tipología. - Sistemas y formas de cobro de servicios. Políticas de crédito. - Procedimiento de emisión: <ul style="list-style-type: none"> • Documentos de venta. Tipología. Funciones. • Bonos, billetes, pasajes y títulos de transporte. • Instrucciones previas al servicio/viaje. - Cancelaciones, reemisiones y/o reembolsos. Procedimiento. Aplicación de la normativa. - Procesos post-venta y valoración desde un punto de vista comercial y de fidelización: <ul style="list-style-type: none"> • Quejas y reclamaciones. Tipologías. Tratamientos. • Procedimientos de seguimiento y fidelización de la clientela. - Aplicaciones informáticas, terminales y GDS. - Procedimiento de facturación. - Software de Gestión para Agencias de Viajes.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Cumplimiento de la normativa vigente sobre protección de datos (sobre todo en el uso de tarjetas de crédito). - Valoración del lenguaje tanto verbal como no verbal, en información/instrucciones previas, durante y posteriores al viaje o servicio. - Respeto al medio ambiente, reduciendo o eliminando toda información superflua en soporte papel.

d) Orientaciones metodológicas

Para la organización y desarrollo del proceso de enseñanza aprendizaje de este módulo se sugieren las siguientes recomendaciones:

1) Secuenciación

La presentación de bloques de contenidos que se planteen el DCB no me parece la más adecuada para su impartición ya que la aplicación de técnicas de venta viene antes de la venta, cierre y operaciones post-venta de producto-servicios turísticos. Se propone la siguiente secuenciación:

- Tipología de servicios en AAVV
- Venta de servicios
- Operaciones de cierre y post-venta
- Aplicación de técnicas de ventas

Se entiende que para vender un servicio turístico se deben conocer previamente todo lo concerniente al producto-servicio. Empezaría por los proveedores o las proveedoras, distintos tipos de intermediación, normativas, conocimientos de tarifas, condiciones de venta, información a la clientela, documentación a entregar etc. para pasar al acto de la venta propiamente dicho, con un conjunto de conocimientos sobre el producto-servicio a vender. A continuación la aplicará toda la fase de cierre y post venta para finalizar con la aplicación de técnicas de venta aplicadas a la comercialización de productos y servicios turísticos.

2) Aspectos metodológicos



Conviene comenzar con explicaciones teóricas sobre los distintos componentes que conforman un producto-servicio, diferenciando entre las distintos tipos de producto-servicios hasta tener un conocimiento completo del producto-servicio a vender.

La metodología que se plantea para este módulo es el de profesor-cliente y alumnado-agente de viajes en función del producto-servicio a vender y la herramienta para aplicarlo es el GDS en modo TRAINING.

El modo Training de esta herramienta informática permite obtener información y, en su caso, la venta de la mayoría de producto-servicios turísticas –Aéreo, Hoteles, Coches de alquiler, Seguros etc. (excepto viajes combinados)— de la misma manera que si estuviéramos en una oficina de AAVV en modo real o de Producción.

El profesor-cliente o la profesora-clienta solicita un viaje a un destino para unos pasajeros en unas fechas determinadas. El alumnado-agente, tras conseguir toda la información necesaria, realiza la venta del viaje. Este tipo de metodología permite al alumnado, además de la práctica necesaria para enfrentarse a situaciones reales, simular sobre la venta como si fueran distintas Agencias de Viajes y comprobar quien consigue mejores precios y condiciones de venta.

Para la venta de viajes combinados y/o paquetes vacacionales el procedimiento sería la utilización de la página WEB del mayorista (solo como clientes B2C), y la utilización del teléfono para simular la venta. El inconveniente que plantea es que no existe modo Training por lo que habría que ponerse en contacto con algún mayorista para simular la venta. Lo mismo se puede decir sobre la falta de registro como Agencias para entrar en las Web de los mayoristas como cliente B2B.

Después de realizar ejercicios sobre distintos producto-servicios, aplicar técnicas de venta y atención al cliente donde se ponga de manifiesto lo que se debe hacer y, sobre todo, lo que NO se debe hacer en situaciones reales ante la clientela.

Se proponen algunos métodos que pueden ser útiles en el desarrollo del módulo:

- Utilización de Internet como fuente de obtención de información y venta en los casos que se pueda.
- Utilización de páginas Web de mayoristas y Tour operadores.
- Utilización de un GDS como sistema de información y venta de productos turísticos.
- Utilización del teléfono-fax-e-mail para comunicación con diferentes intermediarios de productos-servicios turísticos.
- Exposición en clase simulando el rol de agente de viajes-cliente de los diferentes viajes vendidos defendiendo la bondad de unos sobre otros. Utilización de hardware y software adecuado para este tipo de actividades.

3) Actividades significativas y aspectos críticos de la evaluación

Las actividades son innumerables ya que hay muchos destinos, tipos de pasajeros y fechas en las que poder viajar. Se proponen algunas a modo de ejemplo:

Sobre Reservas

- Búsqueda de códigos de ciudades, aerolíneas y países.
- Solicitud de frecuencias a diferentes destinos globales.
- Detección de la disponibilidad para distintos destinos y tipos de pasajeros.

- Solicitud de plazas para un pasajero que solicita viajar de San Sebastián a Buenos Aires ida y vuelta. Iberia hace los tramos domésticos y Aerolíneas Argentinas los intercontinentales. Fecha de ida el 10 de marzo y vuelta el 10 de abril. Introducción de nombres para distintos tipos de pasajeros.
- Venta de segmentos aéreos, hoteles, coches, seguros, Renfe, etc.
- Solicitud de servicios especiales:
 - Comida vegetariana para un pasajero o una pasajera.
 - Petición de ayuda para un pasajero anciano o una pasajera anciana.
 - Petición para transporte de bicicleta a Iberia.
 - Petición para transportar un gato de 4 Kilos en cabina.
 - Igual para un perro de 12 Kilos (mascotas).
 - Petición de sillas de ruedas (pasajeros discapacitados o pasajeras discapacitadas).
 - Reserva de asientos.
- Modificación, cancelación, finalización de reserva. Casos especiales

Sobre Tarifas

- Consulta de precios y condiciones de tarifa para distintos destinos globales, según tipo de pasajero en distintas fechas para distintos tipos de productos turísticos.
- Consulta de rutas y tarifas.
- Tarifación de reservas.

Sobre Billetes

- Identificación de formas de pago y comisiones.
- Emisión de billetes y entrega de documentación (Itinerario, bonos).
- Realización un PNR de Madrid a Las Palmas en clase Y el 10 de noviembre de 20xx para un pasajero adulto. La forma de pago del billete y el service fee es en efectivo. Emisión y entrega de la documentación.

Sobre operaciones de cierre y post-venta

- Cancelación de billetes y otros documentos.
- Cancelación de la reserva para un determinado viaje. Causas y penalizaciones.
- Cambios de fechas, horas, rutas, operadores, etc.
- Reembolsos de documentos de viajes.

Actividad Global: una pareja de adultos, un niño de 9 años y un bebe de 14 meses solicitan un viaje a un destino global, para una semana de duración. Solicitan un hotel de unas determinadas características, un coche con unas determinadas prestaciones, seguro de cancelación del viaje y un seguro adicional con unas coberturas determinadas. También solicitan algunas excursiones en destino. Vender este viaje, al precio mas barato posible:

- a) Como viaje combinado, a través de un mayorista.
- b) Como servicios sueltos, utilizando GDS.
- c) Como viaje combinado, utilizando GDS.

Comparación de los resultados obtenidos entre el alumnado, análisis de las causas de las desviaciones y selección de aquellos que estén en los parámetros seleccionados.

Módulo Profesional 8

DIRECCIÓN DE ENTIDADES DE INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA

a) Presentación

Módulo profesional:	Dirección de entidades de intermediación turística
Código:	0399
Ciclo formativo	Agencias de Viajes y Gestión de Eventos
Grado:	Superior
Familia Profesional:	Hostelería y Turismo
Duración:	140 horas
Curso:	2º
Nº de Créditos:	8
Especialidad del profesorado:	Hostelería y Turismo (Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria)
Tipo de módulo:	Modulo asociado a las unidades de competencia: UC0267_2: Desarrollar la gestión económico-administrativa de agencias de viaje. UC0268_3: Gestionar unidades de información y distribución turística.
Objetivos generales:	4 5 8 9 10 11 12 13 14

b) Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Caracteriza las entidades de intermediación de servicios turísticos identificando sus funciones, clasificaciones y la normativa aplicable.

Criterios de evaluación:

- Se ha identificado el concepto de entidades de intermediación de servicios y productos turísticos.
- Se ha descrito la evolución experimentada por el sector desde el inicio de la actividad.
- Se han clasificado las agencias de viajes según la normativa vigente y caracterizado las funciones que realizan.
- Se han analizado los requisitos específicos para su funcionamiento.
- Se han caracterizado otras tipologías de agencias de viajes atendiendo a su especialización y a los servicios que ofertan.
- Se han identificado otras tipologías de entidades de intermediación según la especialización de sus servicios.

- g) Se han caracterizado las funciones de los diferentes tipos de entidades de intermediación turística.
- h) Se ha reconocido la normativa europea, nacional y autonómica aplicable a las entidades de intermediación turística.
- i) Se han definido las actitudes del profesional de la intermediación turística.
- j) Se han relacionado los organismos y asociaciones nacionales e internacionales que regulan la actividad de intermediación de servicios turísticos y sus funciones.

2. Organiza entidades de intermediación turística analizando estructuras organizativas y los procesos de planificación empresarial.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha definido el concepto de organización empresarial en el sector de la intermediación turística y los principios que deben regir en este tipo de organizaciones.
- b) Se han descrito los sistemas y los tipos de organización empresarial propios de las empresas del sector.
- c) Se han definido las estructuras organizativas propias de las empresas de intermediación turística.
- d) Se han caracterizado las áreas y/o departamentos y las relaciones que existen entre ellos.
- e) Se han diseñado diferentes organigramas atendiendo a diferentes tipologías y características de empresas de intermediación turística.
- f) Se han descrito las funciones, responsabilidades y tareas a desempeñar en los distintos puestos de trabajo.
- g) Se ha definido el concepto de planificación empresarial.
- h) Se han establecido las etapas del proceso de planificación.
- i) Se ha valorado la importancia de la planificación como herramienta de la gestión empresarial.

3. Controla la rentabilidad de las entidades de intermediación turística caracterizando los procesos económicos y financieros.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha descrito el concepto de gestión económica y financiera en entidades de intermediación turística.
- b) Se ha interpretado el concepto de patrimonio e identificado sus elementos y las masas patrimoniales.
- c) Se ha analizado el concepto de presupuesto y su función.
- d) Se han clasificado y elaborado distintos tipos de presupuestos y la aplicación de medidas correctoras.
- e) Se ha caracterizado la estructura financiera de las empresas de intermediación turística.
- f) Se han definido y clasificado los costes de explotación de este tipo de empresas.
- g) Se han aplicado los procedimientos para el cálculo e imputación de costes.
- h) Se ha analizado la de rentabilidad de las empresas de intermediación turística.
- i) Se han calculado e interpretado ratios, margen de beneficio y umbral de rentabilidad.
- j) Se han utilizado aplicaciones informáticas de gestión.

4. Realiza la gestión administrativa caracterizando los procesos de las empresas de intermediación.



Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado y caracterizado los procesos administrativos en empresas de intermediación turística derivados de las relaciones con proveedores o proveedoras de servicios y con clientes o clientas.
- b) Se ha formalizado la documentación relativa a la gestión administrativa de clientela y proveedores o proveedoras.
- c) Se ha analizado la normativa fiscal y el régimen especial de las agencias de viajes.
- d) Se ha reconocido el procedimiento para la gestión administrativa de las incidencias.
- e) Se han identificado y caracterizado las operaciones habituales de caja y con entidades bancarias.
- f) Se han identificado los procedimientos de aprovisionamiento, inventario y control de documentos internos y de proveedores de servicios.
- g) Se han reconocido diversas estrategias comerciales y de distribución de entidades de intermediación turística.
- a) Se han aplicado sistemas informáticos de gestión administrativa y comercial.

5. Dirige los recursos humanos reconociendo y caracterizando métodos para la organización, selección y formación del personal.

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido los sistemas de dirección de equipos de trabajo más apropiados en función del tipo de empresa de intermediación turística.
- b) Se han diseñado turnos, horarios y planificado las vacaciones del personal dependiendo del tipo de empresa y aplicando la normativa vigente.
- c) Se ha tenido en cuenta la necesidad de personal según diversas variables como mayor demanda, nuevos productos y otras.
- d) Se han establecido los métodos más idóneos para la selección de personal en función del tipo de empresa y del puesto a desempeñar.
- e) Se ha definido el concepto de manual de empresa y se ha analizado su contenido y función.
- f) Se han caracterizado las diversas estrategias relacionadas con la motivación del personal.
- g) Se ha tenido en cuenta la necesidad de la formación y desarrollo de carreras profesionales en el ámbito de las empresas de intermediación turística.

6. Gestiona la calidad de los servicios de intermediación turística analizando, seleccionando y aplicando el sistema de calidad que mejor se adapta a la empresa.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado el concepto de calidad y sus objetivos en el subsector de las empresas de intermediación turística.
- b) Se ha valorado la aplicación de diferentes sistemas de calidad
- c) Se ha reconocido la aplicación de un sistema de calidad basado en las normas estandarizadas.
- d) Se han determinado los sistemas previos a la implantación de un sistema de calidad: formación personal y equipo de calidad y de mejora en la organización de las empresas.
- e) Se ha establecido el diseño y elaboración de los diferentes procesos de las áreas y/o departamentos.

- f) Se han definido y aplicado las herramientas de gestión de la calidad (autoevaluación, planificación de la mejora, sistemas de indicadores, sistemas de encuesta, sistemas de quejas y sugerencias).
- g) Se ha aplicado el sistema de gestión de calidad.

c) Contenidos básicos:

1. CARACTERIZACIÓN DE ENTIDADES DE INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Clasificación las agencias de viajes según la normativa vigente, caracterizando las funciones que realizan. - Análisis de los requisitos específicos para su funcionamiento. - Caracterización de otras tipologías de agencias de viajes atendiendo a su especialización y a los servicios que ofertan. - Caracterización de las funciones de los diferentes tipos de entidades de intermediación turística.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Agencias de viajes. Concepto. Evolución histórica. Clasificación legal. - Requisitos específicos para su funcionamiento. - Agencias de viajes especializadas. Servicios que ofertan. Las franquicias. - Otras figuras de intermediación y gestión de servicios y productos turísticos. - Centrales de reservas. GDS's. - Normativa europea, nacional y autonómica aplicable a la actividad de intermediación de servicios turísticos. - Deontología profesional. - Manual de buenas practicas turísticas. - Organismos y asociaciones nacionales e internacionales.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Interés por las relaciones humanas y técnicas de comunicación. - Aprendizaje autónomo.

2. ORGANIZACIÓN DE ENTIDADES DE INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de los sistemas y los tipos de organización empresarial propios de las empresas del sector. - Caracterización de las áreas, departamentos y las relaciones que existen entre ellos. - Diseño de diferentes organigramas atendiendo a diferentes tipologías y características de empresas de intermediación turística. - Descripción de las funciones, responsabilidades y tareas a desempeñar en los distintos puestos de trabajo.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Empresas de intermediación turística. Principios. - Sistemas y tipos de organización. - Estructuras organizativas. - Departamentalización o áreas. Relaciones interdepartamentales. - Diseño de organigramas. Puestos y funciones. - Aplicaciones informáticas para realizar organigramas y diagramas. - Planificación y planes empresariales. Estrategias y políticas.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de la importancia de la planificación como herramienta de



	<p>la gestión empresarial.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Responsabilización con el trabajo a desarrollar. - Creatividad y liderazgo. - Interés por el trabajo sistemático y organizado.
--	---

3. CONTROL DE LA RENTABILIDAD EN ENTIDADES DE INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis del concepto de presupuesto y su función. - Clasificación y elaboración de distintos tipos de presupuestos y la aplicación de medidas correctoras. - Caracterización de la estructura financiera de las empresas de intermediación turística. - Análisis de balances y cuentas de resultados de las empresas de intermediación turística. - Análisis de la estructura de ingresos y gastos de las empresas de intermediación turística. - Aplicación de los procedimientos para el cálculo e imputación de costes. - Análisis de la de rentabilidad de las empresas de intermediación turística. - Cálculo e interpretación de ratios, margen de beneficio y umbral de rentabilidad. - Aplicaciones informáticas de gestión económico-financiera. Hoja de calculo: funciones económicas-financieras.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Concepto de gestión económica y financiera en las empresas de intermediación turística. - El patrimonio. Concepto. Elementos y masas patrimoniales. - Cobros y Pagos. Periodificación contable. Principio de “Caja” frente a “Cuenta de Resultados”. - Presupuestos. Tipos. Elaboración de presupuestos. Control, desviaciones y medidas correctoras. - Financiación. Estructura financiera de la empresa. Fuentes de financiación. - Fuentes externas: créditos y prestamos bancarios. - Los costes. Tipos. Cálculo e imputación de costes derivados de la gestión de empresas de intermediación turística.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de la utilización de aplicaciones informáticas. - Interés por el trabajo sistemático y organizado.

4. REALIZACIÓN DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Formalización de la documentación relativa a la gestión administrativa de la clientela y proveedores o proveedoras. - Análisis de la normativa fiscal y el régimen especial de las agencias de viajes. - Cálculo y liquidación del IVA. - Gestión administrativa de las incidencias. - Identificación de los procedimientos de aprovisionamiento, inventario y control de documentos internos y de proveedores o proveedoras de servicios. - Reconocimiento de diversas estrategias comerciales y de distribución de entidades de intermediación turística. - Control de caja y bancos. Análisis de la información bancaria.
-----------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> - Arqueo de caja diaria. - Gestión de impagos y devoluciones. - Gestión del almacén. Inventarios. Control de existencias de documentos internos y externos. - Gestión comercial y canales de distribución. Estrategias. - Aplicación de sistemas informáticos de gestión administrativa y comercial.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Procesos administrativos derivados de las relaciones con proveedores o proveedoras de servicios. Procedimientos. Documentos: liquidaciones, pago de facturas, BSP y otros. - I.V.A. Concepto. Tipos impositivos. Régimen especial de las agencias de viajes. Normativa. - Procesos administrativos derivados de las relaciones con la clientela. Procedimiento. Documentos.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de la importancia de los procedimientos en las operaciones con terceros: clientela, proveedores o proveedoras, instituciones financieras. - Valoración de la utilización de aplicaciones informáticas. - Iniciativa y autonomía en la ejecución de los trabajos.

5. DIRECCIÓN DE RR.HH. EN LAS EMPRESAS DE INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de los sistemas de dirección de equipos de trabajo más apropiados en función del tipo de empresa de intermediación turística. - Diseño de turnos, horarios y planificación de las vacaciones del personal dependiendo del tipo de empresa y aplicando la normativa vigente. - Establecimiento de los métodos más idóneos para la selección de personal en función del tipo de empresa y del puesto a desempeñar. - Caracterización de las diversas estrategias relacionadas con la motivación del personal.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Dirección de equipos de trabajo: sistemas de dirección, tipos de mando y liderazgo. - Organización del personal: planificación de turnos, horarios, calendarios y otros. - Negociación laboral y gestión de conflictos. - Previsión de plantillas. - Selección de personal. Métodos. Perfiles profesionales. - Manual de empresa. Concepto, contenido y función. - La motivación. Concepto. Estrategias de incentivos a la producción: promoción y salarios. - La formación. Programas de formación. Carreras profesionales.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Motivación emprendedora en el desarrollo de procesos de RR.HH.

6. CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación del concepto de calidad y sus objetivos en el subsector de las empresas de intermediación turística. - Valoración de la aplicación de diferentes sistemas de calidad. - Reconocimiento de la aplicación de un sistema de calidad basado en las normas estandarizadas.
------------------------	--



	<ul style="list-style-type: none"> - Determinación de los sistemas previos a la implantación de un sistema de calidad: formación personal y equipo de calidad y de mejora en la organización de las empresas. - Establecimiento del diseño y elaboración de los diferentes procesos de las áreas y/o departamentos. - Definición y aplicación de las herramientas de gestión de la calidad (autoevaluación, planificación de la mejora, sistemas de indicadores, sistemas de encuesta, sistemas de quejas y sugerencias). - Aplicación del sistema de gestión de calidad.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Concepto, evolución, elementos y principios rectores de la calidad en el sector turístico. - Objetivos generales en el subsector de las empresas de intermediación turística. - Implantación de un sistema de control de calidad de una consultora externa a la empresa. - Sellos de calidad turística: ISO, Q, etc. - Los costes de la calidad. - Turismo y sostenibilidad: gestión medioambiental en la empresa turística.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Motivación por la calidad. - Sensibilidad hacia temas medioambientales.

d) Orientaciones metodológicas

Para la organización y desarrollo del proceso de enseñanza aprendizaje de este módulo se sugieren las siguientes recomendaciones:

1) Secuenciación

La presentación de los bloques de contenidos planteada en el módulo parece adecuada si bien cabe alguna variante. Parece lógico comenzar con las características y organización de entidades de intermediación turística, para continuar con el control de la rentabilidad y la gestión administrativa y comercial. Es en este punto donde cabría la posibilidad, en función del punto de vista del docente, de impartir primero la gestión administrativa y comercial y posteriormente, el control de la rentabilidad de las empresas turísticas. Se puede continuar con dirección de recursos humanos para finalizar con la calidad en este tipo de empresas.

2) Aspectos metodológicos

Este módulo está orientado al conocimiento de las empresas de intermediación turísticas, analizando sus estructuras organizativas su planificación económico-financiera, su gestión administrativa y comercial y los sistemas de calidad.

Después de explorar los conocimientos previos que el alumnado tiene sobre el tema para poder adaptar los contenidos, el profesorado expone los contenidos de naturaleza teórico-práctica correspondientes a cada unidad didáctica mediante explicaciones y exposiciones —utilización de las TIC— que susciten la curiosidad, motivación y participación activa del alumnado.

En las distintas unidades didácticas se plantean diversos ejercicios prácticos y actividades —individuales y en grupo— que ayuden a comprender las exposiciones del

profesor o de la profesora e introduzcan distintos niveles de dificultad hasta alcanzar las destrezas requeridas para el desempeño de su profesión.

La realización de actividades, ejercicios y supuestos prácticos serán resueltos en clase de forma individual o colectiva. El profesor o la profesora realizará un seguimiento individualizado de las actividades y ejercicios prácticos, interviniendo en un primer momento en la ejecución, corrección, asesoramiento y valoración de los procedimientos pero con el objetivo de que sea el alumnado el que adquiera protagonismo y termine siendo autónomo en la ejecución de los distintos procedimientos.

La utilización de equipos informáticos permite que los estudiantes aprendan efectivamente mientras realizan actividades prácticas, simulando las mismas situaciones a las que se enfrentarán en el mundo real. Se utilizara software específico como: hoja de cálculo; software de facturación y contable; software de gestión de AAVV, Centrales de reservas y GDS.

3) Actividades significativas y aspectos críticos de la evaluación

- ✓ Análisis de entidades de intermediación turísticas
 - Análisis de los distintos grupos de empresas turísticas.
 - Identificación de empresas que componen los grupos: Orizonia, Globalia, Grupo Marsans, Barcelo...
 - Caracterización de asociaciones de AAVV: AEDAVE, FEAAV, ACAV, Unidas...
 - Ranking de Agencias por distintos criterios: ventas, trabajadores, tipos de mercado, tipos de producto...
 - Instalación de una AAVV por cuenta propia o como franquicia.
 - Solicitud de instalación de una AAVV.
 - Solicitud de licencia IATA.
 - Listado de tramites para crear una AAVV.

- ✓ Organización de entidades de intermediación turísticas
 - Identificación de una empresa turística, análisis del tipo de organización por:
 - Organización jerárquica.
 - Organización funcional.
 - Por proyectos.
 - Por departamentos.
 - Organización mixta.
 - Por redes.
 - Uso de una aplicación informática para realizar los organigramas correspondientes a las organizaciones mencionadas.
 - Uso de una aplicación informática para realizar diagramas, cuando se adecuen mejor al tipo de organización que los organigramas.

- ✓ Control de la rentabilidad en entidades de intermediación turísticas
 - Confección de estados contables:
 - Diario de caja y bancos. Liquidaciones de BSP.
 - Documento para estado de tesorería (cobros y pagos).
 - Documento para cuenta de resultados (ingresos y gastos).
 - Documento para balances periódicos.
 - Documento para balance de situación.
 - Elaboración de presupuestos:



- Cálculo de precio objetivo para distintos supuestos.
 - Presupuestos de cobros.
 - Presupuestos de pagos.
 - Presupuesto de Tesorería.
- Utilización de una hoja de cálculo para la resolución de presupuestos, documentos contables, márgenes, ratios de rentabilidad...
- ✓ Gestión administrativa y comercial
 - Gestión de documentos internos:
 - Hoja-formulario de reservas.
 - Fichas de clientes.
 - Documentos de control:
 - Registro de expedientes
 - Registro de facturas
 - Registro de existencias de billeteaje, bonos, catálogos...
 - Registro de reservas, salidas-llegadas de la clientela
 - Gestión de documentos externos:
 - Recibos de cobro en efectivo.
 - Facturas.
 - Bonos para todos los productos-servicios.
 - Itinerarios y documentación varia.
 - Otros como tarjetas de visita, formulario para comunicaciones y faxes, cartelería para escaparates.
 - Liquidaciones de IVA. Facturas de IVA emitido (comisiones de intermediación).
 - Utilización de software de gestión de AAVV.
- ✓ Dirección de RR.HH.
 - Utilización de terminología y conceptos en recursos humanos.
 - Planificación de plantillas.
 - Previsión de personal según el tipo de empresa y época del ejercicio económico.
 - Creación de perfiles profesionales.
 - Diseño de tareas y funciones de cada puesto de trabajo.
 - Diseño de incentivos a la producción.
- ✓ Gestión de la calidad en los servicios de intermediación turística
 - Utilización de terminología y conceptos de calidad.
 - Aplicación de alguna fase de algún sistema de calidad —o el sistema completo— al aula y/o a los materiales que se utilicen en el aula.

Módulo Profesional 9

INGLÉS

a) Presentación

Módulo profesional:	Inglés
Código:	0179
Ciclo formativo:	Agencias de Viajes y Gestión de Eventos
Grado:	Superior
Familia Profesional:	Hostelería y Turismo
Duración:	165 horas
Curso:	1º
Nº de Créditos:	7
Especialidad del profesorado:	Inglés (Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria)
Tipo de módulo:	Asociado a la unidad de competencia: UC1057_2: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario independiente, en las actividades turísticas. UC1072_3: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario competente, en los servicios turísticos de guía y animación.
Objetivos generales:	4 5 8 9

b) Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Reconoce información profesional y cotidiana contenida en todo tipo de discursos orales emitidos por cualquier medio de comunicación en lengua estándar, interpretando con precisión el contenido del mensaje.

Criterios de evaluación:

- Se ha identificado la idea principal del mensaje.
- Se ha reconocido la finalidad de mensajes radiofónicos y de otro material grabado o retransmitido pronunciado en lengua estándar identificando el estado de ánimo y el tono del o de la hablante.
- Se ha extraído información de grabaciones en lengua estándar relacionadas con la vida social, profesional o académica.
- Se han identificado los puntos de vista y las actitudes del o de la hablante.
- Se han identificado las ideas principales de declaraciones y mensajes sobre temas concretos y abstractos, en lengua estándar y con un ritmo normal.
- Se ha comprendido con todo detalle lo que se le dice en lengua estándar, incluso en un ambiente con ruido de fondo.

- g) Se han extraído las ideas principales de conferencias, charlas e informes, y otras formas de presentación académica y profesional lingüísticamente complejas.
- h) Se ha tomado conciencia de la importancia de comprender globalmente un mensaje, sin entender todos y cada uno de los elementos del mismo.

2. Interpreta información profesional contenida en textos escritos complejos, analizando de forma comprensiva sus contenidos.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha leído con un alto grado de independencia, adaptando el estilo y la velocidad de la lectura a distintos textos y finalidades y utilizando fuentes de referencia apropiadas de forma selectiva.
- b) Se ha interpretado la correspondencia relativa a su especialidad, captando fácilmente el significado esencial.
- c) Se han interpretado, con todo detalle, textos extensos y de relativa complejidad, relacionados o no con su especialidad, siempre que pueda volver a leer las secciones difíciles.
- d) Se ha relacionado el texto con el ámbito del sector a que se refiere.
- e) Se ha identificado con rapidez el contenido y la importancia de noticias, artículos e informes sobre una amplia serie de temas profesionales y decide si es oportuno un análisis más profundo.
- f) Se han realizado traducciones de textos complejos utilizando material de apoyo en caso necesario.
- g) Se han interpretado mensajes técnicos recibidos a través de soportes telemáticos: e-mail, fax.
- h) Se han interpretado instrucciones extensas y complejas, que estén dentro de su especialidad.

3. Emite mensajes orales claros y bien estructurados, analizando el contenido de la situación y adaptándose al registro lingüístico del interlocutor o de la interlocutora.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los registros utilizados para la emisión del mensaje.
- b) Se ha expresado con fluidez, precisión y eficacia sobre una amplia serie de temas generales, académicos, profesionales o de ocio, marcando con claridad la relación entre las ideas.
- c) Se ha comunicado espontáneamente, adoptando un nivel de formalidad adecuado a las circunstancias.
- d) Se han utilizado normas de protocolo en presentaciones formales e informales.
- e) Se ha utilizado correctamente la terminología de la profesión.
- f) Se han expresado y defendido puntos de vista con claridad, proporcionando explicaciones y argumentos adecuados.
- g) Se ha descrito y secuenciado un proceso de trabajo de su competencia.
- h) Se ha argumentado con todo detalle, la elección de una determinada opción o procedimiento de trabajo elegido.
- i) Se ha solicitado la reformulación del discurso o parte del mismo cuando se ha considerado necesario.

4. Elabora documentos e informes propios del sector o de la vida académica y cotidiana, relacionando los recursos lingüísticos con el propósito del mismo.

Criterios de evaluación:

- a) Se han redactado textos claros y detallados sobre una variedad de temas relacionados con su especialidad, sintetizando y evaluando información y argumentos procedentes de varias fuentes.
- b) Se ha organizado la información con corrección, precisión, coherencia y cohesión, solicitando y/o facilitando información de tipo general o detallada.
- c) Se han redactado informes, destacando los aspectos significativos y ofreciendo detalles relevantes que sirvan de apoyo.
- d) Se ha cumplimentado documentación específica de su campo profesional.
- e) Se han aplicado las fórmulas establecidas y el vocabulario específico en la cumplimentación de documentos.
- f) Se han resumido artículos, manuales de instrucciones y otros documentos escritos, utilizando un vocabulario amplio para evitar la repetición frecuente.
- g) Se han utilizado las fórmulas de cortesía propias del documento a elaborar.

5. Aplica actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación, describiendo las relaciones típicas características del país de la lengua extranjera.

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido los rasgos más significativos de las costumbres y usos de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.
- b) Se han descrito los protocolos y normas de relación social propios del país.
- c) Se han identificado los valores y creencias propios de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.
- d) Se ha identificado los aspectos socio-profesionales propios del sector, en cualquier tipo de texto.
- e) Se han aplicado los protocolos y normas de relación social propios del país de la lengua extranjera.
- f) Se han reconocido los marcadores lingüísticos de la procedencia regional.

c) Contenidos básicos:

1. COMPRENSIÓN DE MENSAJES ORALES	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Comprensión de mensajes orales profesionales y cotidianos tanto directos como telefónicos, radiofónicos y grabados. - Identificación de las ideas principales y secundarias de un texto oral. - Reconocimiento de recursos lingüísticos tales como: acuerdo y desacuerdos, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Terminología específica del sector de la Gestión del alojamiento. - Recursos gramaticales necesarios para la comprensión oral de los textos. P.e.: tiempos verbales, preposiciones, phrasal verbs, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales... - Diferentes acentos de lengua oral.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Interés por comprender. - Respeto por las normas de cortesía y diferencias de registro propias de cada lengua.



2. INTERPRETACIÓN DE MENSAJES ESCRITOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Comprensión de mensajes, textos y artículos básicos profesionales y cotidianos. - Comprensión de textos en cualquier tipo de soporte tradicional o telemático: fax, e-mail, burofax. - Reconocimiento de las diferentes tipologías textuales en relación con el sector. - Reconocimiento de las relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado. - Diferenciación de las relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Terminología específica del sector de alojamiento turístico. - Recursos gramaticales necesarios para la comprensión de textos escritos: tiempos verbales, preposiciones, phrasal verbs, locuciones, expresión de la condición, duda y deseo; uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales... - Estructura de las diferentes tipologías textuales más comunes en relación a este sector.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Interés por comprender. - Autonomía en la utilización de los recursos necesarios para comprender cualquier tipo de texto relacionado con la profesión. - Respeto por las normas de cortesía y diferencias de registro propias de cada lengua. - Actitud reflexiva y crítica hacia las fuentes de información.

3. PRODUCCIÓN DE MENSAJES ORALES

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Uso de recursos lingüísticos tales como: acuerdos y desacuerdos, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia. - Utilización de marcadores lingüísticos de relaciones sociales, normas de cortesía y diferencias de registro. - Mantenimiento y seguimiento del discurso oral: toma, mantenimiento y cesión del turno de palabra, apoyo, demostración de entendimiento, petición de aclaración, etc. - Uso de la entonación como recurso de cohesión del texto oral: uso de los patrones de entonación.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos gramaticales en relación a la producción de mensajes orales: tiempos verbales, preposiciones, phrasal verbs, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales... - Registros utilizados en la emisión de mensajes orales. - Terminología específica del sector turístico. - Fonética, entonación y ritmo en relación a los diferentes mensajes orales.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Actitud positiva hacia el uso de la lengua inglesa en el aula. - Participación activa en el intercambio de información. - Toma de conciencia de la propia capacidad para comunicarse en la lengua extranjera.

	- Respeto por la normas de cortesía y diferencias de registro propias de cada lengua.
--	---

4. EMISIÓN DE TEXTOS ESCRITOS	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Expresión y cumplimentación de documentos y textos profesionales del sector y cotidianos en diferentes soportes. - Elaboración de textos coherentes: <ul style="list-style-type: none"> • Adecuación del texto al contexto comunicativo. • Tipo y formato del texto. • Variedad de lengua. • Registro. • Inicio del discurso e introducción del tema. Desarrollo y expansión: ejemplificación. Conclusión y resumen del discurso. • Utilización adecuada de la terminología específica del sector. • Selección de estructuras sintácticas. • Uso de los signos de puntuación.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Terminología específica del sector. - Recursos gramaticales necesarios para la emisión de textos: tiempos verbales, preposiciones, phrasal verbs, verbos modales, locuciones, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto. - Otros recursos: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado. - Nexos: although, even if, in spite of, despite, however, in contrast... - Derivación: sufijos para formar adjetivos y sustantivos. - Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad. - Estructura de las diferentes tipologías textuales más comunes en relación a este sector.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de la necesidad de coherencia en el desarrollo del texto. - Autonomía en la utilización de los recursos necesarios para la emisión de cualquier tipo de texto relacionado con la profesión. - Respeto por la normas de cortesía y diferencias de registro propias de cada lengua.

5. IDENTIFICACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS ELEMENTOS CULTURALES MÁS SIGNIFICATIVOS QUE SE RELACIONAN CON LA LENGUA INGLESA	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Uso de los recursos formales y funcionales en situaciones que requieren un comportamiento socio-profesional con el fin de proyectar una buena imagen de la empresa. - Uso de registros adecuados según el contexto de la comunicación, el interlocutor o la interlocutora y la intención de los interlocutores o las interlocutoras.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Elementos socio-culturales más significativos de los países de lengua inglesa.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de las normas socioculturales y protocolarias en las



relaciones internacionales.

- Reconocimiento de la lengua extranjera para profundizar en conocimientos que resulten de interés a lo largo de la vida personal y profesional.

d) Orientaciones metodológicas

Para la organización y desarrollo del proceso de enseñanza aprendizaje de este módulo se sugieren las siguientes recomendaciones:

1) Secuenciación

Los contenidos procedimentales son los de más peso en el área de las lenguas y por lo tanto serán muy importantes a la hora de organizar el proceso de trabajo en el aula.

Por otra parte, es necesario organizar un recorrido didáctico en el que estos procedimientos se trabajen en relación a situaciones de comunicación lingüística en torno a la profesión de que se trata.

Así pues, el desarrollo de las competencias lingüísticas básicas: comprensión oral, comprensión escrita, expresión oral, interacción oral y expresión escrita (PEL) es el objetivo a conseguir siempre en relación a las situaciones que este puesto profesional presenta.

A continuación, y para ayuda del docente sugeriremos un listado de temas de los diferentes módulos que componen este título que pueden ser importantes para trabajar en el área de inglés:

- Estructura del mercado turístico
- Protocolo y relaciones públicas
- Recepción y reservas
- Marketing turístico
- Formación y Orientación Laboral
- Comercialización de eventos
- Empresa e Iniciativa Emprendedora

El orden de este listado no implica una secuenciación de la asignatura. Es más, lo pertinente sería que hubiera una coordinación del profesor o la profesora de inglés con el resto de profesores de los módulos para abordar estos temas simultáneamente.

2) Aspectos metodológicos

Se sugiere que el profesorado base el enfoque metodológico en el aula abordando situaciones reales de comunicación como medio de adquisición del complejo global de conocimiento que supone una lengua.

La lengua inglesa será el instrumento de comunicación en el aula y se animará al alumnado a utilizarla aunque su expresión no sea correcta.

El objetivo es que desarrollen las cinco competencias lingüísticas, citadas en el anterior apartado (PEL) y en cuanto a los contenidos conceptuales, estos se trabajarán supeditados a las necesidades lingüísticas que vayan surgiendo paulatinamente.

Así pues, uno de los objetivos más importantes es que el alumnado aprenda a aprender. Es decir, que sea autónomo para planificar las tareas, proyectos lo que significa que sea capaz en última instancia de:

- Marcar objetivos de aprendizaje.
- Elegir materiales, métodos y tareas.
- Llevar a cabo el trabajo.
- Establecer criterios de evaluación y utilizarlos.

Todo esto tanto individualmente como en grupo porque no podemos olvidar el factor social en el aprendizaje. Para conseguir esto, tendremos que dar a los alumnos y las alumnas la oportunidad real de aprender a planificar, desarrollar el trabajo y evaluarlo. Esto supondrá un proceso de implicación y protagonismo paulatino del alumnado en el aula.

En relación a la propia organización del espacio en el aula, lo ideal parece ser una clase fácilmente adaptable al trabajo en grupo, parejas o individual. Una clase donde se pueda tener material, ordenadores con conexión a internet, cañón de video, corchos para colocar posters con los planes de trabajo de los grupos, etc.

En cuanto a los materiales se recomiendan recursos diferentes y material auténtico: revistas, páginas web, folletos, catálogos, documentos, material audiovisual...

3) Actividades significativas y aspectos críticos de la evaluación

- ✓ Haremos una descripción de un banco actividades e ideas que puedan ser útiles para el desarrollo de este módulo.
- ✓ Elaboración de proyectos. A la hora de comenzar un nuevo tema se puede hacer un “brainstorming” en grupos pequeños donde muchas veces sirve la fórmula: qué sabes, qué dudas tienes y qué quieres aprender o saber hacer sobre el tema en cuestión. Los alumnos y las alumnas, en grupos pequeños o en parejas, eligen qué aspecto del tema les interesa más desarrollar. Una vez elaborado el trabajo, los diferentes proyectos se presentan oralmente y se comparte con el resto de la clase el contenido del tema, el vocabulario o las expresiones aprendidas y los procedimientos utilizados en la elaboración del mismo.

Una variante de la actividad anterior es la resolución de problemas que se pueden plantear en torno a quejas, lanzamiento de un producto. Este puede ser el proceso a seguir:

- Identificación del problema.
 - Familiarización con el problema (qué es lo que sabemos acerca de cualquier aspecto de este problema).
 - Planificación y desarrollar las tareas (resuelven cuestiones a través de la discusión e investigación).
 - Intercambio de resultados con los demás oralmente o por escrito.
 - Reflexión sobre lo que han aprendido y sacar conclusiones para posteriores proyectos (qué ha estado bien y qué tengo que mejorar).
- ✓ Debates sobre un tema. Procedimiento: los alumnos y las alumnas leen diferentes textos relacionados con el tema y contestan las preguntas a debatir. Se nombra un coordinador en cada grupo y se hace una puesta en común. El moderador por último recoge las conclusiones.
 - ✓ Desarrollo de una página web o blog a lo largo del curso donde cada alumno y alumna podrá recoger las actividades, diccionario, ideas, enlaces web que le puedan servir en el futuro.



- ✓ Tarjetas de conversación: cada alumno o alumna escribe en una tarjeta un tema o situación con varias preguntas (preguntas de un cliente o una clienta, reclamaciones, explicaciones puntuales, informaciones breves etc.). Cada semana se saca una tarjeta y cada grupo habla o escenifica la situación.
- ✓ Interpretación y elaboración de documentos relacionados con el sector: cartas comerciales, folletos, catálogos, reservas, traducciones, informes, currículo...
- ✓ Actividades relacionadas con contenidos conceptuales del idioma. Al evaluar las tareas si se detectan problemas relacionados con contenidos conceptuales, se dedicará un periodo delimitado de tiempo para que cada alumno trabaje sobre lo que necesita utilizando gramáticas, páginas web, audios. Los alumnos y las alumnas harán una puesta en común y compartirán lo que han aprendido con los demás.
- ✓ Auto-evaluación del proceso de trabajo. Al finalizar las tareas, los alumnos y las alumnas rellenarán una hoja de auto-evaluación y sacarán conclusiones sobre lo que han aprendido y sus necesidades futuras.

Módulo Profesional 10

SEGUNDA LENGUA EXTRANJERA

a) Presentación

Módulo profesional:	Segunda lengua extranjera
Código:	0180
Ciclo formativo:	Agencias de Viajes y Gestión de Eventos
Grado:	Superior
Familia Profesional:	Hostelería y Turismo
Duración:	120 horas
Curso:	2º
Nº de Créditos:	7
Especialidad del profesorado:	Lengua extranjera (Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria)
Tipo de módulo:	Asociado a la unidad de competencia: UC1073_3: Comunicarse en una lengua extranjera distinta del inglés, con un nivel de usuario competente, en los servicios turísticos de guía y animación.
Objetivos generales:	4 5 8 9

b) Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Reconoce información cotidiana y profesional específica contenida en discursos orales claros y sencillos emitidos en lengua estándar, identificando el contenido global del mensaje.

Criterios de evaluación:

- Se han situado el mensaje en su contexto profesional.
- Se ha captado la idea principal del mensaje.
- Se ha identificado la información específica contenida en el mismo.
- Se ha identificado la actitud e intención del interlocutor o de la interlocutora.
- Se han extraído las ideas principales de un mensaje emitido por un medio de comunicación.
- Se ha identificado el hilo argumental de una situación comunicativa visionada.
- Se han determinado los roles que aparecen en una secuencia visionada.

2. Interpreta información profesional escrita contenida en textos sencillos, analizando de forma comprensiva sus contenidos.

Criterios de evaluación:



- a) Se ha leído de forma comprensiva textos específicos de su ámbito profesional.
- b) Se ha identificado con precisión la terminología utilizada.
- c) Se ha extraído la información más relevante de un texto relativo a su profesión.
- d) Se han realizado traducciones directas e inversas de textos específicos sencillos, utilizando materiales de consulta y diccionarios técnicos.
- e) Se ha interpretado el mensaje recibido a través de soportes telemáticos: e-mail, fax.
- f) Se ha relacionado el texto con el ámbito del sector a que se refiere.
- g) Se han leído con cierto grado de independencia distintos tipos de textos, adaptando el estilo y la velocidad de lectura aunque pueda presentar alguna dificultad con modismos poco frecuentes.

3. Emite mensajes orales sencillos, claros y bien estructurados, relacionando el propósito del mensaje con las estructuras lingüísticas adquiridas.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha comunicado utilizando fórmulas sencillas, nexos de unión y estrategias de interacción.
- b) Se ha utilizado correctamente la terminología de la profesión.
- c) Se han manifestado preferencias laborales en su sector profesional.
- d) Se ha descrito con relativa fluidez su entorno profesional más próximo.
- e) Se han secuenciado las actividades propias de un proceso productivo de su sector profesional.
- f) Se han realizado, de manera clara, presentaciones breves y preparadas sobre un tema dentro de su especialidad.
- g) Se han utilizado normas de protocolo en presentaciones adaptadas a su nivel.
- h) Se ha respondido a preguntas breves complementarias relativas a su profesión.
- i) Se ha intercambiado, con cierta fluidez, información específica utilizando frases de estructura sencilla.

4. Elabora textos sencillos, relacionado reglas gramaticales con el propósito de los mismos.

- a) Se ha cumplimentado información básica requerida en distintos tipos de documentos.
- b) Se ha elaborado una solicitud de empleo a partir de una oferta de trabajo dada.
- c) Se ha redactado un breve currículum.
- d) Se ha cumplimentado un texto dado con apoyos visuales y claves lingüísticas aportadas.
- e) Se ha elaborado un pequeño informe con un propósito comunicativo específico.
- f) Se ha redactado una carta comercial a partir de instrucciones detalladas y modelos dados.
- g) Se han realizado resúmenes breves de textos sencillos, relacionados con su entorno profesional.

5. Aplica actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación, describiendo las relaciones típicas características del país de la lengua extranjera.

- a) Se han definido los rasgos más significativos de las costumbres y usos de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.
- b) Se han descrito los protocolos y normas de relación social propios del país.
- c) Se han identificado los valores y creencias propios de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.
- d) Se han identificado los aspectos socio-profesionales propios del sector, en cualquier tipo de texto.

- e) Se han aplicado los protocolos y normas de relación social propios del país de la lengua extranjera.
- f) Se han reconocido los marcadores lingüísticos de la procedencia regional.

c) Contenidos básicos:

1. COMPRENSIÓN DE MENSAJES ORALES	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Reconocimiento de mensajes profesionales del sector y cotidianos. - Identificación de mensajes directos, telefónicos, grabados. - Diferenciación de la idea principal y las ideas secundarias. - Reconocimiento de otros recursos lingüísticos: gustos y preferencias, sugerencias, argumentaciones, instrucciones, expresión de la condición y duda y otros. - Identificación de la actitud y la intención del interlocutor o de la interlocutora: exigencia, enfado, ironía. - Determinación de los roles profesionales de los y las participantes en un diálogo o situación de comunicación.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Terminología específica del sector. - Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, adverbios, locuciones preposicionales y adverbiales, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto y otros. - Diferentes niveles de lengua oral: coloquial, protocolaria según la profesión.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Toma de conciencia de la importancia de la lengua extranjera en el mundo profesional. - Respeto e interés por comprender y hacerse comprender. - Respeto por las normas y protocolos socio-profesionales.

2. INTERPRETACIÓN DE MENSAJES ESCRITOS	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Comprensión de mensajes, textos, artículos básicos profesionales y cotidianos. - Diferenciación de la idea principal y las ideas secundarias. - Reconocimiento de las relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado. - Diferenciación de las relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad. - Interpretación de una oferta de trabajo aparecida en prensa. Utilización de diccionarios y otros materiales y fuentes de consulta.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Terminología profesional propia del sector. - Soportes telemáticos: fax, e-mail, burofax. Páginas web.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Respeto e interés por comprender y hacerse comprender. - Muestra de interés por aspectos profesionales de otras culturas.



3. PRODUCCIÓN DE MENSAJES ORALES

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Selección de registros utilizados en la emisión de mensajes orales. - Mantenimiento y seguimiento del discurso oral: apoyo, demostración de entendimiento, petición de aclaración y otros, respondiendo a preguntas breves e intercambiando informaciones específicas. - Entonación como recurso de cohesión del texto oral. - Expresión de preferencias laborales del sector. - Producción adecuada de sonidos y fonemas para una comprensión suficiente. - Selección y utilización de marcadores lingüísticos de relaciones sociales, normas de cortesía y diferencias de registro.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Terminología propia de la profesión, de las actividades y de su entorno laboral próximo. - Sonidos y fonemas vocálicos y consonánticos. Combinaciones y agrupaciones. - Normas de protocolo en presentaciones sencillas propias de su nivel. - Estructuras sencillas para preguntar y responder con coherencia.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Participación activa en el intercambio de información. - Toma de conciencia de la propia capacidad para comunicarse en la lengua extranjera. - Respeto por las normas de cortesía y diferencias de registro propias de cada lengua.

4. EMISIÓN DE TEXTOS ESCRITOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de textos sencillos profesionales del sector y cotidianos. - Adecuación del texto al contexto comunicativo. - Uso de los signos de puntuación. - Selección léxica, selección de estructuras sintácticas, selección de contenido relevante para una utilización adecuada de los mismos. - Elaboración de textos coherentes. - Elaboración de su curriculum vitae acompañado de carta de presentación y/o motivación.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Registros de la lengua escrita profesional. - Modelo de presentación de un curriculum. - Modelos de cartas comerciales: pedidos, facturas, reservas, fichas de inscripción.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Respeto ante los hábitos de otras culturas y sociedades y su forma de pensar. - Valoración de la necesidad de coherencia en el desarrollo del texto. - Valoración de la exactitud en la cumplimentación de documentos.

5. COMPRENSIÓN DE LA REALIDAD SOCIO-CULTURAL PROPIA DEL PAÍS	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Interpretación de los elementos culturales más significativos para cada situación de comunicación. - Uso de los recursos formales y funcionales en situaciones que requieren un comportamiento socio profesional con el fin de proyectar una buena imagen de la empresa.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Elementos culturales y protocolos más significativos de los países de lengua extranjera. - Aspectos socio-profesionales propios del sector en los diferentes países.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de las normas socioculturales y protocolarias en las relaciones internacionales. - Respeto para con otros usos y maneras de pensar.

d) Orientaciones metodológicas

Para la organización y desarrollo del proceso de enseñanza aprendizaje de este módulo se sugieren las siguientes recomendaciones:

1) Secuenciación

Dado que la presentación de los bloques de contenidos no tiene como finalidad la ordenación del proceso de formación, es necesario organizar con ellos un recorrido didáctico que priorice el logro de las capacidades comprensivas y expresivas necesarias para resolver una situación de comunicación lingüística en contexto laboral.

Para organizar la programación de este módulo, se propone que sean los procedimientos quienes dirijan el proceso de enseñanza dada la importancia que tienen en el aprendizaje de una lengua como herramienta de comunicación y la motivación que provoca su utilidad inmediata. Una situación de comunicación propia de la profesión implica unos procedimientos que hay que controlar para poder resolverla eficazmente. Los contenidos lexicales, morfológicos y sintácticos no tendrían sentido si no vehiculan un mensaje que ha de ser comprendido o expresado.

Así pues, el desarrollo de las cuatro capacidades lingüísticas básicas —comprensión oral, comprensión escrita, expresión oral y expresión escrita— es el objetivo a conseguir.

El alumnado deberá desenvolverse con cierta seguridad en el uso de la lengua extranjera, ante las situaciones que su puesto profesional le presente.

Al margen de la metodología y los materiales que utilice el profesorado, la elección de una situación sencilla, propia de la profesión, servirá para involucrar al alumnado en su propio aprendizaje. En torno a dicha situación se organizarán las estructuras gramaticales (tiempo verbal, vocabulario, etc.) pertinentes junto con el registro de lengua, las normas o protocolos sociales y/o profesionales adecuados. Todo ello constituirá las unidades didácticas que figurarán en la programación con su consiguiente temporalización.

Tal vez sería conveniente, en la presentación inicial del módulo al alumnado, reflexionar junto con él para deducir cuáles serán las situaciones mas comunes a las que se

enfrentarán en su futura vida profesional, la imperiosa necesidad de una lengua extranjera en el sector productivo en el que trabajarán, así como la apertura a otras costumbres y culturas. Esta reflexión debería afianzarles en sus posibilidades de aprender para ser cada vez más autónomos y capaces de resolver sus propios problemas cuando estén en sus puestos de trabajo. Conviene no dejar de insistir en la relación transversal que la lengua extranjera tiene con otros módulos del ciclo para que sean conscientes del perfil profesional para el que se preparan.

Por último, hay que tener en cuenta también la formación de base en lengua inglesa derivada de la etapa educativa anterior. La experiencia nos muestra que los logros obtenidos durante este aprendizaje suelen ser variopintos, casi tanto como la idiosincrasia personal de cada joven.

En la medida en que se encuentren deficitarias algunas capacidades comunicativas o se vea la necesidad de homogeneizar los conocimientos básicos en la diversidad del grupo se procederá a complementar o reforzar los conocimientos pertinentes. Para ello se definirán las unidades didácticas necesarias.

2) Aspectos metodológicos

Concibiendo la lengua como un instrumento de comunicación en el mundo profesional, se utiliza un método activo y participativo en el aula.

A pesar de tratarse de ciclos medios, se debería conceder especial importancia a la lengua oral ya que las situaciones profesionales así lo exigen.

En clase se utiliza siempre la lengua inglesa y se anima constantemente al alumnado a utilizarla aunque su expresión no sea correcta. El o la enseñante deberá infundir confianza a cada estudiante para que sea consciente de sus posibilidades de comunicación, que las tiene. Se primará la comprensión del mensaje sobre su corrección gramatical, haciendo hincapié en la pronunciación y fluidez, condicionantes para que el mensaje pase al receptor.

El trabajo en equipo ayuda a vencer la timidez inicial de los jóvenes. Así mismo, se utilizarán las grabaciones audio y vídeo para que la auto-observación y el propio análisis de sus errores, ayude a mejorar el aprendizaje en su aspecto más costoso: la producción de mensajes orales. El aprendizaje de una lengua requiere la movilización de todos los aspectos de la persona dado que es una actividad muy compleja.

La metodología comunicativa aplicada en el proceso de enseñanza/aprendizaje puede verse enriquecida con visitas a empresas del sector, preferiblemente inglesas, o invitaciones a trabajadoras y trabajadores en activo, para que ellos y ellas que provienen del entorno profesional y con una experiencia laboral, expliquen a los futuros profesionales su visión del puesto de trabajo, sus dificultades y sus ventajas.

Además de utilizar un método/libro de texto con el material audio-vídeo que el propio método aporte, se utilizarán otros soportes audio y vídeos de que disponga el centro, siempre centrados en situaciones profesionales. Así mismo se trabajará con material auténtico: cartas, facturas, guías, folletos y se consultarán páginas web inglesas.

La adquisición de una lengua es el producto de muchos factores internos del aprendiz y cada individuo tiene necesidades, estilos, ritmos e intereses diferentes, por ello hay que ofrecer materiales de diferente tipo que se adapten a sus necesidades (escrito, oral, imagen, música, nuevas tecnologías, etc.)

Las nuevas tecnologías no pueden estar ausentes en el aprendizaje ya que no lo estarán tampoco en el mundo laboral y social: Internet, e-mail, burofax, etc.

3) Actividades significativas y aspectos críticos de la evaluación

El profesorado ejercerá de dinamizador y facilitador para la utilización de la lengua inglesa oral en el aula, para que las situaciones sean lo mas creíbles posibles, implicando al máximo al alumnado en su propio aprendizaje y en la búsqueda o utilización del material.

- ✓ Uso preferente de materiales referidos al entorno profesional: manuales de uso, folletos, croquis de piezas o productos, practicando los números, fechas, horas, características descriptivas del producto o servicio ofertados.
- ✓ Análisis de materiales publicitarios en inglés sobre empresas del sector o productos y servicios, comprendiendo el vocabulario técnico y los adjetivos utilizados.
- ✓ Resolución de problemas sencillos: preguntas de un cliente o una clienta, instrucciones ante pequeños accidentes, explicaciones puntuales.
- ✓ Informaciones breves sobre la empresa o el puesto de trabajo a un supuesto cliente extranjero o clienta extranjera que llegue de visita.
- ✓ Elaboración de notas puntuales para dejar un recado a alguien o de alguien, precisiones de la tarea a realizar, fechas o cantidades de entrega, problemas surgidos.
- ✓ Presentación y explicación de una factura/nota de pago o de una aceptación de envío/entrega.
- ✓ Grabaciones en vídeo de conversaciones en clase de un grupo de alumnos y de alumnas que simulan una situación de la profesión para su análisis posterior.



Módulo Profesional 11

PROYECTO DE AGENCIAS DE VIAJES Y GESTIÓN DE EVENTOS

a) Presentación

Módulo profesional:	Proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos
Código:	0400
Ciclo formativo:	Agencias de Viajes y Gestión de Eventos
Grado:	Superior
Familia Profesional:	Hostelería y Turismo
Duración:	50 horas
Curso:	2º
Nº de Créditos:	5
Especialidad del profesorado:	Hostelería y Turismo (Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria)
Tipo de módulo:	Asociado al perfil del título
Objetivos generales:	Todos

b) Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Identifica necesidades del sector productivo, relacionándolas con proyectos tipo que las puedan satisfacer.

Criterios de evaluación:

- Se han clasificado las empresas del sector por sus características organizativas y el tipo de producto o servicio que ofrecen.
- Se han caracterizado las empresas tipo indicando la estructura organizativa y las funciones de cada departamento.
- Se han identificado las necesidades más demandadas a las empresas.
- Se han valorado las oportunidades de negocio previsibles en el sector.
- Se ha identificado el tipo de proyecto requerido para dar respuesta a las demandas previstas.
- Se han determinado las características específicas requeridas al proyecto.
- Se han determinado las obligaciones fiscales, laborales y de prevención de riesgos y sus condiciones de aplicación.
- Se han identificado posibles ayudas o subvenciones para la incorporación de nuevas tecnologías de producción o de servicio que se proponen.
- Se ha elaborado el guión de trabajo que se va a seguir para la elaboración del proyecto.

2. Diseña proyectos relacionados con las competencias expresadas en el título, incluyendo y desarrollando las fases que lo componen.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha recopilado información relativa a los aspectos que van a ser tratados en el proyecto.
- b) Se ha realizado el estudio de viabilidad técnica del mismo.
- c) Se han identificado las fases o partes que componen el proyecto y su contenido.
- d) Se han establecido los objetivos que se pretenden conseguir identificando su alcance.
- e) Se han previsto los recursos materiales y personales necesarios para realizarlo.
- f) Se ha realizado el presupuesto económico correspondiente.
- g) Se han identificado las necesidades de financiación para la puesta en marcha del mismo.
- h) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para su diseño.
- i) Se han identificado los aspectos que se deben controlar para garantizar la calidad del proyecto.

3. Planifica la implementación o ejecución del proyecto, determinando el plan de intervención y la documentación asociada.

Criterios de evaluación:

- a) Se han secuenciado las actividades ordenándolas en función de las necesidades de implementación.
- b) Se han determinado los recursos y la logística necesaria para cada actividad.
- c) Se han identificado las necesidades de permisos y autorizaciones para llevar a cabo las actividades.
- d) Se han determinado los procedimientos de actuación o ejecución de las actividades.
- e) Se han identificado los riesgos inherentes a la implementación definiendo el plan de prevención de riesgos y los medios y equipos necesarios.
- f) Se han planificado la asignación de recursos materiales y humanos y los tiempos de ejecución.
- g) Se ha hecho la valoración económica que da respuesta a las condiciones de la implementación.
- h) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para la implementación o ejecución.

4. Define los procedimientos para el seguimiento y control en la ejecución del proyecto, justificando la selección de variables e instrumentos empleados.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha definido el procedimiento de evaluación de las actividades o intervenciones.
- b) Se han definido los indicadores de calidad para realizar la evaluación.
- c) Se ha definido el procedimiento para la evaluación de las incidencias que puedan presentarse durante la realización de las actividades, su posible solución y registro.
- d) Se ha definido el procedimiento para gestionar los posibles cambios en los recursos y en las actividades, incluyendo el sistema de registro de los mismos.
- e) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para la evaluación de las actividades y del proyecto.
- f) Se ha establecido el procedimiento para la participación en la evaluación de los usuarios y usuarias o clientela y se han elaborado los documentos específicos.
- g) Se ha establecido un sistema para garantizar el cumplimiento del pliego de condiciones del proyecto cuando este existe.



5. Presenta y defiende el proyecto, utilizando eficazmente las competencias técnicas y personales adquiridas durante la elaboración del proyecto y durante el proceso de aprendizaje en el ciclo formativo.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha elaborado un documento-memoria del proyecto.
- b) Se ha preparado una presentación del mismo utilizando las NTIC
- c) Se ha realizado una exposición del proyecto, describiendo sus objetivos, principales contenidos y justificando la elección de las diferentes propuestas de acción contenidas en el mismo.
- d) Se ha utilizado un estilo de comunicación adecuado en la exposición, haciendo que esta sea organizada, clara, amena y eficaz.
- e) Se ha realizado una defensa del proyecto, respondiendo razonadamente a preguntas relativas al mismo planteadas por el equipo evaluador.

d) Orientaciones metodológicas

Para la organización y desarrollo del proceso de enseñanza aprendizaje de este módulo se sugieren las siguientes recomendaciones:

1) Secuenciación

El objetivo de este módulo es el refuerzo y consolidación de las competencias profesionales, personales y sociales, que se han venido trabajando a lo largo de todo el ciclo formativo, a través del desarrollo en grupo de un proyecto.

El primer paso será, por tanto, la conformación de equipos de dos o tres alumnos y alumnas que permitan la implicación de todo el alumnado en el desarrollo del proyecto, tratando de establecer grupos homogéneos y con capacidades complementarias.

La elección del proyecto a desarrollar será la primera tarea del equipo. Como este módulo coincide en el tiempo con la FCT la empresa donde se realizan las prácticas bien puede ser una fuente de ideas para el proyecto. No obstante será conveniente que el tutor disponga de una serie de proyectos técnicamente viables que sean susceptibles de ser desarrollados.

Posteriormente y siguiendo una plantilla de desarrollo del proyecto se irán elaborando las distintas fases del mismo:

- Diseño.
- Planificación.
- Ejecución y seguimiento.
- Cierre y evaluación.

Por último cada equipo preparará y realizará la presentación y defensa del proyecto utilizando para ello distintas técnicas de presentación apoyándose en las TIC.

2) Aspectos metodológicos

A la hora de organizar este módulo, se propone la utilización de metodologías activas de enseñanza-aprendizaje como el trabajo en equipo y el PBL-ABP (Problem Based Learning, Aprendizaje Basado en Problemas). En concreto, puede utilizarse la metodología PBL centrada específicamente en el desarrollo de proyectos integradores

de las competencias de diferentes módulos del ciclo, de forma transversal. Estas metodologías obligan al alumnado a identificar problemas, buscar alternativas para su resolución, movilizar los recursos necesarios para ello, realizar una adecuada gestión de la información.

Además, estas metodologías promueven momentos de trabajo individual que son importantes para que cada uno de los alumnos y alumnas que integran el equipo adquiera conocimientos y competencias que luego deberá demostrar en la defensa del proyecto.

Por otro lado, el trabajo en equipo desarrolla en el alumnado competencias relacionales y le familiariza con el funcionamiento de los equipos, como herramienta de trabajo en sí misma, y lo que ello conlleva: organización del equipo, reparto de roles y tareas, comunicación interpersonal, resolución de conflictos, etc.

Para complementar el autoaprendizaje del alumnado, se propone la realización de seguimientos periódicos con cada equipo de proyecto, para guiar el aprendizaje y mantener al equipo dentro de los objetivos marcados. Además se recomienda que, en función de las necesidades que vayan surgiendo, se programe alguna explicación de apoyo o seminario que cubra los déficits de conocimientos respecto a contenidos específicos o metodologías necesarios para desarrollar el proyecto.

Finalmente se propone que cada equipo realice una exposición del proyecto elaborado, con un doble objetivo:

- Evaluar las competencias técnicas adquiridas por cada alumno o alumna durante el desarrollo del proyecto.
- Evaluar las competencias personales y sociales del alumnado relativas a comunicación.

Para la preparación y desarrollo de la exposición se propondrá al alumnado el uso de las nuevas tecnologías, utilizando aplicaciones informáticas para la elaboración de presentaciones en diapositivas, formatos de página Web, etc. Para ello utilizarán también cañones de proyección y ordenadores, familiarizándose con herramientas que les resultarán útiles en su futuro desempeño laboral.

3) Actividades significativas y aspectos críticos de la evaluación

A la hora de evaluar el módulo, se considera importante realizar una evaluación del proyecto como producto final y del proceso de elaboración seguido, recogiendo información sobre el funcionamiento del equipo de trabajo, la implicación de cada miembro en las tareas y el proyecto en general, las dificultades surgidas en el equipo, las competencias personales y sociales adquiridas por cada alumno o alumna, etc.

También se propone que una parte de la calificación refleje la valoración del profesorado en relación a la exposición y defensa del proyecto. En concreto, algunos de los indicadores de evaluación de la exposición pueden ser los siguientes:

- Calidad de diseño de la presentación del proyecto.
- Utilización de recursos de apoyo en la presentación: recursos informáticos, modelos o maquetas, etc.
- Claridad de la exposición.
- Organización de la exposición.
- Dinamismo de la exposición.
- Eficacia de la exposición.



- Habilidades de comunicación demostradas: tono de voz, expresión verbal, comunicación no verbal...
- Capacidad de responder a preguntas planteadas por el equipo de profesores evaluadores.

Es necesario que todos los alumnos y alumnas del equipo participen activamente en la defensa del proyecto, ya que ello supondrá poder realizar una evaluación individual en la que cada alumno o alumna demuestre que ha alcanzado los resultados de aprendizaje relacionados con el módulo. Así se intentará garantizar que todas las personas que integran el equipo han colaborado en el desarrollo del proyecto.

Por último, se recomienda entregar a cada equipo de proyecto una respuesta detallada resaltando los puntos fuertes y débiles de la evaluación del producto, el proceso y la exposición del proyecto, ayudando, de este modo, a los alumnos y alumnas a identificar posibles mejoras en sucesivos proyectos que deban realizar y exponer a lo largo de su carrera profesional.

Módulo Profesional 12

FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN LABORAL

a) Presentación

Módulo profesional:	Formación y Orientación Laboral
Código:	0401
Ciclo formativo:	Agencias de Viajes y Gestión de Eventos
Grado:	Superior
Familia Profesional:	Hostelería y Turismo
Duración:	99 horas
Curso:	1º
Nº de Créditos:	5
Especialidad del profesorado:	Formación y Orientación Laboral (Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria)
Tipo de módulo:	Módulo transversal
Objetivos generales:	13 14

b) Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Selecciona oportunidades de empleo, identificando las diferentes posibilidades de inserción y las alternativas de aprendizaje a lo largo de la vida.

Criterios de evaluación:

- Se ha valorado la importancia de la formación permanente como factor clave para la empleabilidad y la adaptación a las exigencias del proceso productivo.
- Se han identificado los itinerarios formativo-profesionales relacionados con el perfil profesional del título.
- Se han determinado las aptitudes y actitudes requeridas para la actividad profesional relacionada con el perfil.
- Se han identificado los principales yacimientos de empleo y de inserción laboral asociados al titulado o a la titulada.
- Se han determinado las técnicas utilizadas en el proceso de búsqueda de empleo.
- Se han previsto las alternativas de autoempleo en los sectores profesionales relacionados con el título.
- Se ha realizado la valoración de la personalidad, aspiraciones, actitudes y formación propia para la toma de decisiones.



2. Aplica las estrategias del trabajo en equipo, valorando su eficacia y eficiencia para la consecución de los objetivos de la organización.

Criterios de evaluación:

- a) Se han valorado las ventajas de trabajo en equipo en situaciones de trabajo relacionadas con el perfil.
- b) Se han identificado los equipos de trabajo que pueden constituirse en una situación real de trabajo.
- c) Se han determinado las características del equipo de trabajo eficaz frente a los equipos ineficaces.
- d) Se ha valorado positivamente la necesaria existencia de diversidad de roles y opiniones asumidos por los y las miembros de un equipo.
- e) Se ha reconocido la posible existencia de conflicto entre los miembros de un grupo como un aspecto característico de las organizaciones.
- f) Se han identificado los tipos de conflictos y sus fuentes.
- g) Se han determinado procedimientos para la resolución del conflicto.

3. Ejerce los derechos y cumple las obligaciones que se derivan de las relaciones laborales, reconociéndolas en los diferentes contratos de trabajo.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los conceptos básicos del derecho del trabajo.
- b) Se han distinguido los principales organismos que intervienen en las relaciones entre empresarios o empresarias y trabajadores o trabajadoras.
- c) Se han determinado los derechos y obligaciones derivados de la relación laboral.
- d) Se han clasificado las principales modalidades de contratación, identificando las medidas de fomento de la contratación para determinados colectivos.
- e) Se han valorado las medidas establecidas por la legislación vigente para la conciliación de la vida laboral y familiar.
- f) Se han identificado las causas y efectos de la modificación, suspensión y extinción de la relación laboral.
- g) Se ha analizado el recibo de salarios identificando los principales elementos que lo integran.
- h) Se han analizado las diferentes medidas de conflicto colectivo y los procedimientos de solución de conflictos.
- i) Se han determinado las condiciones de trabajo pactadas en un convenio colectivo aplicable a un sector profesional relacionado con el título.
- j) Se han identificado las características definitorias de los nuevos entornos de organización del trabajo.

4. Determina la acción protectora del sistema de la Seguridad Social ante las distintas contingencias cubiertas, identificando las distintas clases de prestaciones.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha valorado el papel de la Seguridad Social como pilar esencial para la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía.
- b) Se han enumerado las diversas contingencias que cubre el sistema de Seguridad Social.
- c) Se han identificado los regímenes existentes en el sistema de la Seguridad Social.
- d) Se han identificado las obligaciones de la figura de un empresario o empresaria y trabajador o trabajadora dentro del sistema de Seguridad Social.

- e) Se han identificado en un supuesto sencillo las bases de cotización de un trabajador o trabajadora y las cuotas correspondientes a la figura del trabajador o de la trabajadora y del empresario o de la empresaria.
- f) Se han clasificado las prestaciones del sistema de Seguridad Social, identificando los requisitos.
- g) Se han determinado las posibles situaciones legales de desempleo.
- h) Se ha realizado el cálculo de la duración y cuantía de una prestación por desempleo de nivel contributivo básico.

5. Evalúa los riesgos derivados de su actividad, analizando las condiciones de trabajo y los factores de riesgo presentes en su entorno laboral.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha valorado la importancia de la cultura preventiva en todos los ámbitos y actividades de la empresa.
- b) Se han relacionado las condiciones laborales con la salud del trabajador o de la trabajadora.
- c) Se han clasificado los factores de riesgo en la actividad y los daños derivados de los mismos.
- d) Se han identificado las situaciones de riesgo más habituales en los entornos de trabajo asociados al perfil profesional del título.
- e) Se ha determinado la evaluación de riesgos en la empresa.
- f) Se han determinado las condiciones de trabajo con significación para la prevención en los entornos de trabajo relacionados con el perfil profesional.
- g) Se han clasificado y descrito los tipos de daños profesionales, con especial referencia a accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, relacionados con el perfil profesional del título.

6. Participa en la elaboración de un plan de prevención de riesgos en una pequeña empresa, identificando las responsabilidades de todos los agentes implicados.

Criterios de evaluación:

- a) Se han determinado los principales derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.
- b) Se han clasificado las distintas formas de gestión de la prevención en la empresa, en función de los distintos criterios establecidos en la normativa sobre prevención de riesgos laborales.
- c) Se han determinado las formas de representación de los trabajadores y de las trabajadoras en la empresa en materia de prevención de riesgos.
- d) Se han identificado los organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
- e) Se ha valorado la importancia de la existencia de un plan preventivo en la empresa que incluya la secuenciación de actuaciones que se deben realizar en caso de emergencia.
- f) Se ha definido el contenido del plan de prevención en un centro de trabajo relacionado con el sector profesional del titulado o titulada.
- g) Se ha proyectado un plan de emergencia y evacuación de una pequeña o mediana empresa.

7. Aplica las medidas de prevención y protección, analizando las situaciones de riesgo en el entorno laboral asociado al título.

Criterios de evaluación:



- a) Se han definido las técnicas de prevención y de protección individual y colectiva que deben aplicarse para evitar los daños en su origen y minimizar sus consecuencias en caso de que sean inevitables.
- b) Se ha analizado el significado y alcance de los distintos tipos de señalización de seguridad.
- c) Se han analizado los protocolos de actuación en caso de emergencia.
- d) Se han identificado las técnicas de clasificación de personas heridas en caso de emergencia donde existan víctimas de diversa gravedad.
- e) Se han identificado las técnicas básicas de primeros auxilios que han de ser aplicadas en el lugar del accidente ante distintos tipos de daños y la composición y uso del botiquín.
- f) Se han determinado los requisitos y condiciones para la vigilancia de la salud de los trabajadores y de las trabajadoras y su importancia como medida de prevención.

c) Contenidos básicos:

1. PROCESO DE INSERCIÓN LABORAL Y APRENDIZAJE A LO LARGO DE LA VIDA	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de los intereses, aptitudes y motivaciones personales para la carrera profesional. - Identificación de itinerarios formativos relacionados con el título. - Definición y análisis del sector profesional del título. - Planificación de la propia carrera: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Establecimiento de objetivos laborales a medio y largo plazo compatibles con necesidades y preferencias. ▪ Objetivos realistas y coherentes con la formación actual y la proyectada. - Establecimiento de una lista de comprobación personal de coherencia entre plan de carrera, formación y aspiraciones. - Cumplimentación de documentos necesarios para la inserción laboral (carta de presentación, currículum-vitae...), así como la realización de tests psicotécnicos y entrevistas simuladas.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo. - El proceso de toma de decisiones. - Proceso de búsqueda de empleo en pequeñas, medianas y grandes empresas del sector. - Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa. Europass, Ploteus.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de la importancia de la formación permanente para la trayectoria laboral y profesional del titulado o de la titulada. - Responsabilización del propio aprendizaje. Conocimiento de los requerimientos y de los frutos previstos. - Valoración del autoempleo como alternativa para la inserción profesional. - Valoración de los itinerarios profesionales para una correcta inserción laboral. - Compromiso hacia el trabajo. Puesta en valor de la capacitación adquirida.

2. GESTIÓN DEL CONFLICTO Y EQUIPOS DE TRABAJO	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de una organización como equipo de personas. - Análisis de estructuras organizativas. - Análisis de los posibles roles de sus integrantes en el equipo de trabajo. - Análisis de la aparición de los conflictos en las organizaciones: compartir espacios, ideas y propuestas. - Análisis distintos tipos de conflicto, intervinientes y sus posiciones de partida. - Análisis de los distintos tipos de solución de conflictos, la intermediación y buenos oficios. - Análisis de la formación de los equipos de trabajo.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - La estructura organizativa de una empresa como conjunto de personas para la consecución de un fin. - Clases de equipos en la industria del sector según las funciones que desempeñan. - Análisis de la formación de los equipos de trabajo. - La comunicación como elemento básico de éxito en la formación de equipos. - Características de un equipo de trabajo eficaz. - Definición de conflicto: características, fuentes y etapas del conflicto. - Métodos para la resolución o supresión del conflicto: mediación, conciliación y arbitraje.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de la aportación de las personas en la consecución de los objetivos empresariales. - Valoración de las ventajas e inconvenientes del trabajo de equipo para la eficacia de la organización. - Valoración de la comunicación como factor clave en el trabajo en equipo. - Actitud participativa en la resolución de conflictos que se puedan generar en los equipos de trabajo. - Ponderación de los distintos sistemas de solución de conflictos.

3. CONDICIONES LABORALES DERIVADAS DEL CONTRATO DE TRABAJO	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de fuentes del derecho laboral y clasificación según su jerarquía. - Análisis de las características de las actividades laborales reguladas por el TRLET. - Formalización y comparación, según sus características, de las modalidades de contrato más habituales. - Interpretación de la nomina. - Análisis del convenio colectivo de su sector de actividad profesional.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Fuentes básicas del derecho laboral: Constitución, Directivas comunitarias, Estatuto de los Trabajadores, Convenio Colectivo. - El contrato de trabajo: elementos del contrato, características y formalización, contenidos mínimos, obligaciones del empresario o la empresaria, medidas generales de empleo. - Tipos de contrato: indefinidos, formativos, temporales, a tiempo parcial.



	<ul style="list-style-type: none"> - La jornada laboral: duración, horario, descansos (calendario laboral y fiestas, vacaciones, permisos). - El salario: tipos, abono, estructura, pagas extraordinarias, percepciones no salariales, garantías salariales. - Deducciones salariales: bases de cotización y porcentajes, IRPF. - Modificación, suspensión y extinción del contrato. - Representación sindical: concepto de sindicato, derecho de sindicación, asociaciones empresariales, conflictos colectivos, la huelga, el cierre patronal. - El convenio colectivo. Negociación colectiva. - Nuevos entornos de organización del trabajo: externalización, teletrabajo...
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de necesidad de la regulación laboral. - Interés por conocer las normas que se aplican en las relaciones laborales de su sector de actividad profesional. - Reconocimiento de los cauces legales previstos como modo de resolver conflictos laborales. - Rechazo de prácticas poco éticas e ilegales en la contratación de trabajadores o trabajadoras, especialmente en los colectivos mas desprotegidos. - Reconocimiento y valoración de la función de los sindicatos como agentes de mejora social.

4. SEGURIDAD SOCIAL, EMPLEO Y DESEMPLEO

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de la importancia de la universalidad del sistema general de la Seguridad Social. - Resolución de casos prácticos sobre prestaciones de la Seguridad Social.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - El sistema de la Seguridad Social: campo de aplicación, estructura, regímenes, entidades gestoras y colaboradoras. - Principales obligaciones de empresarios o empresarias y trabajadores o trabajadoras en materia de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización. - Acción protectora: asistencia sanitaria, maternidad, incapacidad temporal y permanente, lesiones permanentes no invalidantes, jubilación, desempleo, muerte y supervivencia. - Clases, requisitos y cuantía de las prestaciones. - Sistemas de asesoramiento de los trabajadores y de las trabajadoras respecto a sus derechos y deberes.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Reconocimiento del papel de la Seguridad Social en la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía. - Rechazo hacia las conductas fraudulentas tanto en cotización como en las prestaciones de la Seguridad Social.

5. EVALUACIÓN DE RIESGOS PROFESIONALES

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis y determinación de las condiciones de trabajo. - Análisis de factores de riesgo.
------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de riesgos ligados a las condiciones de seguridad. - Análisis de riesgos ligados a las condiciones ambientales. - Análisis de riesgos ligados a las condiciones ergonómicas y psicosociales. - Identificación de los ámbitos de riesgo en la empresa. - Establecimiento de un protocolo de riesgos según la función profesional. - Distinción entre accidente de trabajo y enfermedad profesional.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - El concepto de riesgo profesional. - La evaluación de riesgos en la empresa como elemento básico de la actividad preventiva. - Riesgos específicos en el entorno laboral asociado al perfil. - Daños a la salud del trabajador o de la trabajadora que pueden derivarse de las situaciones de riesgo detectadas.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Importancia de la cultura preventiva en todas las fases de la actividad preventiva. - Valoración de la relación entre trabajo y salud. - Interés en la adopción de medidas de prevención. - Valoración en la transmisión de la formación preventiva en la empresa.

6. PLANIFICACIÓN DE LA PREVENCIÓN DE RIESGOS EN LA EMPRESA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Proceso de planificación y sistematización como herramientas básicas de prevención. - Análisis de la norma básica de PRL. - Análisis de la estructura institucional en materia PRL. - Elaboración de un plan de emergencia en el entorno de trabajo. - Puesta en común y análisis de distintos planes de emergencia.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - El desarrollo del trabajo y sus consecuencias sobre la salud e integridad humanas. - Derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales. - Responsabilidades en materia de prevención de riesgos laborales. - Agentes intervinientes en materia de PRL y Salud y sus diferentes roles. - Gestión de la prevención en la empresa. - Representación de los trabajadores y de las trabajadoras en materia preventiva (técnico básico o técnica básica en PRL). - Organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales. - Planificación de la prevención en la empresa. - Planes de emergencia y de evacuación en entornos de trabajo.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de la importancia y necesidad de la PRL. - Valoración de su posición como agente de PRL y SL. - Valoración de los avances para facilitar el acceso a la SL por parte de las instituciones públicas y privadas. - Valoración y traslado de su conocimiento a los planes de emergencia del colectivo al que pertenece.



7. APLICACIÓN DE MEDIDAS DE PREVENCIÓN Y PROTECCIÓN EN LA EMPRESA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de diversas técnicas de prevención individual. - Análisis de las obligaciones empresariales y personales en la utilización de medidas de autoprotección. - Aplicación de técnicas de primeros auxilios. - Análisis de situaciones de emergencia. - Realización de protocolos de actuación en caso de emergencia. - Vigilancia de la salud de los trabajadores y de las trabajadoras.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Medidas de prevención y protección individual y colectiva. - Protocolo de actuación ante una situación de emergencia. - Urgencia médica / primeros auxilios. Conceptos básicos. - Tipos de señalización.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de la previsión de emergencias. - Valoración de la importancia de un plan de vigilancia de la salud. - Participación activa en las actividades propuestas.

d) Orientaciones metodológicas

Para la organización y desarrollo del proceso de enseñanza aprendizaje de este módulo se sugieren las siguientes recomendaciones:

1) Secuenciación

Esta propuesta de secuenciación y organización de los contenidos se basa en la lógica del itinerario de inserción laboral que seguirá el alumnado al finalizar el ciclo formativo que esté realizando, es decir los pasos que tendrá que dar desde que finalice el ciclo hasta que acceda a un empleo y se establezca en dicho empleo o finalice la relación laboral.

El itinerario que seguirá el alumnado tendrá 4 momentos:

- Búsqueda de empleo.
- Incorporación a la empresa y periodo de adaptación.
- Desempeño del puesto de trabajo.
- Finalización de la relación laboral y salida de la empresa.

a) Búsqueda de empleo:

La propuesta de desarrollar al inicio del módulo de FOL estos contenidos se debe a que, tras la finalización del ciclo formativo, lo primero que deberá hacer el alumnado es buscar empleo. En concreto se desarrollarán los contenidos referentes a:

- Proyecto y objetivo profesional.
- Oportunidades de empleo y aprendizaje en Europa.
- Acceso al empleo público, privado o por cuenta propia.
- Fuentes de información relacionadas con la búsqueda de empleo.

b) Incorporación a la empresa y periodo de adaptación:

A continuación, si el alumnado ha tenido éxito en su proceso de búsqueda de empleo, llegará el momento de incorporarse a la empresa. En este periodo de

su vida laboral, deberá utilizar capacidades relacionadas con los siguientes contenidos:

- El derecho del trabajo y sus fuentes.
- Derechos derivados de la relación laboral.
- Modalidades de contratación y medidas de fomento de la contratación.
- El Sistema de la Seguridad Social.
- Convenios colectivos de trabajo.
- Fuentes de información relacionadas con la incorporación a la empresa.

c) Desempeño del puesto de trabajo:

Superado el periodo inicial de incorporación y adaptación al nuevo puesto de trabajo, continuará el periodo de desempeño del puesto hasta la finalización de la relación laboral por cualquiera de los supuestos legalmente contemplados. Los contenidos relacionados con este periodo son:

- Condiciones de trabajo: salario, tiempo de trabajo y descanso laboral.
- El recibo de salario o nómina y sus contenidos.
- La Seguridad Social: prestaciones y trámites.
- Modificación y suspensión del contrato.
- Asesoramiento de los trabajadores y de las trabajadoras respecto a sus derechos y deberes.
- La representación de los trabajadores y de las trabajadoras.
- La negociación colectiva.
- Los conflictos colectivos de trabajo.
- Trabajo en equipo.
- El conflicto.
- Nuevos entornos de organización del trabajo.
- Beneficios para los trabajadores y para las trabajadoras en las nuevas organizaciones.
- Riesgos profesionales.
- Planificación y aplicación de medidas de protección y prevención.

d) Finalización de la relación laboral y salida de la empresa:

En el caso de que finalice la relación laboral, el alumnado deberá tener las competencias necesarias para afrontar este periodo. Los contenidos a desarrollar son:

- Extinción del contrato de trabajo y sus consecuencias.
- La liquidación de haberes o finiquito.
- Trámites relacionados con la Seguridad Social: bajas.
- Concepto y situaciones protegibles en la protección por desempleo.
- Sistemas de asesoramiento de los trabajadores y de las trabajadoras respecto a sus derechos y deberes.

En los casos en los que el alumnado no continúe en la empresa por finalización de la relación laboral, deberá comenzar nuevamente el proceso de búsqueda de empleo, vendrá un nuevo periodo de incorporación a la empresa, etc.

2) Aspectos metodológicos

En principio parece apropiado que el profesor o la profesora realice una presentación y desarrollo de los contenidos del módulo, siempre teniendo como referente el entorno socio-económico más cercano.

En una segunda fase se dará un mayor peso a la participación activa del alumnado, mediante el desarrollo de diversas actividades, individualmente o en grupo, que le permitan concretar los conceptos y desarrollar las habilidades y destrezas: exposición de las experiencias personales del alumnado, utilización de noticias de prensa, uso de las TIC (Tecnologías de la Información y de la Comunicación).

A la hora de abordar el apartado de trabajo en equipo y los conflictos que se generan se pueden utilizar conflictos que se dan en el entorno del aula, relaciones alumnado profesorado, conflictos en el ámbito familiar, cuadrillas... para analizar comportamientos de las partes y su posible solución.

En el desarrollo del módulo parece pertinente recurrir a la colaboración de expertos (miembros de comités de empresa, delegados y delegadas sindicales, abogados y abogadas laboristas, etc.) para conocer de cerca situaciones y conflictos laborales.

En el ámbito de la Prevención de Riesgos Laborales parece conveniente desarrollar prácticas de primeros auxilios, técnicas de extinción, visitas a centros de trabajo... para lo cual sería necesario la colaboración de organizaciones como: Cruz Roja, Osalan, Inspección de trabajo, Servicios de extinción de incendios... Se ha de tener presente que tras la superación del módulo el alumnado adquiere las responsabilidades profesionales equivalentes a las que se precisen las actividades de nivel básico en prevención de riesgos laborales.

Además, a nivel metodológico, se recomienda desarrollar los contenidos del módulo mediante metodologías activas como el trabajo en equipo y el aprendizaje basado en problemas ABP-PBL.

Por último, para un adecuado desarrollo de las técnicas de búsqueda de empleo, sería conveniente la realización de un caso práctico simulando una búsqueda de empleo real por parte del alumnado: elaboración de documentos generalmente utilizados para esta actividad (currículo, carta de presentación), selección de ofertas de empleo en los medios de comunicación más habituales.

3) Actividades significativas y aspectos críticos de la evaluación

- ✓ Descripción del sector productivo de referencia:
 - Análisis de la evolución del sector productivo de referencia.
 - Identificación del nivel de empleabilidad del sector.
 - Utilización e interpretación de estadísticas y cuadros macroeconómicos.
- ✓ Identificación de los distintos tipos de relaciones laborales y las distintas modalidades de contratación laboral:
 - Análisis de las fuentes del derecho laboral.
 - Identificación de las distintas formas de contratación laboral.
 - Identificación de los derechos y deberes resultantes del contrato de trabajo (incluyendo el sistema de protección social).
- ✓ Determinación de los distintos grupos de trabajo y técnicas de resolución de conflictos:
 - Identificación de la tipología de grupos de trabajo.
 - Análisis de conflicto y sus modalidades de resolución.
- ✓ Identificación de los distintos tipos de riesgos derivados del ejercicio de la profesión:
 - Evaluación de los riesgos que se derivan del ejercicio de la profesión.

- Identificación de las técnicas de prevención de riesgos laborales.
- ✓ Diseño de un determinado plan de prevención y comparación con otros existentes.
 - Identificación de las distintas técnicas utilizadas en primeros auxilios.
- ✓ Descripción de los diversos tipos de mecanismos utilizados en la búsqueda de empleo:
 - Identificación de las distintas fases en el proceso de búsqueda de empleo.
 - Cumplimentación de la documentación necesaria para conseguir un empleo.
 - Utilización de las TIC como herramienta de búsqueda de empleo.
 - Valoración de la importancia del aprendizaje a lo largo la vida.



Módulo Profesional 13

EMPRESA E INICIATIVA EMPRENDEDORA

a) Presentación

Módulo profesional:	Empresa e Iniciativa Emprendedora
Código:	0402
Ciclo formativo:	Agencias de Viajes y Gestión de Eventos
Grado:	Superior
Familia Profesional:	Hostelería y Turismo
Duración:	60 horas
Curso:	2º
Nº de Créditos:	4
Especialidad del profesorado:	Formación y Orientación Laboral (Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria)
Tipo de módulo:	Módulo transversal
Objetivos generales:	13 14

b) Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Reconoce y valora las capacidades asociadas a la iniciativa emprendedora, analizando los requerimientos derivados de los puestos de trabajo y de las actividades empresariales.

Criterios de evaluación:

- Se ha identificado el concepto de innovación y su relación con el progreso de la sociedad y el aumento en el bienestar de las personas.
- Se ha analizado el concepto de cultura emprendedora y su importancia como fuente de creación de empleo y bienestar social.
- Se ha valorado la importancia de la iniciativa individual, la creatividad, la formación y la colaboración como requisitos indispensables para tener éxito en la actividad emprendedora.
- Se ha analizado la capacidad de iniciativa en el trabajo de una persona empleada en una "pyme".
- Se ha analizado el desarrollo de la actividad emprendedora de un empresario o una empresaria que se inicie en el sector.
- Se ha analizado el concepto de riesgo como elemento inevitable de toda actividad emprendedora.
- Se ha analizado el concepto de empresario o empresaria y los requisitos y actitudes necesarios para desarrollar la actividad empresarial.

2. Define la oportunidad de creación de una pequeña empresa, seleccionando la idea empresarial y realizando el estudio de mercado que apoye la viabilidad, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha desarrollado un proceso de generación de ideas de negocio.
- b) Se ha generado un procedimiento de selección de una determinada idea en el ámbito del negocio relacionado con el título.
- c) Se ha realizado un estudio de mercado sobre la idea de negocio seleccionada.
- d) Se han elaborado las conclusiones del estudio de mercado y se ha establecido el modelo de negocio a desarrollar.
- e) Se han determinado los valores innovadores de la propuesta de negocio.
- f) Se ha analizado el fenómeno de la responsabilidad social de las empresas y su importancia como un elemento de la estrategia empresarial.
- g) Se ha elaborado el balance social de una empresa relacionada con el título y se han descrito los principales costes y beneficios sociales que producen.
- h) Se han identificado, en empresas del sector, prácticas que incorporan valores éticos y sociales.
- i) Se ha llevado a cabo un estudio de viabilidad económica y financiera de una “pyme” relacionada con el título.

3. Realiza las actividades para elaborar el plan de empresa, su posterior puesta en marcha y su constitución, seleccionando la forma jurídica e identificando las obligaciones legales asociadas.

Criterios de evaluación:

- a) Se han descrito las funciones básicas que se realizan en una empresa y se ha analizado el concepto de sistema aplicado a la empresa.
- b) Se han identificado los principales componentes del entorno general que rodea a la empresa; en especial el entorno económico, social, demográfico y cultural.
- c) Se ha analizado la influencia en la actividad empresarial de las relaciones con la clientela con los proveedores y las proveedoras y con la competencia como principales integrantes del entorno específico.
- d) Se han identificado los elementos del entorno de una “pyme” del sector.
- e) Se han analizado los conceptos de cultura empresarial e imagen corporativa, y su relación con los objetivos empresariales.
- f) Se han analizado las diferentes formas jurídicas de la empresa.
- g) Se ha especificado el grado de responsabilidad legal de los propietarios o las propietarias de la empresa en función de la forma jurídica elegida.
- h) Se ha diferenciado el tratamiento fiscal establecido para las diferentes formas jurídicas de la empresa.
- i) Se han analizado los trámites exigidos por la legislación vigente para la constitución de una “pyme”.
- j) Se ha realizado una búsqueda exhaustiva de las diferentes ayudas para la creación de empresas del sector en la localidad de referencia.
- k) Se ha incluido en el plan de empresa todo lo relativo a la elección de la forma jurídica, estudio de viabilidad económico-financiera, trámites administrativos, ayudas y subvenciones.
- l) Se han identificado las vías de asesoramiento y gestión administrativa externas existentes a la hora de poner en marcha una “pyme”.

4. Realiza actividades de gestión administrativa y financiera básica de una “pyme”, identificando las principales obligaciones contables y fiscales y cumplimentando la documentación.

Criterios de evaluación:

- a) Se han analizado los conceptos básicos de contabilidad, así como las técnicas de registro de la información contable.
- b) Se han descrito las técnicas básicas de análisis de la información contable, en especial en lo referente a la solvencia, liquidez y rentabilidad de la empresa.



- c) Se han definido las obligaciones fiscales de una empresa relacionada con el título.
- d) Se han diferenciado los tipos de impuestos en el calendario fiscal.
- e) Se ha cumplimentado la documentación básica de carácter comercial y contable (facturas, albaranes, notas de pedido, letras de cambio, cheques y otros) para una "pyme" del sector, y se han descrito los circuitos que dicha documentación recorre en la empresa.
- f) Se ha incluido la anterior documentación en el plan de empresa.

c) Contenidos básicos:

1. INICIATIVA EMPRENDEDORA	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de las principales características de la innovación en la actividad del sector relacionado con el título (materiales, tecnología, organización del proceso, etc.) - Análisis de los factores claves de los emprendedores o de las emprendedoras: iniciativa, creatividad, liderazgo, comunicación, capacidad de toma de decisiones, planificación y formación. - Evaluación del riesgo en la actividad emprendedora.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Innovación y desarrollo económico en el sector. - La cultura emprendedora como necesidad social. - Concepto de empresario o empresaria. - La actuación de los emprendedores o de las emprendedoras como empleados o empleadas de una empresa del sector. - La actuación de los emprendedores como empresarios o empresarias. - La colaboración entre emprendedores o emprendedoras. - Requisitos para el ejercicio de la actividad empresarial. - La idea de negocio en el ámbito de la familia profesional. - Buenas prácticas de cultura emprendedora en la actividad económica asociada al título y en el ámbito local.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración del carácter emprendedor y la ética del emprendizaje. - Valoración de la iniciativa, creatividad y responsabilidad como motores del emprendizaje.

2. IDEAS EMPRESARIALES, EL ENTORNO Y SU DESARROLLO	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicación de herramientas para la determinación de la idea empresarial. - Búsqueda de datos de empresas del sector por medio de Internet. - Análisis del entorno general de la empresa a desarrollar. - Análisis de una empresa tipo de la familia profesional. - Identificación de fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades. - Establecimiento del modelo de negocio partiendo de las conclusiones del estudio de mercado. - Realización de ejercicios de innovación sobre la idea determinada.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Obligaciones de una empresa con su entorno específico y con el conjunto de la sociedad (desarrollo sostenible).

	<ul style="list-style-type: none"> - La conciliación de la vida laboral y familiar. - Responsabilidad social y ética de las empresas del sector. - Estudio de mercado: el entorno, la clientela, los competidores o las competidoras y los proveedores o las proveedoras.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Reconocimiento y valoración del balance social de la empresa. - Respeto por la igualdad de género. - Valoración de la ética empresarial.

3. VIABILIDAD Y PUESTA EN MARCHA DE UNA EMPRESA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Establecimiento del plan de marketing: política de comunicación, política de precios y logística de distribución. - Elaboración del plan de producción. - Elaboración de la viabilidad técnica, económica y financiera de una empresa del sector. - Análisis de las fuentes de financiación y elaboración del presupuesto de la empresa. - Elección de la forma jurídica. Dimensión y número de socios y socias.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Concepto de empresa. Tipos de empresa. - Elementos y áreas esenciales de una empresa. - La fiscalidad en las empresas. - Trámites administrativos para la constitución de una empresa (hacienda, seguridad social, entre otros). - Ayudas, subvenciones e incentivos fiscales para las empresas de la familia profesional. - La responsabilidad de los propietarios o las propietarias de la empresa.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Rigor en la evaluación de la viabilidad técnica y económica del proyecto. - Respeto por el cumplimiento de los trámites administrativos y legales.

4. FUNCIÓN ADMINISTRATIVA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de la información contable: tesorería, cuenta de resultados y balance. - Cumplimentación de documentos fiscales y laborales. - Cumplimentación de documentos mercantiles: facturas, cheques, letras, entre otros.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Concepto de contabilidad y nociones básicas. - La contabilidad como imagen fiel de la situación económica. - Obligaciones legales (fiscales, laborales y mercantiles) de las empresas. - Requisitos y plazos para la presentación de documentos oficiales.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de la organización y orden en relación con la documentación administrativa generada. - Respeto por el cumplimiento de los trámites administrativos y legales.



d) Orientaciones metodológicas

Para la organización y desarrollo del proceso de enseñanza aprendizaje de este módulo se sugieren las siguientes recomendaciones:

1) Secuenciación

Sería conveniente iniciar este módulo con la mentalización del alumnado hacia la actitud emprendedora tanto como trabajador por cuenta propia como por cuenta ajena de una organización.

Posteriormente se le hará reflexionar sobre las ideas empresariales y se le facilitarán las metodologías adecuadas para seleccionarlas. Preferiblemente se desarrollará en el entorno de la familia profesional que corresponda, aunque no se descartan otros sectores profesionales.

Se continuará con el desarrollo de la idea empresarial, realizando el estudio de mercado, la idea de negocio y diseñando la empresa que soporte dicha idea, valorando el impacto que produce en su entorno desde el punto de vista social, ético y ambiental.

Se acometerá la realización del plan de empresa abordando su viabilidad técnica, económica y financiera, así como otros aspectos como el plan de marketing, recursos humanos, forma jurídica, etc.

Finalmente se le proporcionará al alumnado conceptos básicos de contabilidad, fiscalidad y gestión administrativa.

2) Aspectos metodológicos

En este módulo la labor del profesor o de la profesora se asemeja más a la desarrollada por un entrenador. Debe realizar la tutorización de los proyectos ejerciendo de facilitador según las necesidades del grupo.

Con la explicación, por su parte, de los objetivos y una breve introducción de los conocimientos necesarios para comenzar el camino, es el alumnado el que va realizando el proyecto de empresa para adquirir las capacidades de emprendizaje, bien por cuenta propia, bien por cuenta ajena.

A medida que el alumnado va avanzando en su proyecto, el profesor o la profesora introducirá los conocimientos necesarios por medio de explicaciones o mediante actividades desarrolladas en clase. Incluso, induciendo a leer ciertos libros o artículos con posterior trabajo de adaptación de su contenido al proyecto del curso.

El profesor o la profesora deberá realizar un seguimiento cercano e individualizado del proceso de aprendizaje de cada alumno o alumna, realizando anotaciones sistemáticas de avances y dificultades en una lista de control.

3) Actividades significativas y aspectos críticos de la evaluación

- ✓ Sensibilización de mentalización emprendedora:
 - Identificación del tejido empresarial del País Vasco. Sectores, dimensión, forma jurídica, etc.

- Elaboración del retrato que determina las características y capacidades de un empresario o de una empresaria.
 - Generación de un cuadro con las ventajas e inconvenientes de ser empresario o empresaria.
 - Identificación de pequeños aspectos innovadores en el sector.
 - Análisis de las diferencias y semejanzas entre el emprendedor o de la emprendedora por cuenta ajena, por cuenta propia o social, a través de técnicas inductivas de trabajo en equipo.
- ✓ Desarrollo de ideas empresariales:
 - Realización de una tabla con ideas de negocio que respondan a necesidades del mercado.
 - Creación de los grupos de trabajo y elección de las ideas a desarrollar por éstos.
 - Realización de un estudio de mercado observando el entorno, utilizando Internet, etc.
 - Realización de una matriz DAFO para el negocio seleccionado.
 - Aplicación de aspectos creativos e innovadores en la idea.
 - Elaboración del modelo de negocio teniendo en cuenta los aspectos éticos, sociales y ambientales.
- ✓ Viabilidad y puesta en marcha de una empresa:
 - Elaboración de un plan de empresa siguiendo un modelo establecido.
 - Solicitud de préstamo en entidad financiera (a ser posible mediante tramitación real).
 - Cumplimentación de impresos de constitución de empresas.
 - Búsqueda y análisis de ayudas y subvenciones apoyándose en Internet.
 - Puesta en común y defensa de los diferentes planes de empresa.
- ✓ Análisis y cumplimentación de trámites administrativos:
 - Análisis de un plan de tesorería, cuenta de resultados y balance de situación.
 - Cumplimentación de documentos fiscales y laborales.
 - Cumplimentación de documentos mercantiles: facturas, cheques, letras, entre otros.



Módulo Profesional **14** FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO

a) Presentación

Módulo profesional:	Formación en Centros de Trabajo
Código:	0403
Ciclo formativo:	Agencias de Viaje y Gestión de Eventos
Grado:	Superior
Familia Profesional:	Hostelería y Turismo
Duración:	360 horas
Curso:	2º
Nº de Créditos:	22
Especialidad del profesorado:	Hostelería y Turismo (Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria)
Tipo de módulo:	Asociado al perfil profesional
Objetivos generales:	Todos

b) Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Identifica la estructura y organización de la empresa relacionándolas con el tipo de servicio que presta.

Criterios de evaluación:

- Se han identificado la estructura organizativa de la empresa y las funciones de cada área de la misma.
- Se ha comparado la estructura de la empresa con las organizaciones empresariales tipo existentes en el sector.
- Se han relacionado las características del servicio y el tipo de clientes con el desarrollo de la actividad empresarial.
- Se han identificado los procedimientos de trabajo en el desarrollo de la prestación de servicio.
- Se han valorado las competencias necesarias de los recursos humanos para el desarrollo óptimo de la actividad.
- Se ha valorado la idoneidad de los canales de difusión más frecuentes en esta actividad.

2. Aplica hábitos éticos y laborales desarrollando su actividad profesional de acuerdo a las características del puesto de trabajo y procedimientos establecidos de la empresa.

Criterios de evaluación:

- a) Se han reconocido y justificado:
- La disposición personal y temporal que necesita el puesto de trabajo.
 - Las actitudes personales (puntualidad, empatía,...) y profesionales (orden, limpieza, seguridad necesarias para el puesto de trabajo, responsabilidad,...)
 - Los requerimientos actitudinales ante la prevención de riesgos en la actividad profesional y las medidas de protección personal.
 - Los requerimientos actitudinales referidas a la calidad en la actividad profesional.
 - Las actitudes relacionales con el propio equipo de trabajo y con las jerárquicas establecidas en la empresa.
 - Las actitudes relacionadas con la documentación de las actividades realizadas en el ámbito laboral.
 - Las necesidades formativas para la inserción y reinserción laboral en el ámbito científico y técnico del buen hacer del o de la profesional.
- b) Se han identificado las normas de prevención de riesgos laborales que hay que aplicar en la actividad profesional y los aspectos fundamentales de la Ley de Prevención de riesgos laborales.
- c) Se han aplicado los equipos de protección individual según los riesgos de la actividad profesional y las normas de la empresa.
- d) Se ha mantenido una actitud clara de respeto al medio ambiente en las actividades desarrolladas y aplicado las normas internas y externas vinculadas a la misma.
- e) Se ha mantenido organizado, limpia y libre de obstáculos el puesto de trabajo o el área correspondiente al desarrollo de la actividad.
- f) Se han interpretado y cumplido las instrucciones recibidas, responsabilizándose del trabajo asignado.
- g) Se ha establecido una comunicación y relación eficaz con la persona responsable en cada situación y miembros de su equipo, manteniendo un trato fluido y correcto.
- h) Se ha coordinado con el resto del equipo, informando de cualquier cambio, necesidad relevante o imprevisto que se presente.
- i) Se ha valorado la importancia de su actividad y la adaptación a los cambios de tareas asignadas en el desarrollo de los procesos productivos de la empresa, integrándose en las nuevas funciones.
- j) Se ha comprometido responsablemente en la aplicación de las normas y procedimientos en el desarrollo de cualquier actividad o tarea.

3. Ejecuta las diferentes actividades del departamento de creación de viajes combinados utilizando medios, equipos e instrumentos de control así como técnicas y procedimientos, de acuerdo con instrucciones y normas establecidas y situación de los clientes.

Criterios de evaluación:

- a) Se han interpretado las instrucciones recibidas y la documentación asociada a cada uno de los procesos de diseño y cotización de viajes combinados.
- b) Se han aplicado técnicas de investigación de mercado previas al diseño de viajes combinados.
- c) Se han reconocido las condiciones y acuerdos de la negociación con proveedores en base a diferentes criterios.
- d) Se han cotizado los servicios y valorado los costes, descuentos, comisiones, margen de beneficio, umbral de rentabilidad, impuestos y precio de venta de los viajes combinados.
- e) Se han tenido en cuenta los aspectos relacionados con la atención al cliente y la gestión de la calidad.
- f) Se han reconocido los procesos de reserva, operativa y coordinación con los proveedores de los viajes combinados.



- g) Se ha cumplimentado la documentación asociada.
- h) Se han operado aplicaciones informáticas específicas.

4. Realiza la gestión de eventos utilizando medios, equipos e instrumentos de control y aplicando técnicas y procedimientos de acuerdo a instrucciones y normas establecidas.

Criterios de evaluación:

- a) Se han interpretado las instrucciones recibidas y la documentación asociada a cada uno de los procesos de gestión de eventos ofertados por la agencia.
- b) Se han tramitado las solicitudes de demandas de futuros eventos y su seguimiento.
- c) Se ha elaborado el presupuesto global y su desglose del evento a contratar.
- d) Se ha participado en la supervisión y control del desarrollo del evento contratado.
- e) Se ha realizado las operaciones post venta y seguimiento de satisfacción del cliente.
- f) Se han tenido en cuenta los aspectos relacionados con la atención al cliente y la gestión de la calidad.
- g) Se han operado las aplicaciones informáticas específicas.

c) Situaciones de aprendizaje en puesto de trabajo

Se relacionan a continuación una serie de situaciones de trabajo que representan posibles actividades a desarrollar por el alumnado durante su estancia en el centro de trabajo.

- ✓ Actuación profesional dentro de la estructura organizativa de la empresa:
 - Identificación de la estructura y organización de la empresa.
 - Identificación del tipo de producción y comercialización de la empresa.
 - Ejecución correcta de las instrucciones que recibe responsabilizándose de la labor que desarrolla, comunicándose de manera eficaz con la persona adecuada en cada momento.
 - Aplicación de hábitos éticos y laborales en el desarrollo de su actividad profesional.
- ✓ Actuación según las normas de Prevención de Riesgos Laborales y Medioambientales:
 - Identificación de riesgos y enfermedades profesionales asociadas a los distintos puestos de trabajo.
 - Interpretación de los planes de emergencia aplicándolos correctamente en las prácticas, simulacros y emergencias.
 - Aplicación de las medidas de seguridad.
 - Actuación según las normas de protección del medio ambiente.
- ✓ Creación de viajes combinados:
 - Búsqueda y selección de la información turística sobre bienes de interés cultural, interés natural, integrando la información, de modo que se pueda trasladar y adaptar de forma atractiva a turistas y visitantes.
 - Negociación con los proveedores de servicios, teniendo en cuenta los acuerdos y condiciones firmados.
 - Cotización de los servicios y valoración de los costes, descuentos, comisiones, márgenes de beneficio, umbral de rentabilidad, impuestos y precios de venta.
 - Atención eficiente y adecuada al cliente.
 - Realización de reservas y seguimiento de las mismas, respetando la operativa del sector y cumplimentando la documentación que corresponda.

- ✓ Gestión de eventos:
 - Análisis de las demandas para eventos presentadas y seguimiento de las mismas.
 - Elaboración de presupuestos, desglosando los distintos servicios ofrecidos.
 - Ejecución, supervisión y control del desarrollo del evento contratado.
 - Realización de operaciones post venta y análisis de la satisfacción del cliente, aplicando los procedimientos de atención y resolución de quejas y reclamaciones.
 - Aplicación de los estándares de calidad.

4. ESPACIOS Y EQUIPAMIENTOS MÍNIMOS

4.1 Espacios:

ESPACIO FORMATIVO	SUPERFICIE M ² / 30 ALUMNOS O ALUMNAS	SUPERFICIE M ² / 20 ALUMNOS O ALUMNAS
Aula polivalente	60	40
Aula de agencias/información turística	90	60

4.2 Equipamientos:

ESPACIO FORMATIVO	EQUIPAMIENTO
Aula polivalente	<ul style="list-style-type: none"> - PC para el profesor o la profesora. - Mobiliario de aula. - Cañón de proyección. - Pantalla de proyección. - Reproductor audiovisual.
Aula de agencias/información turística	<ul style="list-style-type: none"> - Pizarra. - Ordenadores instalados en red, impresora de alta velocidad, escáner y fax. - Cañón de proyección. - Pantalla desplegable. - Conexión a Internet. - Software de ofimática (procesador de textos, hoja de cálculo, presentaciones, base de datos, etc.) - Software informático de gestión de agencias de viajes y otras empresas de intermediación turística. - Licencia de GDS y de proveedores de servicios turísticos. - Archivadores, estanterías, material diverso de oficina. - Material impreso: bonos, expedientes, albaranes, etc. - Reproductor de TV/Vídeo y DVD. - Mapas, guías, folletos, revistas especializadas del sector.

5. PROFESORADO

5.1 Especialidades del profesorado, y atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo de Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.

MÓDULO PROFESIONAL	ESPECIALIDAD DEL PROFESORADO	CUERPO
0171. Estructura del mercado turístico	<ul style="list-style-type: none"> • Hostelería y Turismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Profesora o Profesor de

		Enseñanza Secundaria
0172. Protocolo y relaciones públicas	<ul style="list-style-type: none"> Hostelería y Turismo 	<ul style="list-style-type: none"> Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria
0173. Marketing turístico	<ul style="list-style-type: none"> Hostelería y Turismo 	<ul style="list-style-type: none"> Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria
0383. Destinos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> Hostelería y Turismo 	<ul style="list-style-type: none"> Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria
0384. Recursos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> Hostelería y Turismo 	<ul style="list-style-type: none"> Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria
0397. Gestión de productos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> Hostelería y Turismo 	<ul style="list-style-type: none"> Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria
0398. Venta de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> Hostelería y Turismo 	<ul style="list-style-type: none"> Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria
0399. Dirección de entidades de intermediación turística	<ul style="list-style-type: none"> Hostelería y Turismo 	<ul style="list-style-type: none"> Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria
0179. Inglés	<ul style="list-style-type: none"> Inglés 	<ul style="list-style-type: none"> Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria
0180. Segunda lengua extranjera	<ul style="list-style-type: none"> Lengua extranjera 	<ul style="list-style-type: none"> Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria
0400. Proyecto de Agencias de viaje y gestión de eventos	<ul style="list-style-type: none"> Hostelería y Turismo 	<ul style="list-style-type: none"> Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria
0401. Formación y Orientación Laboral	<ul style="list-style-type: none"> Formación y Orientación Laboral 	<ul style="list-style-type: none"> Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria
0402. Empresa e Iniciativa Emprendedora	<ul style="list-style-type: none"> Formación y Orientación Laboral 	<ul style="list-style-type: none"> Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria
0403. Formación en Centros de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> Hostelería y Turismo 	<ul style="list-style-type: none"> Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria



6. CONVALIDACIONES ENTRE MÓDULOS PROFESIONALES

MÓDULOS PROFESIONALES DEL CICLO FORMATIVO AGENCIAS DE VIAJE (LOGSE 1/1990)	MÓDULOS PROFESIONALES DEL CICLO FORMATIVO AGENCIAS DE VIAJE Y GESTIÓN DE EVENTOS (LOE 2/2006)
Producción y venta de servicios turísticos en agencias de viaje.	- 0398. Venta de servicios turísticos. - 0397. Gestión de productos turísticos.
Gestión económico-administrativa en agencias de viaje. Organización y control en agencias de viaje.	- 0399. Dirección de entidades de intermediación turística. - 0402. Empresa e Iniciativa Emprendedora.
Comercialización de productos y servicios turísticos.	- 0173. Marketing turístico. - 0171. Estructura del mercado turístico.
Lengua extranjera.	- 0179. Inglés.
Segunda lengua extranjera.	- 0180. Segunda lengua extranjera.
Formación en Centro de Trabajo.	- 0403. Formación en Centros de Trabajo.

7. RELACIONES DE TRAZABILIDAD Y CORRESPONDENCIA ENTRE MÓDULOS PROFESIONALES DEL TÍTULO Y UNIDADES DE COMPETENCIA

7.1 Correspondencia de las unidades de competencia con los módulos profesionales para su convalidación o exención

UNIDADES DE COMPETENCIA ACREDITADAS	MÓDULOS PROFESIONALES CONVALIDABLES
UC0266_3: Vender servicios turísticos y viajes.	0398. Venta de servicios turísticos.
UC0267_2: Desarrollar la gestión económico-administrativa de agencias de viaje. UC0268_3: Gestionar unidades de información y distribución turísticas.	0399. Dirección de entidades de intermediación turística.
UC1055_3: Elaborar y operar viajes combinados, excursiones y traslados.	0397. Gestión de productos turísticos.
UC1056_3: Gestionar eventos.	0172. Protocolo y relaciones públicas.
UC1072_3: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario competente, en los	0179. Inglés. (*)

servicios turísticos de guía y animación.	
UC1074_3: Gestionar información turística.	0173. Marketing turístico.
UC1069_3: Interpretar el patrimonio y bienes de interés cultural del ámbito de actuación a turistas y visitantes.	0384. Recursos turísticos.
UC1070_3: Interpretar espacios naturales y otros bienes de interés natural del ámbito de actuación a turistas y visitantes.	
UC1073_3: Comunicarse en una lengua extranjera distinta del inglés, con un nivel de usuario competente, en los servicios turísticos de guía y animación.	0180. Segunda lengua extranjera. (*)

(*) Podrá convalidarse de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 66.4 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo de Educación

7.2 Correspondencia de los módulos profesionales con las unidades de competencia para su acreditación

MÓDULOS PROFESIONALES SUPERADOS	UNIDADES DE COMPETENCIA ACREDITABLES
0398. Venta de servicios turísticos.	UC0266_3: Vender servicios turísticos y viajes.
0399. Dirección de entidades de intermediación turística.	UC0267_2: Desarrollar la gestión económico-administrativa de agencias de viaje.
	UC0268_3: Gestionar unidades de información y distribución turísticas.
0397. Gestión de productos turísticos.	UC1055_3: Elaborar y operar viajes combinados, excursiones y traslados.
0172. Protocolo y relaciones públicas.	UC1056_3: Gestionar eventos.
0384. Recursos turísticos.	UC1069_3: Interpretar el patrimonio y bienes de interés cultural del ámbito de actuación a turistas y visitantes.
	UC1070_3: Interpretar espacios naturales y otros bienes de interés natural del ámbito de actuación a turistas y visitantes.
0179. Inglés.	UC1072_3: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario competente, en los servicios turísticos de guía y animación.
	UC1057_2: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario independiente, en las actividades turísticas.
0180. Segunda lengua extranjera.	UC1073_3: Comunicarse en una lengua extranjera distinta del inglés, con un nivel de usuario competente, en los servicios turísticos de guía y animación.
0173. Marketing turístico.	UC1074_3: Gestionar información turística.



koalifikazioen eta
lanbide heziketaren
euskal institutua
Instituto vasco de
cualificaciones y
formación profesional

Lehendakari Agirre, 184 • 48015 BILBAO
Tfno.: 94 447 40 37 • Fax: 94 447 38 62
e-mail: kei.ivac@euskalnet.net
www.kei-ivac.com



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

LANBIDE HEZIKETAKO ETA ETENGABEKO
IKASKUNTZAKO SAILBURUORDETZA
VICECONSEJERIA DE FORMACION
PROFESIONAL Y APRENDIZAJE PERMANENTE