

Anexo I**MÓDULOS PROFESIONALES****Módulo Profesional: Estructura del mercado turístico.****Código: 0171****Equivalencia en créditos ECTS: 8****Curso: 1º****Duración: 140 horas****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:

- a) Se han definido los elementos básicos que caracterizan el sector turístico.
- b) Se ha analizado la evolución del turismo.
- c) Se han identificado y caracterizado las diferentes instituciones públicas o privadas relacionadas con el sector turístico.
- d) Se ha valorado la importancia de la actividad turística respecto al desarrollo económico y social del núcleo turístico.
- e) Se identifican los encuentros nacionales e internacionales en materia de turismo y su importancia para el sector.
- f) 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

- a) Se han 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 han conceptualizado y determinado los factores de la demanda turística.
- b) Se ha clasificado a los clientes 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.

Contenidos básicos:

Contextualización del sector turístico:

- Definición y elementos que caracterizan al turismo.
- Diferencias entre turista, visitante y excursionista.
- Evolución del turismo.
- Entidades públicas y privadas de ámbito local, regional, nacional e internacional relacionadas con el sector turístico.
- Valoración de la actividad turística en el desarrollo de un núcleo poblacional.
- Valoración de las nuevas tecnologías como fuentes de información y promoción turística.
- Valoración del profesional turístico en el ámbito de su profesión.

Identificación de las tipologías turísticas y sus tendencias:

- Tipologías turísticas y sus características.
- Localización geográfica de las principales tipologías turísticas.
- Factores que influyen en la localización espacial de cada tipología turística.
- Ventajas e inconvenientes del desarrollo turístico de una zona.
- Tendencias de las tipologías turísticas nacionales.
- Tendencias de las tipologías turísticas internacionales.
- Valoración de los factores que influyen sobre la demanda y capacidad de modificación de los mismos.

Análisis de la oferta turística:

- La oferta turística. Elementos y estructuras.
- La intermediación turística. Canales de distribución.
- Empresas de alojamientos turísticos. Definición. Tipología. Características. Distribución.
- Los medios de transporte turísticos.
- La oferta complementaria.



- El núcleo turístico.
- Importancia económica del turismo para el núcleo turístico.

Caracterización de la demanda turística:

- Definición. Factores de la demanda turística.
- Clasificación de los clientes.
- Elementos externos que influyen en la elasticidad de la demanda turística.
- Motivaciones de la demanda turística.
- Estacionalidad de la demanda. Acciones de desestacionalización.
- Metodología de compra.
- Tendencias actuales de la demanda turística.
- Valoración de la importancia de conocer a la clientela como elemento dinamizador de la demanda.

Orientaciones pedagógicas

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para situar al alumno en el contexto del mercado del turismo, dotándolo de conocimientos básicos de cómo está estructurado dicho mercado a nivel local, nacional e internacional, haciéndole comprender la importancia de este sector para el desarrollo económico de un área determinada.

Este módulo incluye aspectos como:

- Una introducción básica al mundo del turismo.
- Las tipologías turísticas y su distribución espacial.
- Principales características de la oferta.
- Elementos básicos de la demanda.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales a), b), c) y f) del ciclo formativo y las competencias a), b), c) y f) del título.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza aprendizaje que permitan alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- La aplicación de las nuevas tecnologías y aplicaciones informáticas de gestión de la información.
- Investigación del mercado turístico, ya que este es cambiante y necesita de una constante actualización tanto de las tendencias de la demanda como de la oferta.
- Análisis y caracterización de los elementos básicos que componen el mercado turístico.
- El funcionamiento básico de los distintos sectores o empresas que configuran la oferta.
- La caracterización y elementos que condicionan la demanda del mercado turístico.

Módulo Profesional: Protocolo y relaciones públicas.

Código: 0172

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Curso: 1º

Duración: 140 horas

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:



- a) Se han definido los elementos que conforman el protocolo institucional.
- b) Se han determinado los criterios para establecer la presidencia en los actos oficiales.
- c) Se han caracterizado los diferentes sistemas de ordenación de los invitados en función del tipo de acto a organizar.
- d) Se ha reconocido la normativa de protocolo y precedencias oficiales del Estado y otras instituciones.
- e) Se han realizado los programas protocolarios en función del evento a desarrollar.
- f) Se ha caracterizado el diseño y planificación de actos protocolarios.
- g) Se han diseñado diferentes tipos de invitaciones en relación con diferentes tipos de acto.
- h) 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 han diseñado manuales protocolarios 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 en el ámbito turístico, seleccionando y aplicando las técnicas asociadas.

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido los fundamentos y principios de las relaciones públicas.
- 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 el cliente relacionando las técnicas empleadas con el tipo de usuario.

Criterios de evaluación:

- a) Se han analizado los objetivos de una correcta atención al cliente.



- b) Se han caracterizado las técnicas de atención al cliente.
- c) Se han diferenciado las modalidades de atención al cliente.
- d) Se han aplicado las acciones del contacto directo y no directo.
- e) Se han utilizado las técnicas de comunicación con el cliente.
- f) Se han caracterizado los diferentes tipos de clientes.
- g) Se han demostrado las actitudes y aptitudes en los procesos de atención al cliente.
- h) Se han definido las técnicas de dinamización e interacción grupal.

5. Gestiona las quejas, reclamaciones y sugerencias, describiendo las fases establecidas de resolución para conseguir una correcta satisfacción del cliente.

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 los clientes 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 del cliente dentro de su ámbito de competencia.
- f) Se ha cumplido la normativa legal vigente en materia de reclamaciones de clientes en establecimientos de empresas turísticas.
- g) Se han diseñado los puntos clave que debe contener un manual corporativo de atención al cliente y gestión de quejas y reclamaciones.

6. Demuestra actitudes de correcta atención al cliente analizando la importancia de superar las expectativas de los clientes con relación al trato recibido.

Criterios de evaluación:

- a) Se han analizado las expectativas de los diferentes tipos de cliente.
- 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 los clientes, superiores y compañeros.
- 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.

Contenidos básicos:

Aplicación del protocolo institucional:

- Definición y elementos de protocolo institucional.
- Tipos de presidencias en actos oficiales.
- Sistemas de organización de invitados.
- Interés por la normativa en materia de protocolo y precedencias oficiales del Estado y de las Comunidades Autónomas.
- Proyección de actos protocolarios.
- Diseño de invitaciones.
- Ordenación de banderas dentro de los actos protocolarios.



Aplicación del protocolo empresarial:

- Tipos y objetivos de los actos protocolarios empresariales.
- Identificación del público objetivo y adecuación del acto.
- Diseño y contenido del manual protocolario y de comunicación de una empresa.
- Diseño y elementos de los actos protocolarios empresariales.
- Documentación.
- Elaboración del programa y cronograma del acto a organizar.
- Presupuesto económico como condicionante del acto protocolario.

Aplicación de los fundamentos y los elementos de las RR.PP. en el ámbito turístico:

- Definición y principios.
- Aplicación y valoración de las RR.PP. en el ámbito turístico empresarial e institucional.
- Identidad corporativa e institucional.
- Definición, elementos de la identidad, marcas, logotipos y manuales corporativos.
- Recursos de las relaciones públicas.
- La imagen corporativa: Identificación, clasificación y análisis de sus componentes.
- La expresión corporal. La imagen personal. Habilidades sociales.
- Tipos de imagen: real y proyectada.
- Factores de riesgo de imagen. Caracterización y valoración.
- La imagen del turismo español.

La comunicación con los clientes:

- Proceso de la comunicación.
- Canales de comunicación.
- Comunicación dentro y fuera de la empresa/institución.
- Comunicación no verbal.
- Comunicación verbal.
- Identificación y análisis de las técnicas de expresión oral y escrita.
- Modalidades de atención al cliente.
- Variables de la atención al cliente.
- Recursos de las relaciones públicas aplicadas en la comunicación con los clientes:
 - o Identificación y análisis.
 - o Tipos de recursos.
- Caracterización y aplicación en el sector turístico.
- Puntos clave de una buena atención al cliente según la fase de contacto de este con la empresa.
- Desarrollo de la Atención al cliente:
 - o Definición de cliente y objetivos de la atención al cliente.
 - o Variables de la atención al cliente: Personal informado. Personal motivado.
 - o Modalidades de atención al cliente: contacto directo: Aspecto lingüístico. Imagen emitida. Lugar de acogida. Imagen personal. Elementos del contacto no directo.
- Utilización de técnicas de comunicación con los clientes.
 - o Tipos de clientes.
 - o Interés en prestar una correcta atención al cliente.
 - o Técnicas de dinamización e interacción grupal.
- Puntos clave de una buena atención al cliente según la fase de contacto de este con la empresa.

Gestión de quejas, reclamaciones y sugerencias:



- Definición de quejas, reclamaciones y sugerencias.
- Diferencias entre la queja y la reclamación formal.
- Principales motivos de quejas del cliente de las empresas de hostelería y turismo.
- Elementos de recogida de quejas, reclamaciones o sugerencias.
- Valoración de la importancia de las quejas, reclamaciones y sugerencias como elemento de mejora continúa.
- Fases de la gestión de quejas y reclamaciones.
- Normativa legal vigente en materia de reclamaciones de clientes en establecimientos de empresas turísticas.
- Diseño de manual corporativo de atención al cliente y gestión de quejas y reclamaciones.

Actitudes de atención al cliente:

- Actitud de servicio al cliente.
- Actitud de empatía.
- Valoración de la importancia de una actitud de simpatía.
- Actitud de respeto hacia clientes, superiores, personal dependiente y compañeros.
- Actitud profesional.
- El valor de la discreción dentro del ámbito laboral.
- El valor de la imagen corporativa.

Orientaciones pedagógicas:

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones de atención al cliente y conocimientos del protocolo institucional y empresarial.

Las funciones de atención al cliente y conocimientos del protocolo institucional y empresarial incluye aspectos como:

- Protocolo institucional básico.
- Protocolo empresarial.
- Elementos de una correcta atención al cliente.
- Gestión de quejas, reclamaciones y sugerencias.
- Actitudes básicas referentes a una correcta atención al cliente.

La formación del módulo se relaciona con los objetivos generales b), c), d), e) y l) del ciclo formativo y permite alcanzar las competencias e), f), j) y k) del título.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Trabajar las actitudes de los alumnos en referencia a todos los aspectos relacionados con la atención al cliente.
- Dotarlos de herramientas básicas de protocolo institucional.
- Análisis y proyección del protocolo en los actos empresariales.
- Herramientas de gestión de quejas, reclamaciones y sugerencias.

Módulo Profesional: Marketing turístico.

Código: 0173

Equivalencia en créditos ECTS: 10

Curso: 1º

Duración: 160 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.



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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha justificado la importancia del marketing en el sector turístico.
- b) Se han diferenciado las peculiaridades del marketing de servicios en general y las propias del marketing turístico.
- c) Se han descrito los conceptos, definiciones e instrumentos básicos del marketing turístico.
- d) Se han diferenciado las etapas y la evolución del marketing.
- e) Se ha valorado la importancia de los distintos instrumentos del marketing.
- f) Se han definido los factores y criterios eficaces para orientar al marketing hacia el consumidor.
- g) Se han comparado las diferentes estructuras y enfoques de dirección de marketing.
- h) Se ha identificado la necesidad del marketing en la función comercial de la empresa turística.
- i) 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 identificado y clasificado la segmentación del 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 ha 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 y/o servicios turísticos.
- d) Se han utilizado las aplicaciones ofimáticas de base de datos.
- e) Se han 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 ha 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 puesta en funcionamiento de un plan de marketing propuesto.

6. Reconoce el proceso de decisión de compra de los consumidores analizando sus motivaciones y necesidades.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las necesidades y motivaciones de los consumidores de productos-servicios turísticos.
- b) Se han identificado las fases del proceso de decisión de compra en el consumidor.
- 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 los consumidores 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 han determinado las respuestas de las empresas y de la sociedad y se establecen unos principios éticos.
- e) Se ha identificado la normativa que protege al consumidor en la U.E. y en España.
- f) Se han analizado los derechos y deberes de los consumidores.

Contenidos básicos:

Caracterización del marketing turístico:

- Marketing. Concepto y terminología básica.
- Marketing turístico.
- Relación con el sector de la hostelería y el turismo.
- Características de los servicios y productos turísticos.
- Evolución de la función del marketing: orientación hacia el consumidor.
- Enfoques de la dirección del marketing.
- El futuro del marketing.

Interpretación de la segmentación de mercados turísticos:

- Concepto de segmentación y su utilidad.
- Requisitos para que la segmentación sea efectiva.
- Variables de segmentación más utilizadas en turismo.
- Aplicación de la segmentación al diseño de la estrategia comercial de las empresas turísticas.
- Tipos de estrategias de cobertura del mercado.
- Posicionamiento en el mercado:
 - o Conceptos.
 - o Estrategias.
 - o Métodos.
- Mapas perceptuales.
- Instrumentos comerciales y compatibilidad de los segmentos.

Identificación del marketing-mix y sus elementos:

- Producto, precio, distribución/comercialización y promoción.
- Definición, aplicación y estrategias.
- El producto-servicio. Niveles y elementos.
- La “servucción”.
- El ciclo de vida del producto y de los destinos turísticos.



- Desarrollo y lanzamiento de los nuevos productos turísticos.
- Políticas de marcas en el sector turístico.
- Políticas de precios en el sector turístico:
 - o Importancia como instrumento comercial.
 - o Condicionantes.
 - o Métodos de fijación de precios.
- La promoción turística en el mix promocional:
 - o La publicidad, las RRPP y las promociones de ventas/merchandising y su relevancia en el sector turístico.
 - o Materiales de promoción.
 - o Etapas en la producción de los mismos.
 - o Función de éstos en las empresas turísticas.
 - o Las ferias turísticas, Work shops, Fam-trips y otros.

Análisis de las nuevas tecnologías aplicadas al marketing turístico:

- Marketing directo en turismo y nuevas tecnologías.
- Concepto, evolución, elementos y principios marketing en internet.
- Creación y mantenimiento de bases de datos.
- Objetivos generales del desarrollo de una base de datos de marketing.
- Marketing directo. Factores que influyen en su expansión.
- Materiales de soporte y de desarrollo de políticas de marketing directo.
- El marketing directo y su desarrollo.

Caracterización y elaboración del plan de marketing:

- Plan de marketing. Elementos y Finalidad.
- Conexiones y relaciones con otros ámbitos de la empresa e instituciones.
- Análisis y previsiones sobre los factores del entorno.
- Segmentación y público objetivo.
- Planes de acción: estrategias y tácticas.
- Objetivos y cuotas de ventas.
- Recursos necesarios para respaldar las estrategias y alcanzar los objetivos.
- Seguimiento y control del marketing.
- Presentación y promoción del plan.
- Auditoria ambiental del plan.

Interpretación del proceso de decisión en el consumidor:

- Necesidades y motivaciones de los consumidores.
- Fases del proceso de decisión.
- Postcompra y fidelización.
- Tendencias de consumo.
- Los nuevos consumidores en el sector turístico.
- Bienestar y calidad de vida en el consumo.
- Herramientas de control de la calidad y la satisfacción del cliente. Implementación en empresas del sector turístico.

Caracterización de los criterios de consumerismo:

- Descripción y análisis de sistemas y conceptos básicos.
- El consumerismo.
 - o Descripción, concepto y características.



- La evolución en España.
- La reacción de la empresa y su respuesta.
- Normativa que regula al consumidor y sus derechos en la U.E. y en España: legislación genérica y específica.
- Derechos y deberes de los consumidores.
- Reclamaciones.

Orientaciones pedagógicas:

Este módulo profesional tiene como finalidad la adquisición de competencias básicas e iniciales en el ámbito profesional turístico, por lo que se refiere a temas de introducción y aplicación de conceptos y criterios específicos del marketing.

Se desarrollan en él aspectos relacionados con los modelos básicos de marketing y las técnicas más empleadas en turismo desde una óptica científica y mostrándolos en su aplicación real y práctica.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Los planes de marketing.
- Tareas de comercialización y comunicación de los productos.
- Aumentar el número de visitantes, reservas y ventas.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales a), b), c), d), e) y n) del ciclo formativo, y las competencias a), b), c), d), e), f), j) y l) del título.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Descripción, variedades, características de los distintos vocablos del marketing y diferenciación de conceptos.
- La descripción, acopio de documentación necesaria, aplicación de fases, entre otras, para elaborar un folleto.
- Las fases necesarias y las pautas a seguir para elaborar un plan de marketing y para presentarlo.
- La aplicación de las nuevas fórmulas de marketing adaptadas a las tendencias más actuales.

Módulo Profesional: Destinos turísticos.

Código: 0383

Equivalencia en créditos ECTS: 12

Curso: 1º

Duración: 190 horas

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

- a) Se ha identificado el concepto de geografía turística y su importancia para el conocimiento integral de los destinos.
- b) 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.



- c) Se han identificado y descrito las principales características, unidades físicas y accidentes geográficos del relieve de España.
- d) Se han identificado los principales elementos característicos de la hidrografía y el litoral.
- e) Se han identificado y descrito los paisajes característicos y la vegetación autóctona, así como los principales espacios naturales protegidos.
- f) Se han identificado y descrito las características generales del clima de España.
- g) Se ha analizado la distribución de la población en el conjunto del Estado español.
- h) 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.

Contenidos básicos:

Identificación de la geografía turística de España:

- Organización territorial y administrativa. Concepto de Autonomía, región, provincia, comarca y municipio. Identificación.
- Relieve. Características. Unidades físicas.
- Demografía: distribución de la población.
- Respeto por las diferentes creencias, lenguas y elementos diferenciales de las distintas comunidades autónomas.
- Aplicaciones informáticas y otras fuentes para el estudio de la geografía turística (de los destinos).

Identificación de la geografía turística de Europa y del resto del mundo:

- La organización internacional del turismo. La OMT. Concepto y funciones. Regiones y subregiones.
- Organización política y territorial de Europa. Países comunitarios y no comunitarios. Territorios dependientes de dentro y fuera de Europa.
- Unidades físicas europeas. Relieve, hidrografía y litoral. Vegetación, paisajes, espacios naturales protegidos y clima.
- Diversidad cultural europea: culturas, pueblos, lenguas.
- Geografía turística del resto del mundo: rasgos distintivos del relieve, hidrografía, vegetación, clima y diversidad cultural de las regiones y subregiones OMT, excepto Europa.
- Actitud de respeto por las diferentes razas, creencias y elementos diferenciadores de estos países.

Identificación de los principales destinos turísticos de España:

- Destinos españoles de sol y playa. Centros turísticos litorales peninsulares e islas.
- Destinos culturales españoles. Rutas culturales. Patrimonio de la Humanidad y Ciudades Patrimonio de la Humanidad. Gastronomía y enología. Fiestas, costumbres y tradiciones.
- Destinos urbanos españoles. La oferta turística en las ciudades. Negocios, reuniones, congresos e incentivos.
- 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.
- Grandes eventos en los destinos.

Identificación de los principales destinos turísticos de Europa y del resto del mundo:

- Destinos de sol y playa. Centros turísticos litorales, islas y archipiélagos.
- Destinos culturales. Rutas culturales. Patrimonio de la Humanidad, Ciudades Patrimonio de la Humanidad. Gastronomía y enología. Fiestas, costumbres y tradiciones.
- Destinos urbanos. La oferta turística en las ciudades. Negocios, reuniones, congresos e incentivos.
- Destinos rurales y de naturaleza. Parques Nacionales y Naturales.
- 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.

Orientaciones pedagógicas:

Se trata de un módulo soporte que contiene formación necesaria para desempeñar la función de información y asesoramiento.

Las funciones de asesoramiento e información turística incluyen aspectos como:

- Recopilación y análisis de información sobre recursos y oferta de los destinos turísticos antes del inicio del viaje.
- Información y asesoramiento a turistas en visitas y viajes.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Servicio de asistencia y guía en viajes y en el destino.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales a), b), c), f) y k) del ciclo formativo y las competencias: a), b) y f) del título.

Las líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- El análisis de la especialización de diferentes tipos de destinos turísticos.
- La descripción de los elementos más característicos del medio físico de los destinos, desde el enfoque de la geografía turística.
- La identificación de los destinos turísticos más relevantes analizando su oferta, recursos y características más sobresalientes.
- La actualización continua de la información para la selección de los destinos más relevantes del mercado turístico.
- La utilización de una metodología activa y motivadora que implique la participación del alumno como agente activo del proceso de enseñanza-aprendizaje.
- La utilización en el aula de recursos bibliográficos, audiovisuales y TIC.

Módulo Profesional: Recursos turísticos.

Código: 0384

Equivalencia en créditos ECTS: 10

Curso: 1º

Duración: 140 horas



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:

- a) Se han detectado los recursos turísticos más destacados de cada CC.AA.
- b) Se han clasificado atendiendo a las tipologías y empleando la legislación vigente en cada caso.
- c) Se ha determinado el tipo de recurso del que se trata y explicado atendiendo a sus peculiaridades y a la singularidad.
- d) 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.
- e) Se ha definido cual es la protección legal e institucional existente para los diferentes recursos.
- f) 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.

Contenidos básicos:

Identificación de los recursos turísticos del territorio:

- Recursos turísticos. Clasificación y tipología.
- Legislación que afecta a los recursos turísticos y su aplicación a los mismos.
- Normativa de protección de existente en Europa y en España referente a los recursos turísticos, a su protección, mantenimiento y reconocimiento.

Interpretación de los conceptos básicos del arte:

- Pintura.
- Escultura.
- Arquitectura.
- Otras manifestaciones artísticas.
- Diferentes movimientos y estilos artísticos en pintura, escultura, arquitectura y otras manifestaciones artísticas de España.

Identificación y análisis del Patrimonio histórico-artístico y sociocultural de España:



- Patrimonio y Bienes patrimoniales en España. Concepto. Turismo cultural.
- Museos y otros centros culturales.
- Fiestas y declaraciones de interés turístico regional, nacional e internacional. Normativa.
- Gastronomía de España. Elaboraciones y productos tradicionales.
- Enología de España. Zonas vinícolas y denominaciones de origen.
- Etnografía y artesanía. Productos propios de cada zona. Tipos.
- Patrimonio Inmaterial. Música, danzas, tradiciones y otras expresiones populares. Descripción y contenido. Música popular. Danza. Tradiciones. Otras expresiones culturales.
- Tipología de la arquitectura popular en las CC.AA.
- Análisis del Patrimonio natural y paisajístico de España.

Patrimonio natural y paisajístico:

- Concepto de recursos naturales y paisajísticos.
- Normativa.
- Espacios naturales protegidos españoles y su normativa.
- Programas europeos de ayuda al patrimonio natural y paisajístico.
- Nuevas tecnologías para detectar y localizar los espacios, programas de cartografía y otros. Utilización.
- Medidas para mantener el medio ambiente. Turismo y sostenibilidad.

Interpretación global del patrimonio histórico, artístico y sociocultural:

- Métodos para acercar el legado natural y cultural al público visitante.
- La interpretación del patrimonio como sistema de gestión.
- Diseño de los métodos de evaluación y control de los sistemas de interpretación.

Orientaciones pedagógicas:

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar la función de asesoramiento e información sobre recursos turísticos, integrando el hecho cultural patrimonial así como el entorno natural dentro de la oferta turística de cada zona.

Este módulo incluye aspectos como:

- Comercialización de turismos especializados en el recurso, proporcionando valor añadido a los destinos.
- Aprovechamiento de la zona para favorecer el posible desarrollo turístico.
- Potenciación de la cultura y de las tradiciones.
- Mantenimiento y conservación del patrimonio.
- Mejora de los niveles de ingresos en las zonas turísticas en desarrollo o sin consolidar así como en aquellas que ya son destinos maduros.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Las actividades de guía turístico, tanto en destinos como en rutas.
- Las oficinas de información turística.
- Las actividades de promoción turística local de toda índole.
- El aspecto de asesoramiento en venta de productos y servicios turísticos.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales a), b), c) f) y k), del ciclo formativo y las competencias: a), b), c) y f) del título.



Las líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- La aplicación de las nuevas tecnologías y aplicaciones ofimáticas para detectar y analizar los distintos recursos.
- El conocimiento de la legislación aplicable.
- La investigación sobre las nuevas fórmulas de ofertar y acercar el legado cultural y patrimonial al visitante realizando trabajos de campo.
- Visitas guiadas a puntos de interés turístico por su patrimonio cultural o natural.

Módulo Profesional: Gestión de productos turísticos.

Código: 0397

Equivalencia en créditos ECTS: 6

Curso: 2º

Duración: 90 horas

Resultados de aprendizaje y Criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido y clasificado los viajes combinados atendiendo a diferentes parámetros.
- b) Se ha reconocido y analizado la normativa aplicable a los viajes combinados.
- c) Se han descrito los servicios turísticos principales y accesorios que conforman los viajes combinados.
- d) Se han identificado y descrito los elementos, contenidos y cláusulas que deben contener los programas y contratos de viajes combinados.
- e) 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.
- f) 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 ha 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, personal de asistencia y el cliente.
- 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 asistentes, las instalaciones y 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 y personal contratado.
- j) Se han tenido en cuenta los aspectos relacionados con la atención al cliente y la gestión de la calidad.

Contenidos básicos:

Análisis de los viajes combinados:

- Viajes combinados.
- Concepto. Tipología y normativa.
- Elementos de los viajes combinados: transporte, alojamiento y otros servicios turísticos no accesorios.
- El programa de viajes combinados.
- El contrato de viajes combinados.
- Intermediarios. Concepto. Tipología. Funciones y relaciones con los organizadores de viajes combinados.
- Relaciones profesionales entre organizador, detallista y proveedores de servicios. Condiciones para su elección. Convenios de colaboración y términos de retribución.
- Agencias receptoras y corresponsales. Funciones. Condiciones para su elección.
- Mercado de viajes combinados. Tendencias actuales y previsible evolución.

Diseño y cotización de viajes combinados:

- Aplicación de técnicas de investigación de mercado: análisis de la demanda, oferta y distribución actual del mercado.
- Diseño del viaje combinado. Concepto. Componentes. Fases y secuenciación.
- Selección de proveedores. Negociación. Condiciones y criterios.



- Cotización de los servicios.
 - o Componentes del precio: transporte, alojamiento y otros servicios turísticos no accesorios.
 - o Tarifas y condiciones especiales, descuentos, gratuidades y otros.
 - o Impuestos y tasas.
 - o Costes. Margen de beneficio y punto muerto.
 - o Descuentos, suplementos y comisiones a detallistas.
 - o Cálculo del precio de venta final.
- Documentación derivada del diseño y cotización de viajes combinados.
- La calidad en los viajes combinados. Concepto. Estándares de servicio.
- Aplicaciones informáticas.

Coordinación de viajes combinados con los prestatarios de los servicios:

- Aplicaciones informáticas específicas de gestión y reserva de servicios turísticos.
- Operación y reserva de los viajes combinados. Concepto. Fases. Procesos.
- Organización y reserva de los servicios de transporte, alojamiento y otros servicios complementarios.
- Coordinación con las agencias receptoras: traslados, guías, representantes, excursiones y visitas.
- Documentación: tipo, finalidad y emisión.

Identificación del mercado de eventos:

- Los eventos. Tipología. Concepto y función. Tipología de actos en función del tipo de evento.
- Oferta turística necesaria para el desarrollo de eventos.
- Servicios demandados según la tipología de eventos.
- La captación de eventos: organismos y empresas públicas y privadas intervinientes.
- Patrocinadores y entidades colaboradoras.
- Mercado actual y previsible evolución del sector. Impacto económico y social en los destinos.
- Aplicaciones informáticas de información.

Organización de eventos:

- Proyecto: fases y metodología para su desarrollo. Contenidos del proyecto.
- Recursos humanos, técnicos y materiales para la organización de eventos. Fases.
- Formalización de la documentación.
- Cálculo de costes: presupuestos, valoración y margen de beneficios.
- Coordinación entre clientes y organizador del evento. Características y funciones.
- Plan de seguridad. Previsión de la coordinación de situaciones de emergencia.
- Gestión de la documentación del evento.
- Aplicaciones informáticas de gestión de eventos.

Supervisión de eventos:

- Coordinación y control durante el evento.
 - o Personal. Asignación de funciones y ubicación. Deontología.
 - o Equipos técnicos, mobiliario y material diverso.
 - o Documentación del evento: carpetas, credenciales y otros.
 - o Aplicación de normas de protocolo en diversos tipos de actos.
- Soportes publicitarios e informativos en eventos. Tipos y funciones. Ubicación.



- Acogida, atención durante el evento y despedida. Procedimiento.
- Facturación a clientes. Pago a proveedores de servicios y personal contratado. Procedimiento.
- La calidad en los servicios de eventos. Concepto. Estándares de servicio.

Orientaciones pedagógicas

Este módulo contiene la formación necesaria para gestionar viajes combinados y organizar eventos de diferente tipología.

Las funciones de la gestión de viajes combinados y organización de eventos incluyen aspectos como:

- Caracterización de los viajes combinados.
- Diseño y cotización de viajes combinados.
- Comercialización y distribución de viajes combinados.
- Organización de eventos.
- Desarrollo y control de eventos.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Las áreas técnica y/o de productos de agencias mayoristas, minoristas y mayoristas-minoristas que elaboren y comercialicen viajes combinados.
- Agencias y otros tipos de empresas especializados en eventos e incentivos.

La formación del módulo se relaciona con los objetivos generales a), b), c), d), e), f), h), g), j), k), l) y n), y permite alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales a), b), c), d), e), f), i), j), k) y m).

Las líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Aplicar la metodología para planificar y elaborar viajes combinados de diferente tipología.
- Trabajar la planificación y la organización de eventos mediante elaboración de proyectos, presupuestos y diseño de actos.
- Aplicar conceptos de módulos como Marketing. Protocolo y relaciones públicas y Dirección de agencias de viajes.
- Incidir en las actitudes de atención al cliente y en las de organización del trabajo y presentación de documentos.
- Utilizar aplicaciones informáticas de información y de gestión específica de eventos y GDS.

Módulo Profesional: Venta de servicios turísticos.

Código: 0398

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Curso: 2º

Duración: 150 horas

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:

- a) Se han identificado y caracterizado los distintos medios de transporte susceptibles de ser vendidos en las agencias de viajes.



- b) Se han identificado los principales proveedores de transporte y los productos/servicios que ofertan.
- c) Se han analizado las principales tarifas y las condiciones del servicio, así como los impuestos y tasas que se les aplican.
- d) Se ha interpretado la normativa vigente aplicable al transporte de personas en diversos medios.
- e) Se han identificado y caracterizado los servicios/productos que ofertan y las tarifas que se aplican en el alojamiento turístico.
- f) Se ha interpretado la normativa básica de regulación de alojamientos turísticos.
- g) 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, 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 utilizada 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 al cliente 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 clientes.
- i) Se han aplicado sistemas informáticos, terminales y sistemas globales de distribución para la emisión de la documentación.

Contenidos básicos:

Tipología de servicios en las agencias de viajes:

- Intermediación en la venta del transporte.
 - o Medios de transporte. Concepto, tipología y caracterización.
 - o Proveedores. Productos y servicios que ofertan.
 - o Principales tarifas. Condiciones del transporte.
 - o Impuestos y tasas.
 - o Normativa vigente del transporte.
 - o Derechos y deberes de usuarios y transportistas.
- Intermediación en la venta de alojamiento turístico.
 - o Alojamientos turísticos hoteleros y extrahoteleros. Concepto, tipología y caracterización. Productos y servicios que ofertan. Tarifas.
 - o Normativa vigente.
- Intermediación en la venta de viajes combinados. Principales productos y proveedores.
- Intermediación en la venta de otros servicios turísticos. Caracterización, tarifas y condiciones.
- Sistemas globales de distribución. Funciones.
- Venta por internet. Agencias virtuales.

Aplicación de técnicas de venta:

- El cliente. Tipología. Necesidades y motivos de compra.
- Técnicas de venta. Concepto. Principios básicos. Etapas.
 - o Apertura. Clima adecuado. El lenguaje del cuerpo.
 - o Tensiones y prejuicios. Generación de confianza en el cliente.
 - o Indagación de necesidades y deseos del cliente. Métodos.
 - o Presentación del producto/servicio. Proceso.
- La negociación. Proceso y técnicas.



- Objeciones y dudas.
- Venta telefónica. Procedimiento.
- Valoración de la importancia de las técnicas de venta en la gestión comercial de las agencias de viajes.

Venta de servicios:

- Fuentes de información para la venta de los servicios en agencias de viajes. Caracterización y tipología y uso.
- Información y asesoramiento de servicios/productos, condiciones específicas, tarifas y destinos.
- Reserva de productos/servicios. Sistemas de reservas. Tipos y funciones.
 - o Procedimiento de reserva y confirmación.
 - o 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. Concepto, Estándares de servicio.

Operaciones de cierre y post-venta:

- Documentos para prestación de servicios. Caracterización. Tipología.
- Funciones. Procedimiento de emisión.
 - o Bonos, billetes, pasajes y títulos de transporte. Localizadores.
- Procedimiento de facturación. Aplicación de gastos de gestión.
- Documentos de venta. Caracterización. Tipología. Funciones: facturas, recibos y albaranes.
- Sistemas y formas de cobro de servicios. Políticas de crédito. Riesgos.
- Cancelaciones. Procedimiento. Aplicación de la normativa.
- Información adicional. Instrucciones previas al servicio/viaje.
- Procesos de post-venta y valoración desde un punto de vista comercial y de fidelización.
- Aplicaciones informáticas, terminales y GDS.

Orientaciones pedagógicas

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar la función de venta de servicios y productos turísticos en agencias de viajes.

La función de la venta de servicios turísticos en agencias de viajes incluye aspectos como:

- La información, asesoramiento y la atención al cliente.
- La venta de servicios de transporte, alojamiento, viajes combinados y otros servicios turísticos.
- El uso de las nuevas tecnologías: programas de gestión específicos de las agencias de viajes, sistemas globales de distribución, terminales y programas de proveedores de servicios de transporte y ofimática.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Los procesos de venta de servicios, información y atención al cliente en agencias de viajes minoristas y mayoristas-minoristas.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales del ciclo formativo b), d), f), g), h), j), k) y l), y las competencias del título d), f), g), i), j) y m).



Las líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Búsqueda y análisis de información relativa a los servicios y productos turísticos de los proveedores de servicios, así como aquella que sea de interés para el cliente ante la perspectiva de un viaje.
- Análisis de las tarifas, condiciones y características de los proveedores de servicios turísticos.
- Análisis de las técnicas de venta y post-venta.
- Gestión de los procesos administrativos derivados de la reserva y venta de servicios turísticos.
- La aplicación de las nuevas tecnologías y aplicaciones informáticas específicas de gestión de agencias de viajes, sistemas globales de distribución y aplicaciones de proveedores de servicios.

Módulo Profesional: Dirección de entidades de intermediación turística.

Código: 0399

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Curso: 2º

Duración: 150 horas

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:

- a) Se ha identificado el concepto de entidades de intermediación de servicios y productos turísticos.
- b) Se ha descrito la evolución experimentada por el sector desde el inicio de la actividad.
- c) Se han clasificado las agencias de viajes según la normativa vigente y caracterizado las funciones que realizan.
- d) Se han analizado los requisitos específicos para su funcionamiento.
- e) Se han caracterizado otras tipologías de agencias de viajes atendiendo a su especialización y a los servicios que ofertan.
- f) 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 turísticas.
- 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 de servicios y con clientes.
- b) Se ha formalizado la documentación relativa a la gestión administrativa de clientes y proveedores.
- 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.
- h) 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/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.

Contenidos básicos:

Caracterización de entidades de intermediación turística:

- Agencias de viajes. Concepto. Evolución histórica. Clasificación legal. Características. Funciones.
- Requisitos específicos para su funcionamiento.
- Agencias de viajes especializadas. Concepto. Tipos de especialización y servicios que ofertan.
- Otras figuras de intermediación y gestión de servicios y productos turísticos.
- Centrales de reservas. Concepto. Funciones.
- Normativa europea, nacional y autonómica aplicable a la actividad de intermediación de servicios turísticos.
- Deontología profesional. Concepto y actitudes.
- Organismos y asociaciones nacionales e internacionales. Funciones.

Organización de entidades de intermediación turística:

- Empresas de intermediación turística. Concepto. Principios.



- Sistemas y tipos de organización, funciones.
- Estructuras organizativas. Tipología.
- Departamentalización o áreas. Relaciones interdepartamentales.
- Diseño de organigramas. Puestos y funciones.
- Planificación y planes empresariales. Concepto. Estrategias y políticas. Proceso de planificación.
- Valoración de la importancia de la planificación en la gestión empresarial.

Control de la rentabilidad en entidades de intermediación turística:

- Concepto de gestión económica y financiera en las empresas de intermediación turística.
- El patrimonio. Concepto. Elementos y masas patrimoniales.
- 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.
- Presupuestos. Concepto. Función. Tipos. Elaboración de presupuestos. Control, desviaciones y medidas correctoras.
- Financiación. Concepto. Estructura financiera de la empresa. Fuentes de financiación. Cálculo de costes de la financiación en empresas de intermediación turística.
- Los costes. Concepto. Tipos de costes. Cálculo e imputación de costes derivados de la gestión de empresas de intermediación turística.
- Análisis de la rentabilidad. Concepto. Cálculo de ratios, margen de beneficio y umbral de rentabilidad en empresas de intermediación turística.
- Aplicaciones informáticas de gestión económico-financiera.

Realización de la gestión administrativa y comercial:

- Procesos administrativos derivados de las relaciones con proveedores de servicios. Concepto. Tipos. 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 clientes. Concepto. Tipos. Procedimiento. Documentos.
- Control de cajas y bancos. Registro de operaciones. Análisis de la información bancaria.
- Gestión de impagos y devoluciones. Procedimiento.
- Gestión del almacén. Aprovisionamiento. Inventarios. Control de existencias de documentos internos y externos.
- Gestión comercial y canales de distribución. Concepto. Estrategias de comercialización y distribución.
- Aplicaciones informáticas de gestión administrativa y comercial.

Dirección de RR.HH. en las entidades de intermediación turística:

- Dirección de equipos de trabajo: sistemas de dirección, tipos de mando y liderazgo.
- Organización del personal: planificación de turnos, horarios, calendarios y otros.
- Previsión de plantillas. Variables.
- Selección de personal. Métodos.
- Manual de empresa. Concepto, contenido y función.
- La motivación. Concepto. Estrategias de incentivos a la producción.
- La formación. Programas de formación. Carreras profesionales.

Calidad en los servicios de intermediación turística:

- Concepto, evolución, elementos y principios rectores de la calidad en el sector turístico.



- Objetivos generales y objetivos instrumentales en el subsector de las empresas de intermediación turística.
- Implantación de un sistema de control de calidad por parte de una consultora externa a la empresa.
- Manejo de las herramientas de gestión de la calidad: ciclo de gestión de la calidad. Autoevaluación, planificación de la mejora, sistemas indicadores, sistemas de encuesta, sistema de quejas y sugerencias.

Orientaciones pedagógicas:

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar la función de dirección en agencias de viajes y otras empresas de intermediación y de distribución turísticas.

La función de la dirección de agencias de viajes incluye aspectos como:

- La organización y planificación empresarial.
- La gestión económica y financiera.
- La gestión administrativa.
- La gestión comercial.
- La gestión de los recursos humanos.
- El control de la calidad en los procesos.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Realizar las actividades de organización, planificación y control empresarial en unidades de producción de servicios de intermediación y distribución turísticas.
- Analizar los estados contables y financieros de la empresa.
- Evaluar costes, calcular presupuestos y márgenes de beneficios.
- Controlar los procesos administrativos derivados de las relaciones con clientes, intermediarios y proveedores.
- Aplicar métodos para la gestión comercial.
- Seleccionar, dirigir, liderar y motivar los recursos humanos.
- Aplicar sistemas de calidad en el ámbito de la empresa.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales d), e), h), i), j), k), l), m) y n) del ciclo formativo y las competencias h), i), j), k), l) y m) del título.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Análisis de los sistemas de organización, planificación y control de las empresas de intermediación de productos y servicios turísticos.
- Aplicación de procedimientos de gestión económica, financiera y administrativa.
- Aplicación de procedimientos de gestión comercial y de recursos humanos.
- Operar aplicaciones de ofimática. Utilización de nuevas tecnologías de la información y la comunicación.
- Aplicaciones de programas informáticos de organización y gestión para empresas de intermediación de productos y servicios turísticos.
- Análisis de los métodos de implantación y control de la calidad.

Módulo profesional: Inglés

Código: 0179

Equivalencia en Créditos ECTS: 7

Curso: 1º



Duración: 140 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:

1. Reconoce información profesional y cotidiana específica 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:

- a) Se ha identificado la idea principal del mensaje.
- b) 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 hablante.
- c) Se ha extraído información de grabaciones en lengua estándar relacionadas con la vida social, profesional o académica.
- d) Se han identificado los puntos de vista y las actitudes del hablante.
- e) Se han identificado las ideas principales de declaraciones y mensajes sobre temas concretos y abstractos, en lengua estándar y con un ritmo normal.
- f) 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.



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 recepción 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 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.



Contenidos básicos:

Análisis de mensajes orales:

- Obtención de información global y específica de conferencias y discursos sobre temas concretos y con cierta abstracción.
- Estrategias para comprender e inferir significados no explícitos: ideas principales. Claves contextuales en textos orales sobre temas diversos o para comprobar la comprensión.
- Comprensión global de un mensaje, sin necesidad de entender todos y cada uno de los elementos del mismo.
- Comprensión de mensajes profesionales y cotidianos.
 - o Mensajes directos, telefónicos, radiofónicos, grabados.
 - o Terminología específica del sector de las agencias de viajes y la gestión de eventos.
 - o Ideas principales y secundarias. Identificación del propósito comunicativo de los elementos del discurso oral.
 - o Recursos gramaticales: Tiempos verbales, preposiciones, phrasal verbs, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos preposicionales, verbos modales y otros.
 - o Otros recursos lingüísticos: gustos y preferencias, argumentaciones, instrucciones acuerdos y desacuerdos, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia.
 - o Diferentes acentos de lengua oral.
 - o Identificación de registros con mayor o menor grado de formalidad en función de la intención comunicativa y del contexto de comunicación.
 - o Utilización de estrategias para comprender e inferir significados por el contexto de palabras, expresiones desconocidas e información implícita en textos orales sobre temas profesionales.

Interpretación de mensajes escritos:

- Predicción de información a partir de elementos textuales y no textuales en textos escritos sobre temas diversos.
- Recursos digitales, informáticos y bibliográficos, para solucionar problemas de comprensión o para buscar información, ideas y opiniones necesarias para la realización de una tarea.
- Comprensión de mensajes, textos, artículos profesionales del sector y cotidianos.
 - o Soportes telemáticos: fax, e-mail, burofax.
 - o Terminología específica del sector productivo de las agencias de viajes y la gestión de eventos. "False friends"
 - o Análisis de los errores más frecuentes. Sinónimos y antónimos, adjetivos descriptivos.
 - o Ideas principales e ideas secundarias. Identificación del propósito comunicativo de los elementos textuales y de la forma de organizar la información distinguiendo las partes del texto.
 - o Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, phrasal verbs, I wish + pasado simple o perfecto, I wish + would, If only; uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales verbos seguidos de infinitivo o formas en "-ing", usos de las formas en "-ing" después de ciertos verbos, preposiciones y con función de sujeto, participios en "-ing" o en "-ed" y otros.
- Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.
- Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.



- Comprensión de sentidos implícitos, posturas o puntos de vista en artículos e informes referidos a temas profesionales concretos o de actualidad.
- Estrategias de lectura según el género textual, el contexto de comunicación y la finalidad que se persiga.

Producción de mensajes orales:

- Mensajes orales.
 - o Registros utilizados en la emisión de mensajes orales según el grado de formalidad.
 - o Terminología específica del sector de las agencias de viajes y la gestión de eventos. “False friends”
 - o Expresiones de uso frecuente e idiomáticas en el ámbito profesional. Fórmulas básicas de interacción socio-profesional en el ámbito Internacional.
 - o Recursos gramaticales: Tiempos verbales, preposiciones, phrasal verbs, verbos preposicionales, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales y otros.
 - o Otros recursos lingüísticos: gustos y preferencias, sugerencias, argumentaciones, instrucciones, acuerdos y desacuerdos, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia.
 - o Fonética. Sonidos y fonemas vocálicos y sus combinaciones y sonidos y fonemas consonánticos y sus agrupaciones.
 - o Marcadores lingüísticos de relaciones sociales, normas de cortesía y diferencias de registro.
- Mantenimiento y seguimiento del discurso oral.
 - o Conversaciones informales improvisadas sobre temas cotidianos y de su ámbito profesional. Participación. Opiniones personales. Intercambio de información de interés personal.
 - o Recursos utilizados en la planificación del mensaje oral para facilitar la comunicación. Secuenciación. Uso de circunloquios y paráfrasis para suplir carencias lingüísticas y mecanismos para dar coherencia y cohesión al discurso.
 - o Discurso oral y medios para expresar lo que se quiere comunicar. Adaptación a la situación y al receptor, adoptando un registro adecuado.
 - o Estrategias para participar y mantener la interacción y para negociar significados: elementos paratextuales, aclarar opiniones, resumir, preguntar o repetir con otras palabras parte de lo dicho para confirmar la comprensión mutua.
 - o Toma, mantenimiento y cesión del turno de palabra.
 - o Apoyo, demostración de entendimiento, petición de aclaración, etc.
 - o Entonación como recurso de cohesión del texto oral: uso de los patrones de entonación.

Emisión de textos escritos:

- Composición de una variedad de textos de cierta complejidad. Planificación y revisión. Uso de mecanismos de organización, articulación y cohesión del texto.
- Expresión y cumplimentación de mensajes y textos profesionales y cotidianos.
 - o Currículum vital y soportes telemáticos: fax, e-mail, burofax.
 - o Terminología específica del sector productivo de las agencias de viajes y la gestión de eventos. “False friends”.
 - o Ideas principales y secundarias. Propósito comunicativo de los elementos textuales y de la forma de organizar la información distinguiendo las partes del texto.
 - o Recursos gramaticales: Tiempos verbales, preposiciones, verbos preposicionales, phrasal verbs, verbos modales, locuciones, uso de la voz pasiva, oraciones de



relativo, estilo indirecto. Nexos: “Because of”, “since”, “although”, “even if”, “in spite of”, “despite”, “however”, “in contrast” y otros.

- Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado, consecuencia.
- Secuenciación del discurso escrito: “first”, “alter”, “then”....”finally”.
- Derivación; sufijos para formar adjetivos y sustantivos.
- Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.
- Coherencia textual.
 - o Adecuación del texto al contexto comunicativo.
 - o Tipo y formato de texto.
 - o Variedad de lengua. Registro. Uso apropiado al lector al que va dirigido el texto.
 - o Selección léxica, de estructuras sintácticas y de contenido relevante.
 - o Estructuras formales en los textos escritos Selección y aplicación.
 - o Ordenación lógica de frases y párrafos. Textos coherentes. Elementos de enlace adecuados.
 - o Inversión: después de “neither”, “nor” y de “so”. Después de expresiones negativas y de “only”.
 - o Inicio del discurso e introducción del tema. Desarrollo y expansión:
 - Ejemplificación.
 - Conclusión y resumen del discurso.
 - o Uso de los signos de puntuación.
- Redacción, en soporte papel y digital, de textos de cierta complejidad: correspondencia, informes, resúmenes, noticias o instrucciones, con claridad, razonable corrección gramatical y adecuación léxica al tema.
- Elementos gráficos para facilitar la comprensión: ilustraciones, tablas, gráficos o tipografía, en soporte papel y digital.
- Argumentos: razonamiento a favor o en contra de un punto de vista concreto y explicación de las ventajas y desventajas de varias opciones.

Identificación e interpretación de los elementos culturales más significativos de los países de lengua extranjera (inglesa):

- Valoración de las normas socioculturales y protocolarias en las relaciones internacionales.
- Uso de los recursos formales y funcionales en situaciones que requieren un comportamiento socioprofesional con el fin de proyectar una buena imagen de la empresa.
- Reconocimiento de la lengua extranjera para profundizar en conocimientos que resulten de interés a lo largo de la vida personal y profesional.
- Uso de registros adecuados según el contexto de la comunicación, el interlocutor y la intención de los interlocutores.
- Interés por la buena presentación de los textos escritos tanto en soporte papel como digital, con respeto a las normas gramaticales, ortográficas y tipográficas.

Orientaciones pedagógicas.

Este módulo contiene la formación necesaria para el desempeño de actividades relacionadas con las actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos.

La tarea de las agencias de viajes y gestión de eventos incluye el desarrollo de los procesos relacionados y el cumplimiento de procesos y protocolos de calidad, todo ello en inglés.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales d), e), h) e i) del ciclo formativo, y las competencias d), e), f), g), h) e i) del título.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo, versarán sobre:



- La descripción, análisis y aplicación de los procesos de comunicación utilizando el inglés.
- La caracterización de los procesos incluidos en las actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos en inglés.
- Los procesos de calidad en la empresa, su evaluación y la identificación y formalización de documentos asociados a las actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos en inglés.
- La identificación, análisis y procedimientos de actuación ante situaciones imprevistas (quejas, reclamaciones...), en inglés.

Módulo profesional: Segunda lengua extranjera (francés)**Código: 0180****Equivalencia en Créditos ECTS: 7****Curso: 2º****Duración: 120 horas****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:

- a) Se ha situado el mensaje en su contexto profesional.
- b) Se ha captado la idea principal del mensaje.
- c) Se ha identificado la información específica contenida en el mismo.
- d) Se ha identificado la actitud e intención del interlocutor.
- e) Se han extraído las ideas principales de un mensaje emitido por un medio de comunicación.
- f) Se ha identificado el hilo argumental de una situación comunicativa visionada.
- g) 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, relacionando reglas gramaticales con el propósito de los mismos.

Criterios de evaluación:

- 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.

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 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.

Contenidos básicos:

Reconocimiento de mensajes orales:

- Comprensión de mensajes orales en situaciones diversas: habituales, personales y profesionales.
- Mensajes sencillos directos, telefónicos y grabados.
- Terminología específica del área profesional del técnico superior en agencias de viajes y gestión de eventos.
- Ideas principales y secundarias.



- Recursos gramaticales: Estructura de la oración, tiempos verbales, nexos, preposiciones, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto...
- Otros recursos lingüísticos: acuerdos y desacuerdos, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia.
- Reconocimiento de mensajes orales provenientes de hablantes cuya lengua materna no es el francés o sean originarios provenientes de países francófonos no europeos.

Interpretación de mensajes escritos:

- Comprensión global de documentos sencillos relacionados con situaciones tanto de la vida profesional como cotidiana (hojas de reclamaciones, quejas, solicitudes de reserva y cuestionario de satisfacción, entre otros, etc.).
- Soportes telemáticos: fax, e-mail, burofax.
- Terminología específica del área profesional del técnico superior en agencias de viajes y gestión de eventos. "Faux amis"
- Ideas principales y secundarias.
- Síntesis de ideas al leer documentos escritos (correos electrónicos, faxes, reclamaciones, entre otros).
- Recursos gramaticales: estructura de la oración, tiempos verbales, nexos, preposiciones, uso de la voz pasiva, el uso del "vous" en francés, el pronombre "on", oraciones de relativo, estilo indirecto, formulas de "politesse" (j'aimerais..., je voudrais..., je suis intéressé à..., s'il vous plaît, je vous en prie, entre otros).
- Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.
- Relaciones temporales básicas: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.

Producción de mensajes orales:

- Creación de la comunicación oral.
 - o Registros utilizados en la emisión de mensajes orales.
 - o Participación en conversaciones y exposiciones relativas a situaciones de la vida profesional.
 - o Terminología específica del área profesional del técnico superior en agencias de viajes y gestión de eventos. "Les faux amis"
 - o Expresión fónica, entonación y ritmo. La "liaison".
 - o Marcadores lingüísticos de relaciones sociales, normas de cortesía y diferencias de registro.
 - o Aplicación de estructuras típicas y fundamentales formales (estructura de la oración, tiempos verbales y nexos).
 - o Fonética. Expresión fónica, entonación y ritmo.
- Mantenimiento y seguimiento del discurso oral.
 - o Toma, mantenimiento y cesión del turno de palabra.
 - o Apoyo, demostración de entendimiento, petición de aclaración, etc.
 - o Utilización de recursos lingüísticos y semánticos (sinonimia).
 - o Entonación como recurso de cohesión del texto oral: uso de los patrones de entonación.

Emisión de textos escritos:

- Redacción de documentos "modelo" específicos relacionados con aspectos profesionales.
 - o Currículum vital y soportes telemáticos: fax, e-mail, burofax.



- Terminología específica del área profesional del técnico superior en agencias de viajes y gestión de eventos, seleccionando la acepción correcta en el diccionario técnico según el contexto.
- Ideas principales y secundarias.
- Aplicación de estructuras típicas y fundamentales formales (estructura de la oración, tiempos verbales y nexos).
- Recursos gramaticales: Tiempos verbales, preposiciones, locuciones, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto...
- Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado...
- Nexos: bien que, si, meme si, malgré, c'est pourquoi, pour, au lieu de, pourtant, parce que, alors, "mais", "donc", "pour + infinitivo", "malgré + nom", entre otros.
- La mise en relief: C'est... qui/que...; Ce qui/que... c'est....
- Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.
- Aplicación de fórmulas y estructuras hechas utilizadas en la comunicación escrita:
 - Fórmulas epistolares: Estructuras de encabezamiento, desarrollo y despedida.
 - Estructura de un e-mail, fax, burofas, así como de otros documentos estándar.
 - Coherencia textual.
 - Adecuación del texto al contexto comunicativo.
- Tipo y formato de texto.
 - Variedad de lengua. Registro.
 - Selección léxica, de estructuras sintácticas y de contenido relevante.
 - Inicio del discurso e introducción del tema. Desarrollo y expansión:
 - Ejemplificación.
 - Conclusión y resumen del discurso.
 - Uso de los signos de puntuación.

Aplicación de actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación:

- Identificación e interpretación de los elementos culturales más significativos de los países francófonos:
- Valoración de las normas socioculturales y protocolarias en las relaciones internacionales.
- Uso de los recursos formales y funcionales en situaciones que requieren un comportamiento socioprofesional con el fin de proyectar una buena imagen de la empresa.
- Reconocimiento de la lengua extranjera para profundizar en conocimientos que resulten de interés a lo largo de la vida personal y profesional.

Uso de registros adecuados según el contexto de la comunicación, el interlocutor y la intención de los interlocutores.

Orientaciones pedagógicas.

Este módulo contiene la formación necesaria para el desempeño de actividades relacionadas con las actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos.

La tarea de las agencias de viajes y la gestión de eventos incluye el desarrollo de los procesos relacionados y el cumplimiento de procesos y protocolos de calidad, todo ello en una segunda lengua extranjera (francés).

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales d), e), h) e i) del ciclo formativo, y las competencias d), e), f), g), h) e i) del título.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo, versarán sobre:

- La descripción, análisis y aplicación de los procesos de comunicación utilizando una segunda lengua extranjera (francés).



- El desarrollo de los procesos incluidos en las actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos en una segunda lengua extranjera (francés).
- La formalización de documentos asociados a las actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos en una segunda lengua extranjera (francés).
- La identificación, análisis y procedimientos de actuación ante situaciones imprevistas (quejas, reclamaciones...), en una segunda lengua extranjera (francés).

Módulo Profesional: Proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos.**Código: 0400****Equivalencia en créditos ECTS: 5****Curso: 2º****Duración: 30 horas****Resultados de aprendizaje y Criterios de evaluación.**

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han clasificado las empresas del sector por sus características organizativas y el tipo de producto o servicio que ofrecer.
- b) Se han caracterizado las empresas tipo indicando la estructura organizativa y las funciones de cada departamento.
- c) Se han identificado las necesidades más demandadas a las empresas.
- d) Se han valorado las oportunidades de negocio previsibles en el sector.
- e) Se ha identificado el tipo de proyecto requerido para dar respuesta a las demandas previstas.
- f) Se han determinado las características específicas requeridas al proyecto.
- g) Se han determinado las obligaciones fiscales, laborales y de prevención de riesgos y sus condiciones de aplicación.
- h) Se han identificado posibles ayudas o subvenciones para la incorporación de nuevas tecnologías de producción o de servicio que se proponen.
- i) 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 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 pueden 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 o clientes 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.

Contenidos básicos:

Identificación de la organización de la empresa y de las funciones de los puestos de trabajo.

- Estructura y organización empresarial del sector de las agencias de viajes y la gestión de eventos.
- Actividad de la empresa y su ubicación en el sector de las agencias de viajes y la gestión de eventos.
- Organigrama de la empresa. Relación funcional entre departamentos.
- Tendencias del sector: productivas, económicas, organizativas, de empleo y otras.
- Procedimientos de trabajo en el ámbito de la empresa. Sistemas y métodos de trabajo.
- Determinación de las relaciones laborales excluidas y relaciones laborales especiales.
- Convenio colectivo aplicable al ámbito profesional.
- La cultura de la empresa: imagen corporativa.
- Sistemas de calidad y seguridad aplicables en el sector.

Elaboración de anteproyectos relacionados con el sector de las agencias de viajes y la gestión de eventos.

- Análisis de la realidad local, de la oferta empresarial del sector de las agencias de viajes y la gestión de eventos en la zona y del contexto en el que se va a desarrollar el módulo profesional de formación en centros de trabajo.
- Recopilación de información.
- Estructura general de un proyecto.
- Elaboración de un guión de trabajo.
- Planificación de la ejecución del proyecto: objetivos, contenidos, recursos, metodología, actividades, temporalización y evaluación.
- Viabilidad y oportunidad del proyecto.



- Revisión de la normativa aplicable.

Ejecución de proyectos.

- Secuenciación de actividades.
- Elaboración de instrucciones de trabajo.
- Elaboración de un plan de prevención de riesgos.
- Documentación necesaria para la ejecución del proyecto.
- Cumplimiento de normas de seguridad y ambientales.
- Indicadores de garantía de la calidad de proyectos.

Evaluación de proyectos.

- Propuesta de soluciones a los objetivos planteados en el proyecto y justificación de las seleccionadas.
- Definición del procedimiento de evaluación del proyecto.
- Determinación de las variables susceptibles de evaluación.
- Documentación necesaria para la evaluación del proyecto.
- Control de calidad de proceso y producto final.
- Registro de resultados.

Orientaciones pedagógicas

Este módulo profesional complementa la formación establecida para el resto de los módulos profesionales que integran el título en las funciones de análisis del contexto, diseño del proyecto y organización de la ejecución.

La función de análisis del contexto incluye las subfunciones de recopilación de información, identificación de necesidades y estudio de viabilidad.

La función de diseño del proyecto tiene como objetivo establecer las líneas generales para dar respuesta a las necesidades planteadas concretando los aspectos relevantes para su realización. Incluye las subfunciones de definición del proyecto, planificación de la intervención y elaboración de la documentación.

La función de organización de la ejecución incluye las subfunciones de programación de actividades, gestión de recursos y supervisión de la intervención.

Las actividades profesionales asociadas a estas funciones se desarrollan en el sector de las agencias de viajes y la gestión de eventos, abarcando de manera integrada aspectos de otras funciones como son la gestión de recursos turísticos, la gestión de los recursos propios de los eventos, marketing, comercialización y reservas, promoción del sector, seguridad del medioambiente, prevención de riesgos y seguridad laboral.

La formación del módulo se relaciona con la totalidad de los objetivos generales del ciclo y las competencias profesionales, personales y sociales del título.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo están relacionadas con:

- La ejecución de trabajos en equipo.
- La responsabilidad y la autoevaluación del trabajo realizado.
- La autonomía y la iniciativa personal.
- El uso de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación.



Módulo Profesional: Formación y orientación laboral.**Código: 0401****Equivalencia en créditos ECTS: 5****Curso: 1º****Duración: 90 horas****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:

- a) Se ha valorado la importancia de la formación permanente como factor clave para la empleabilidad y la adaptación a las exigencias del proceso productivo.
- b) Se han identificado los itinerarios formativos-profesionales relacionados con el perfil profesional del Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- c) Se han determinado las aptitudes y actitudes requeridas para la actividad profesional relacionada con el perfil del título.
- d) Se han identificado los principales yacimientos de empleo y de inserción laboral para el Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- e) Se han determinado las técnicas utilizadas en el proceso de búsqueda de empleo.
- f) Se han previsto las alternativas de autoempleo en los sectores profesionales relacionados con el título.
- g) 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 del Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- 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 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 y trabajadores.
- 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 de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- 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 los ciudadanos.
- 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 Seguridad Social.
- d) Se han identificado las obligaciones de empresario y trabajador dentro del sistema de Seguridad Social.
- e) Se han identificado en un supuesto sencillo las bases de cotización de un trabajador y las cuotas correspondientes a trabajador y empresario.
- 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.
- 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 del Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de eventos.
- 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 del Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- 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 Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.

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 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 Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- g) Se ha proyectado un plan de emergencia y evacuación de una empresa del sector.

7. Aplica las medidas de prevención y protección, analizando las situaciones de riesgo en el entorno laboral del Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.

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 heridos 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 del trabajador y su importancia como medida de prevención.

Contenidos básicos:

Búsqueda activa de empleo.

- Valoración de la importancia de la formación permanente para la trayectoria laboral y profesional del Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- Análisis de los intereses, aptitudes y motivaciones personales para la carrera profesional.
- Identificación de itinerarios formativos relacionados con el Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- Responsabilización del propio aprendizaje. Conocimiento de los requerimientos y de las expectativas previstas.
- Definición y análisis del sector profesional del Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- Planificación de la propia carrera:
 - o Establecimiento de objetivos laborales a medio y largo plazo compatibles con necesidades y preferencias.
 - o Objetivos realistas y coherentes con la formación actual y la proyectada.
- Proceso de búsqueda de empleo en pequeñas, medianas y grandes empresas del sector.
- Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa. Europass, Ploteus.
- Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo.
- Valoración del autoempleo como alternativa para la inserción profesional.
- El proceso de toma de decisiones.
- Establecimiento de una lista de comprobación personal de coherencia entre plan de carrera, formación y aspiraciones.

Gestión del conflicto y equipos de trabajo.



- Valoración de las ventajas e inconvenientes del trabajo de equipo para la eficacia de la organización.
- Clases de equipos en el sector de las agencias de viajes y gestión de eventos según las funciones que desempeñan.
- Análisis de la formación de los equipos de trabajo.
- Características de un equipo de trabajo eficaz.
- La participación en el equipo de trabajo. Análisis de los posibles roles de sus integrantes.
- Definición de conflicto: características, fuentes y etapas del conflicto.
- Métodos para la resolución o supresión del conflicto: mediación, conciliación y arbitraje.

Contrato de trabajo.

- El derecho del trabajo.
- Intervención de los poderes públicos en las relaciones laborales.
- Análisis de la relación laboral individual.
- Determinación de las relaciones laborales excluidas y relaciones laborales especiales.
- Modalidades de contrato de trabajo y medidas de fomento de la contratación.
- Derechos y deberes derivados de la relación laboral.
- Condiciones de trabajo. Salario, tiempo de trabajo y descanso laboral.
- Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo.
- Representación de los trabajadores.
- Negociación colectiva como medio para la conciliación de los intereses de trabajadores y empresarios.
- Análisis de un convenio colectivo aplicable al ámbito profesional del Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- Conflictos colectivos de trabajo.
- Nuevos entornos de organización del trabajo: subcontratación, teletrabajo.
- Beneficios para los trabajadores en las nuevas organizaciones: flexibilidad, beneficios sociales, entre otros.

Seguridad Social, Empleo, y Desempleo.

- El Sistema de la Seguridad Social como principio básico de solidaridad social.
- Estructura del Sistema de la Seguridad Social.
- Determinación de las principales obligaciones de empresarios y trabajadores en materia de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización.
- La acción protectora de la Seguridad Social.
- Clases, requisitos y cuantía de las prestaciones.
- Concepto y situaciones protegibles en la protección por desempleo.
- Sistemas de asesoramiento de los trabajadores respecto a sus derechos y deberes.

Evaluación de riesgos profesionales.

- Importancia de la cultura preventiva en todas las fases de la actividad preventiva.
- Valoración de la relación entre trabajo y salud.
- El concepto de riesgo profesional. Análisis de factores de riesgo.
- Análisis y determinación de las condiciones de trabajo.
- La evaluación de riesgos en la empresa como elemento básico de la actividad preventiva.
- 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 psico-sociales.
- Riesgos específicos en el sector de las agencias de viajes y gestión de eventos.



- Determinación de los posibles daños a la salud del trabajador que pueden derivarse de las situaciones de riesgo detectadas.

Planificación de la prevención de riesgos en la empresa.

- Derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.
- Responsabilidades en materia de prevención de riesgos laborales.
- Gestión de la prevención en la empresa.
- Representación de los trabajadores en materia preventiva.
- 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.
- Elaboración de un plan de emergencia en una pequeña o mediana empresa del sector.

Aplicación de medidas de prevención y protección en la empresa.

- Determinación de las medidas de prevención y protección individual y colectiva.
- Protocolo de actuación ante una situación de emergencia.
- Urgencia médica/primeros auxilios. Conceptos básicos.
- Aplicación de técnicas de primeros auxilios.
- Formación a los trabajadores en materia de planes de emergencia y aplicación de técnicas de primeros auxilios.
- Vigilancia de la salud de los trabajadores.

Orientaciones pedagógicas

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para que el alumno pueda insertarse laboralmente y desarrollar su carrera profesional en el sector de las agencias de viajes y la gestión de eventos.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales m) y n) del ciclo formativo y las competencias k) y l) del título.

Las líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- El manejo de las fuentes de información sobre el sistema educativo y laboral, en especial en lo referente al sector de información turística.
- La realización de pruebas de orientación y dinámicas sobre la propia personalidad y el desarrollo de las habilidades sociales.
- La preparación y realización de currículos (CV), y entrevistas de trabajo.
- Identificación de la normativa laboral que afecta a los trabajadores del sector, manejo de los contratos más comúnmente utilizados, lectura comprensiva de los convenios colectivos de aplicación.
- La cumplimentación de recibos de salario de diferentes características y otros documentos relacionados.
- El análisis de la ley de Prevención de Riesgos Laborales que le permita la evaluación de los riesgos derivados de las actividades desarrolladas en el sector productivo, y colaborar en la definición de un plan de prevención para la empresa, así como las medidas necesarias para su implementación.

Módulo Profesional: Empresa e Iniciativa Emprendedora.

Código: 0402

Equivalencia en créditos ECTS: 4

Curso: 2º



Duración: 60 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado el concepto de innovación y su relación con el progreso de la sociedad y el aumento en el bienestar de los individuos.
- b) Se ha analizado el concepto de cultura emprendedora y su importancia como fuente de creación de empleo y bienestar social.
- c) 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.
- d) Se ha analizado la capacidad de iniciativa en el trabajo de una persona empleada en el sector de las actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos.
- e) Se ha analizado el desarrollo de la actividad emprendedora de un empresario que se inicie en el sector de actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos.
- f) Se ha analizado el concepto de riesgo como elemento inevitable de toda actividad emprendedora.
- g) Se ha analizado el concepto de empresario y los requisitos y actitudes necesarios para desarrollar la actividad empresarial.
- h) Se ha descrito la estrategia empresarial relacionándola con los objetivos de la empresa.
- i) Se ha definido una determinada idea de negocio del ámbito de las agencias de viajes y gestión de eventos, que servirá de punto de partida para la elaboración de un plan de empresa.

2. Define la oportunidad de creación de una pequeña empresa, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos.

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 los clientes, con los proveedores y con la competencia como principales integrantes del entorno específico.
- d) Se han identificado los elementos del entorno de una pyme de actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos.
- e) Se han analizado los conceptos de cultura empresarial e imagen corporativa, y su relación con los objetivos empresariales.
- 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 de agencias de viajes y gestión de eventos y se han descrito los principales costes sociales en que incurren estas empresas, así como los beneficios sociales que producen.
- h) Se han identificado, en empresas de actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos, prácticas que incorporan valores éticos y sociales.
- i) Se ha llevado a cabo un estudio de viabilidad económica y financiera de una pyme de actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos.

3. Realiza las actividades para la constitución y puesta en marcha de una empresa, seleccionando la forma jurídica e identificando las obligaciones legales asociadas.

Criterios de evaluación:



- a) Se han analizado las diferentes formas jurídicas de la empresa.
- b) Se ha especificado el grado de responsabilidad legal de los propietarios de la empresa en función de la forma jurídica elegida.
- c) Se ha diferenciado el tratamiento fiscal establecido para las diferentes formas jurídicas de la empresa.
- d) Se han analizado los trámites exigidos por la legislación vigente para la constitución de una empresa.
- e) Se ha realizado una búsqueda exhaustiva de las diferentes ayudas para la creación de empresas relacionadas con las actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos en la localidad de referencia.
- f) 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.
- g) 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 de actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos.
- 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 de actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos, y se han descrito los circuitos que dicha documentación recorre en la empresa.
- f) Se han identificado los principales instrumentos de financiación bancaria.
- g) Se ha incluido la anterior documentación en el plan de empresa.

Contenidos básicos:

Iniciativa emprendedora:

- Innovación y desarrollo económico. Principales características de la innovación en las actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos. (materiales, tecnología, organización de la producción, entre otros).
- La cultura emprendedora como necesidad social.
- El carácter emprendedor.
- Liderazgo y dirección.
- Resolución de problemas y toma de decisiones.
- Transmisión de órdenes y proceso de comunicación.
- Factores claves de los emprendedores: iniciativa, creatividad y formación.
- La colaboración entre emprendedores.
- La motivación.
- La negociación.
- La actuación de los emprendedores como empleados de una pyme de actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos.
- La actuación de los emprendedores como empresarios en el sector de las actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos.
- El riesgo en la actividad emprendedora.



- Concepto de empresario. Requisitos para el ejercicio de la actividad empresarial.
- Objetivos personales versus objetivos empresariales.
- Plan de empresa: la idea de negocio en el ámbito de las actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos.
- Buenas prácticas de cultura emprendedora en la actividad de las agencias de viajes y gestión de eventos.

La empresa y su entorno:

- Funciones básicas de la empresa.
- La empresa como sistema.
- El entorno general de la empresa.
- Análisis del entorno general de una pyme de actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos.
- El entorno específico de la empresa.
- Análisis del entorno específico de una pyme de actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos.
- Relaciones de una pyme de actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos con su entorno.
- Relaciones de una pyme de actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos con el conjunto de la sociedad.
- La cultura de la empresa: imagen corporativa.
- La responsabilidad social corporativa.
- El balance social.
- La ética empresarial.
- Responsabilidad social y ética de las empresas del sector de la actividad de las agencias de viajes y gestión de eventos.

Creación y puesta en marcha de una empresa.

- La empresa. Tipos de empresa.
- La responsabilidad de los propietarios de la empresa.
- La fiscalidad en las empresas.
- Elección de la forma jurídica. Dimensión y número de socios.
- Trámites administrativos para la constitución de una empresa.
- Viabilidad económica y viabilidad financiera de una pyme de actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos.
- Análisis de las fuentes de financiación y elaboración del presupuesto de una pyme de actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos.
- Ayudas, subvenciones e incentivos fiscales para la actividad de las agencias de viajes y gestión de eventos.
- Plan de empresa: elección de la forma jurídica, estudio de viabilidad económica y financiera, trámites administrativos y gestión de ayudas y subvenciones.

Función administrativa.

- Concepto de contabilidad y nociones básicas.
- Operaciones contables: registro de la información económica de una empresa.
- La contabilidad como imagen fiel de la situación económica.
- Análisis de la información contable.
- Obligaciones fiscales de las empresas.
- Requisitos y plazos para la presentación de documentos oficiales.



- Gestión administrativa de una empresa de actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos.

Orientaciones pedagógicas

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desarrollar la propia iniciativa en el ámbito empresarial, tanto hacia el autoempleo como hacia la asunción de responsabilidades y funciones en el empleo por cuenta ajena.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales m) y n) del ciclo formativo y las competencias k), l) y m) del título.

Las líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- El manejo de las fuentes de información sobre el sector de actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos, incluyendo el análisis de los procesos de innovación sectorial en marcha.
- La realización de casos y dinámicas de grupo que permitan comprender y valorar las actitudes de los emprendedores y ajustar la necesidad de los mismos al sector de actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos relacionados con los procesos de éste.
- La utilización de programas de gestión administrativa para pymes del sector.
- La realización de un proyecto de plan de empresa relacionada con las actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos y que incluya todas las facetas de puesta en marcha de un negocio, así como justificación de su responsabilidad social.

Módulo Profesional: Formación en Centros de Trabajo

Código: 0403

Equivalencia en créditos ECTS: 22

Curso: 2º

Duración: 400 horas

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.

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

2. Aplica hábitos éticos y laborales en el desarrollo de su actividad profesional de acuerdo con las características del puesto de trabajo y con los procedimientos establecidos en la empresa.

Criterios de evaluación



- a) Se han reconocido y justificado:
- La disposición personal y temporal necesaria en el puesto de trabajo.
 - Las actitudes personales (puntualidad, empatía, entre otras) y profesionales (orden, limpieza, responsabilidad, entre otras) necesarias para el puesto de trabajo.
 - Los requerimientos actitudinales ante la prevención de riesgos en la actividad profesional.
 - Los requerimientos actitudinales referidos a la calidad en la actividad profesional.
 - Las actitudes relacionales con el propio equipo de trabajo y con las jerarquías 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 profesional.
- b) Se han identificado las normas de prevención de riesgos laborales y los aspectos fundamentales de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales de aplicación en la actividad profesional.
- 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 de respeto al medio ambiente en las actividades desarrolladas.
- e) Se ha mantenido organizado, limpio y libre de obstáculos el puesto de trabajo o el área correspondiente al desarrollo de la actividad.
- f) Se ha responsabilizado del trabajo asignado interpretando y cumpliendo las instrucciones recibidas.
- g) Se ha establecido una comunicación eficaz con la persona responsable en cada situación y con los miembros del equipo.
- h) Se ha coordinado con el resto del equipo comunicando las incidencias relevantes que se presenten.
- i) Se ha valorado la importancia de su actividad y la necesidad de adaptación a los cambios de tareas.
- j) Se ha responsabilizado de la aplicación de las normas y procedimientos en el desarrollo de su trabajo.

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.



Crterios de evaluacón

- a) Se han interpretado las instrucciones recibidas y la documentacón asociada a cada uno de los procesos de gesti3n 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 supervisi3n y control del desarrollo del evento contratado.
- e) Se ha realizado las operaciones post-venta y seguimiento de satisfacci3n del cliente.
- f) Se han tenido en cuenta los aspectos relacionados con la atenci3n al cliente y la gesti3n de la calidad.
- g) Se han operado las aplicaciones informáticas específicas.

Contenidos básicos:

Identificaci3n de la estructura y organizaci3n empresarial:

- Estructura y organizaci3n empresarial del sector de las agencias de viajes y la gesti3n de eventos.
- Actividad de la empresa y su ubicaci3n en el sector de las agencias de viajes y la gesti3n de eventos.
- Organigrama de la empresa. Relaci3n funcional entre departamentos.
- Organigrama logístico de la empresa. Proveedores, clientes y canales de comercializaci3n.
- Procedimientos de trabajo en el ámboto de la empresa. Sistemas y métodos de trabajo.
- Recursos humanos en la empresa: requisitos de formaci3n y de competencias profesionales, personales y sociales asociadas a los diferentes puestos de trabajo.
- Sistema de calidad establecido en el centro de trabajo.
- Sistema de seguridad establecido en el centro de trabajo.

Aplicaci3n de hábitos éticos y laborales:

- Actitudes personales: empatía, puntualidad.
- Actitudes profesionales: orden, limpieza, responsabilidad y seguridad.
- Actitudes ante la prevenci3n de riesgos laborales y ambientales.
- Jerarquía en la empresa. Comunicaci3n con el equipo de trabajo.
- Documentaci3n de las actividades profesionales: métodos de clasificaci3n, codificaci3n, renovaci3n y eliminaci3n.
- Reconocimiento y aplicaci3n de las normas internas, instrucciones de trabajo, procedimientos normalizados de trabajo y otros, de la empresa.

Ejecuci3n de las actividades del departamento de creaci3n de viajes combinados:

- Instrucciones y documentaci3n asociada.
- Técnicas de investigaci3n de mercados aplicadas al diseño de viajes combinados.
- Condiciones de prestaci3n de los servicios.
- Cotizaci3n de servicios y valoraci3n de costes asociados.
- Atenci3n al cliente y postventa en la oferta de viajes combinados.

Realizaci3n de la gesti3n de eventos::

- Instrucciones y documentaci3n asociada.
- Solicitudes de demanda de eventos.
- Elaboraci3n de presupuestos asociados a los eventos programados.
- Seguimiento y control de eventos.
- Atenci3n al cliente y atenci3n postventa en los eventos.

Este módulo profesional contribuye a completar las competencias de este título y los objetivos generales del ciclo, tanto aquellos que se han alcanzado en el centro educativo, como los que son difíciles de conseguir en el mismo.



Anexo II

DURACIÓN Y DISTRIBUCIÓN POR CURSO DE LOS MÓDULOS PROFESIONALES

Familia Profesional: HOSTELERÍA Y TURISMO		Horas Centro Educativo: 1.600	
Grado: SUPERIOR		Horas Centro Trabajo: 400	
Ciclo Formativo: AGENCIAS DE VIAJES Y GESTIÓN DE EVENTOS		Duración: 2.000	
MÓDULOS PROFESIONALES	Horas Anuales	Curso 1º	Curso 2º
		Horas/Semana	Horas/Semana
0171. Estructura del mercado turístico	140	4	
0172. Protocolo y RRPP	140	4	
0383. Destinos turísticos	190	6	
0384. Recursos turísticos	140	4	
0173. Marketing turístico	160	5	
0179. Inglés	140	4	
0397. Gestión de productos turísticos	90		5
0398. Venta de servicios turísticos	150		8
0399. Dirección de entidades de intermediación turística	150		8
0180. Segunda lengua extranjera	120		6
0400. Proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos	30		30 h.
0401. Formación y Orientación Laboral	90	3	
0402. Empresa e iniciativa emprendedora	60		3
0403. Formación en Centros de Trabajo	400		400 h.
TOTAL	2.000	30	30



Anexo III

ESPACIOS

Espacios formativos
Aula polivalente
Aula de agencias/información turística

Anexo IV a)

ESPECIALIDADES DEL PROFESORADO CON ATRIBUCIÓN DOCENTE EN LOS MÓDULOS
PROFESIONALES DEL CICLO FORMATIVO DE TÉCNICO SUPERIOR EN 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"> • Catedrático de Enseñanza Secundaria • Profesor de Enseñanza Secundaria
0172. Protocolo y relaciones públicas	<ul style="list-style-type: none"> • Hostelería y turismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Catedrático de Enseñanza Secundaria • Profesor de Enseñanza Secundaria
0173. Marketing turístico	<ul style="list-style-type: none"> • Hostelería y turismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Catedrático de Enseñanza Secundaria • Profesor de Enseñanza Secundaria
0383. Destinos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Hostelería y turismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Catedrático de Enseñanza Secundaria • Profesor de Enseñanza Secundaria
0384. Recursos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Hostelería y turismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Catedrático de Enseñanza Secundaria • Profesor de Enseñanza Secundaria
0397. Gestión de productos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Hostelería y turismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Catedrático de Enseñanza Secundaria • Profesor de Enseñanza Secundaria
0398. Venta de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Hostelería y turismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Catedrático de Enseñanza Secundaria • 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"> • Catedrático de Enseñanza Secundaria • Profesor de Enseñanza Secundaria
0179. Inglés	<ul style="list-style-type: none"> • Inglés 	<ul style="list-style-type: none"> • Catedrático de Enseñanza Secundaria • Profesor de Enseñanza Secundaria
0180. Segunda lengua extranjera	<ul style="list-style-type: none"> • Lengua extranjera 	<ul style="list-style-type: none"> • Catedrático de Enseñanza Secundaria • Profesor de Enseñanza Secundaria
0400. Proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos	<ul style="list-style-type: none"> • Hostelería y turismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Catedrático de Enseñanza Secundaria • 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"> • Catedrático de Enseñanza Secundaria • 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"> • Catedrático de Enseñanza Secundaria • 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">• Catedrático de Enseñanza Secundaria• Profesor de Enseñanza Secundaria
---------------------------------------	--	--



Anexo IV b)

TITULACIONES EQUIVALENTES A EFECTOS DE DOCENCIA

Cuerpos	Especialidades	Titulaciones
Profesores de Enseñanza Secundaria	Formación y Orientación Laboral	- Diplomado en Ciencias Empresariales - Diplomado en Relaciones Laborales - Diplomado en Trabajo Social - Diplomado en Educación Social - Diplomado en Gestión y Administración Pública
	Hostelería y turismo	- Diplomado en Turismo



Anexo IV c)

TITULACIONES REQUERIDAS PARA IMPARTIR LOS MÓDULOS PROFESIONALES QUE CONFORMAN EL TÍTULO EN LOS CENTROS DE TITULARIDAD PRIVADA, DE OTRAS ADMINISTRACIONES DISTINTAS DE LA EDUCATIVA Y ORIENTACIONES PARA LA ADMINISTRACIÓN EDUCATIVA

Módulos profesionales	Titulaciones
0171. Estructura del mercado turístico 0172. Protocolo y relaciones públicas 0173. Marketing turístico 0383. Destinos turísticos 0384. Recursos turísticos 0397. Gestión de productos turísticos 0398. Venta de servicios turísticos 0399. Dirección de entidades de intermediación turística 0179. Inglés 0180. Segunda lengua extranjera 0400. Proyecto de agencias de viajes y gestión eventos 0401. Formación y orientación laboral 0402. Empresa e iniciativa emprendedora	- Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el título de grado correspondiente u otros títulos equivalentes a efectos de docencia.



Anexo V

CONVALIDACIONES ENTRE MÓDULOS PROFESIONALES ESTABLECIDOS EN EL TÍTULO DE TÉCNICO SUPERIOR EN AGENCIAS DE VIAJES, AL AMPARO DE LA LEY ORGÁNICA 1/1990 Y LOS ESTABLECIDOS EN EL TÍTULO DE TÉCNICO SUPERIOR EN AGENCIAS DE VIAJES Y GESTIÓN DE EVENTOS AL AMPARO DE LA LEY ORGÁNICA 2/2006

Módulos profesionales del Ciclo Formativo (LOGSE 1/1990): Agencias de viajes	Módulos profesionales del Ciclo Formativo (LOE 2/2006): Agencias de Viajes y Gestión de Eventos
Producción y venta de servicios turísticos en agencias de viajes	0398. Venta de servicios turísticos 0397. Gestión de productos turísticos
Gestión económico-administrativa en agencias de viajes Organización y control en agencias de viajes	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



Anexo VI a)

CORRESPONDENCIA DE LAS UNIDADES DE COMPETENCIA ACREDITADAS DE ACUERDO A LO ESTABLECIDO EN EL ARTÍCULO 8 DE LA LEY ORGÁNICA 5/2002, DE 19 DE JUNIO, CON LOS MÓDULOS PROFESIONALES PARA SU CONVALIDACIÓN

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 viajes 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 independiente, en los servicios turísticos de guía y animación	0179. Inglés ()
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 UC1070_3: Interpretar espacios naturales y otros bienes de interés natural del ámbito de actuación a turistas y visitantes	0384. Recursos turísticos
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.

Anexo VI b)**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 viajes 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 independiente, en los servicios turísticos de guía y animación
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

