

3. Otras disposiciones

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN

ORDEN de 13 de octubre de 2010, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.

El Estatuto de Autonomía para Andalucía establece en su artículo 52.2 la competencia compartida de la Comunidad Autónoma en el establecimiento de planes de estudio y en la organización curricular de las enseñanzas que conforman el sistema educativo.

La Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía, establece mediante el capítulo V «Formación profesional» del Título II «Las enseñanzas», los aspectos propios de Andalucía relativos a la ordenación de las enseñanzas de formación profesional del sistema educativo.

Por otra parte, el Real Decreto 1538/2006, de 15 de diciembre, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, fija la estructura de los nuevos títulos de formación profesional, que tendrán como base el Catálogo Nacional de las Cualificaciones Profesionales, las directrices fijadas por la Unión Europea y otros aspectos de interés social, dejando a la Administración educativa correspondiente el desarrollo de diversos aspectos contemplados en el mismo.

Como consecuencia de todo ello, el Decreto 436/2008, de 2 de septiembre, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas de la Formación Profesional inicial que forma parte del sistema educativo, regula los aspectos generales de estas enseñanzas. Esta formación profesional está integrada por estudios conducentes a una amplia variedad de titulaciones, por lo que el citado Decreto determina en su artículo 13 que la Consejería competente en materia de educación regulará mediante Orden el currículo de cada una de ellas.

El Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio, por el que se establece el título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos y se fijan sus enseñanzas mínimas, hace necesario que, al objeto de poner en marcha estas nuevas enseñanzas en la Comunidad Autónoma de Andalucía, se desarrolle el currículo correspondiente a las mismas. Las enseñanzas correspondientes al título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos se organizan en forma de ciclo formativo de grado superior, de 2.000 horas de duración, y están constituidas por los objetivos generales y los módulos profesionales del ciclo formativo.

De conformidad con lo establecido en el artículo 13 del Decreto 436/2008, de 2 de septiembre, el currículo de los módulos profesionales está compuesto por los resultados de aprendizaje, los criterios de evaluación, los contenidos y duración de los mismos y las orientaciones pedagógicas. En la determinación del currículo establecido en la presente Orden se ha tenido en cuenta la realidad socioeconómica de Andalucía, así como las necesidades de desarrollo económico y social de su estructura productiva. En este sentido, ya nadie duda de la importancia de la formación de los recursos humanos y de la necesidad de su adaptación a un mercado laboral en continua evolución.

Por otro lado, en el desarrollo curricular de estas enseñanzas se pretende promover la autonomía pedagógica y organizativa de los centros docentes, de forma que puedan adaptar los contenidos de las mismas a las características de su entorno productivo y al propio proyecto de centro. Con este fin, se establecen dentro del currículo horas de libre configuración, dentro del marco y de las orientaciones recogidas en la presente Orden.

La presente Orden determina, asimismo, el horario lectivo semanal de cada módulo profesional y la organización de éstos en los dos cursos escolares necesarios para completar el ciclo formativo. Por otra parte, se hace necesario tener en cuenta las medidas conducentes a flexibilizar la oferta de formación profesional para facilitar la formación a las personas cuyas condiciones personales, laborales o geográficas no les permiten la asistencia diaria a tiempo completo a un centro docente. Para ello, se establecen orientaciones que indican los itinerarios más adecuados en el caso de que se cursen ciclos formativos de formación profesional de forma parcial, así como directrices para la posible impartición de los mismos en modalidad a distancia.

En su virtud, a propuesta de la Dirección General de Formación Profesional y Educación Permanente, y de acuerdo con las facultades que me confiere el artículo 44.2 de la Ley 6/2006, de 24 de octubre, del Gobierno de la Comunidad Autónoma de Andalucía y el artículo 13 del Decreto 436/2008, de 2 de septiembre,

DISPONGO

Artículo 1. Objeto y ámbito de aplicación.

1. La presente Orden tiene por objeto desarrollar el currículo de las enseñanzas conducentes al título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos, de conformidad con el Decreto 436/2008, de 2 de septiembre.

2. Las normas contenidas en la presente disposición serán de aplicación en todos los centros docentes de la Comunidad Autónoma de Andalucía que impartan las enseñanzas del Ciclo Formativo de Grado Superior de Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.

Artículo 2. Organización de las enseñanzas.

Las enseñanzas conducentes a la obtención del título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos conforman un ciclo formativo de grado superior y están constituidas por los objetivos generales y los módulos profesionales.

Artículo 3. Objetivos generales.

De conformidad con lo establecido en el artículo 9 del Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio, por el que se establece el título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos y se fijan sus enseñanzas mínimas, los objetivos generales de las enseñanzas correspondientes al mismo son:

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

b) Analizar información sobre proveedores de servicios, estándares de calidad, precios de mercado y demanda de clientes, aplicando procedimientos establecidos y la normativa vigente para programar y ofertar viajes combinados y otros servicios turísticos complejos.

c) Analizar información sobre el mercado de reuniones y demanda de clientes, determinando los recursos propios y ajenos y las necesidades de coordinación para programar y ofertar servicios para congresos, convenciones, ferias y otros eventos.

d) Valorar variables económicas y de calidad, aplicando diferentes métodos para seleccionar los proveedores.

e) Analizar las herramientas y estrategias del marketing reconociendo sus fases y aplicaciones para proponer programas de promoción, comunicación y distribución.

f) Seleccionar servicios turísticos y análogos, identificando las necesidades, motivaciones y expectativas de los consumidores para asesorar y proponer la mejor alternativa al cliente, empleando al menos dos idiomas extranjeros.

g) Identificar tarifas de diferentes servicios y proveedores, cotizando y/o calculando el importe teniendo en cuenta la normativa vigente para reservar los derechos de uso de servicios y productos turísticos.

h) Caracterizar la documentación propia de las agencias de viajes y de los proveedores de servicios, aplicando diversos procedimientos para emitir la documentación oportuna relativa a viajes y otros servicios.

i) Analizar recursos humanos y materiales, caracterizando puestos, funciones del personal y equipamiento para establecer estructuras organizativas y administrar departamentos de agencias de viajes.

j) Analizar los procesos de facturación y liquidación con clientes y proveedores, identificando los requisitos legales, económicos y empresariales para desarrollar las tareas de administración en las agencias de viajes y la gestión de eventos.

k) Caracterizar aplicaciones informáticas y de gestión, así como las TIC, reconociendo su utilidad para incrementar la eficacia de los servicios prestados.

l) Caracterizar los procedimientos de los servicios y las actuaciones post-venta, seleccionando las técnicas más adecuadas para aplicar protocolos de calidad.

m) Analizar las actitudes positivas, valorando la participación, respeto, tolerancia e igualdad de oportunidades entre las personas para motivar al personal a su cargo.

n) Reconocer e identificar posibilidades de negocio, analizando el mercado y estudiando la viabilidad de los proyectos para mantener el espíritu empresarial.

Artículo 4. Componentes del currículo.

1. De conformidad con el artículo 10 del Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio, los módulos profesionales en que se organizan las enseñanzas correspondientes al título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos son:

a) Módulos profesionales asociados a unidades de competencia:

- 0384. Recursos turísticos.
- 0397. Gestión de productos turísticos.
- 0398. Venta de servicios turísticos.
- 0399. Dirección de entidades de intermediación turística.
- 0172. Protocolo y relaciones públicas.
- 0173. Marketing turístico.
- 0179. Inglés.
- 0180. Segunda lengua extranjera.

b) Otros módulos profesionales:

- 0171. Estructura del mercado turístico.
- 0383. Destinos turísticos.
- 0400. Proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos.
- 0401. Formación y orientación laboral.
- 0402. Empresa e iniciativa emprendedora.
- 0403. Formación en centros de trabajo.

2. El currículo de los módulos profesionales estará constituido por los resultados de aprendizaje, criterios de evaluación, contenidos, duración en horas y orientaciones pedagógicas, tal como figuran en el Anexo I de la presente Orden.

Artículo 5. Desarrollo curricular.

1. Los centros docentes, en virtud de su autonomía pedagógica, desarrollarán el currículo del título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos mediante las programaciones didácticas, en el marco del Proyecto Educativo de Centro.

2. El equipo educativo responsable del desarrollo del ciclo formativo del título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos, elaborará de forma coordinada las

programaciones didácticas para los módulos profesionales, teniendo en cuenta la adecuación de los diversos elementos curriculares a las características del entorno social y cultural del centro docente, así como a las del alumnado para alcanzar la adquisición de la competencia general y de las competencias profesionales, personales y sociales del título.

Artículo 6. Horas de libre configuración.

1. De conformidad con lo establecido en el artículo 15 del Decreto 436/2008, de 2 de septiembre, el currículo de las enseñanzas correspondientes al título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos incluye horas de libre configuración por el centro docente.

2. El objeto de estas horas de libre configuración será determinado por el departamento de la familia profesional de Hostelería y Turismo, que podrá dedicarlas a actividades dirigidas a favorecer el proceso de adquisición de la competencia general del Título o a implementar la formación relacionada con las tecnologías de la información y la comunicación o a los idiomas.

3. El departamento de la familia profesional de Hostelería y Turismo deberá elaborar una programación didáctica en el marco del Proyecto Educativo de Centro, en la que se justificará y determinará el uso y organización de las horas de libre configuración.

4. A los efectos de que estas horas cumplan eficazmente su objetivo, se deberán tener en cuenta las condiciones y necesidades del alumnado; estas condiciones se deberán evaluar con carácter previo a la programación de dichas horas, y se establecerán, por tanto, con carácter anual.

5. Las horas de libre configuración se organizarán de alguna de las tres formas siguientes:

a) Cuando el departamento de familia profesional considere que estas horas deban de estar dirigidas a favorecer el proceso de adquisición de la competencia general del título, las citadas horas serán impartidas por profesorado con atribución docente en alguno de los módulos profesionales asociados a unidades de competencia de segundo curso, quedando adscritas al módulo profesional que se decida a efectos de matriculación y evaluación.

b) Cuando el departamento de familia profesional considere que estas horas deban de implementar la formación relacionada con las tecnologías de la información y la comunicación, las citadas horas serán impartidas por profesorado de alguna de las especialidades con atribución docente en ciclos formativos de formación profesional relacionados con estas tecnologías. Cuando no exista en el centro docente profesorado de estas especialidades, la impartición de estas horas se llevará a cabo por profesorado del departamento de familia profesional con atribución docente en segundo curso del ciclo formativo objeto de la presente Orden, con conocimiento en tecnologías de la información y la comunicación. Estas horas quedarán, en todo caso, adscritas a uno de los módulos profesionales asociado a unidades de competencia del segundo curso a efectos de matriculación y evaluación.

c) Cuando el ciclo formativo tenga la consideración de bilingüe o cuando el departamento de familia profesional considere que estas horas deban de implementar la formación en idioma, las citadas horas de libre configuración serán impartidas por docentes del departamento de familia profesional con competencia bilingüe o, en su caso, por docentes del departamento didáctico del idioma correspondiente. Estas horas quedarán, en todo caso, adscritas a uno de los módulos profesionales de segundo curso asociados a unidades de competencia a efectos de matriculación y evaluación.

Artículo 7. Módulos profesionales de Formación en centros de trabajo y de Proyecto.

1. Los módulos profesionales de Formación en centros de trabajo y de Proyecto de agencias de viajes y gestión de even-

tos se cursará una vez superados el resto de módulos profesionales que constituyen las enseñanzas del ciclo formativo.

2. El módulo profesional de Proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos tiene carácter integrador y complementario respecto del resto de módulos profesionales del Ciclo Formativo de Grado Superior de Agencias de Viajes y Gestión de Eventos. Por este motivo, es necesaria la implicación y participación de todo el equipo educativo en tareas de organización, desarrollo, seguimiento y evaluación del módulo de manera coordinada.

3. Con objeto de facilitar el proceso de organización y coordinación del módulo de Proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos, el profesorado con atribución docente en éste módulo profesional tendrá en cuenta las siguientes directrices:

a) Se establecerá un periodo de inicio con al menos seis horas lectivas y presenciales en el centro docente para profesorado y alumnado, dedicándose al planteamiento, diseño y adecuación de los diversos proyectos a realizar.

b) Se establecerá un periodo de tutorización con al menos tres horas lectivas semanales y presenciales en el centro docente para profesorado, dedicándose al seguimiento de los diversos proyectos durante su desarrollo. El profesorado podrá utilizar como recurso aquellas tecnologías de la información y la comunicación disponibles en el centro docente y que considere adecuadas.

c) Se establecerá un periodo de finalización con al menos seis horas lectivas y presenciales en el centro docente para profesorado y alumnado, dedicándose a la presentación, valoración y evaluación de los diversos proyectos.

4. Todos los aspectos que se deriven de la organización y coordinación de estos periodos, deberán reflejarse en el diseño curricular del módulo de Proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos, a través de su correspondiente programación didáctica.

Artículo 8. Horario.

Las enseñanzas del Ciclo Formativo de Grado Superior de Agencias de Viajes y Gestión de Eventos, cuando se oferten de forma completa, se organizarán en dos cursos escolares, con la distribución horaria semanal de cada módulo profesional que figura como Anexo II.

Artículo 9. Oferta completa.

1. En el caso de que las enseñanzas correspondientes al título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos se impartan a alumnado matriculado en oferta completa, se deberá tener en cuenta que una parte de los contenidos de los módulos profesionales de Formación y orientación laboral y de Empresa e iniciativa emprendedora pueden encontrarse también en otros módulos profesionales.

2. Los equipos educativos correspondientes, antes de elaborar las programaciones de aula, recogerán la circunstancia citada en el párrafo anterior, delimitando de forma coordinada el ámbito y/o el nivel de profundización adecuado para el desarrollo de dichos contenidos, con objeto de evitar al alumnado la repetición innecesaria de contenidos.

Artículo 10. Oferta parcial.

1. En caso de que las enseñanzas correspondientes al título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos se cursen de forma parcial, deberá tenerse en cuenta el carácter de determinados módulos a la hora de elegir un itinerario formativo, de acuerdo con la siguiente clasificación:

a) Módulos profesionales que contienen la formación básica e imprescindible respecto de otros del mismo ciclo, de manera que deben cursarse de forma secuenciada.

b) Módulos profesionales que contienen formación complementaria entre sí, siendo aconsejable no cursarlos de forma aislada.

c) Módulos profesionales que contienen formación transversal, aplicable en un determinado número de módulos del mismo ciclo.

2. Los módulos que corresponden a cada una de estas clases figuran en el Anexo III.

Artículo 11. Espacios y equipamientos.

Los espacios y equipamientos mínimos necesarios para el desarrollo de las enseñanzas de este ciclo formativo son los establecidos en el Anexo IV.

Artículo 12. Profesorado.

1. La atribución docente de los módulos profesionales que constituyen las enseñanzas de este ciclo formativo corresponde al profesorado del Cuerpo de Catedráticos de Enseñanza Secundaria, Cuerpo de Profesores de Enseñanza Secundaria y del Cuerpo de Profesores Técnicos de Formación Profesional, según proceda, de las especialidades establecidas en el Anexo V A).

2. Las titulaciones requeridas al profesorado de los cuerpos docentes, con carácter general, son las establecidas en el artículo 13 del Real Decreto 276/2007, de 23 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de ingreso, accesos y adquisición de nuevas especialidades en los cuerpos docentes a que se refiere la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, y se regula el régimen transitorio de ingreso a que se refiere la disposición transitoria decimoséptima de la citada Ley. Las titulaciones equivalentes, a efectos de docencia, a las anteriores para las distintas especialidades del profesorado son las recogidas en el Anexo V B).

3. Las titulaciones requeridas y cualesquiera otros requisitos necesarios para la impartición de los módulos profesionales que formen el título para el profesorado de los centros de titularidad privada o de titularidad pública de otras administraciones distintas de la educativa, se concretan en el Anexo V C). En todo caso, se exigirá que las enseñanzas conducentes a las titulaciones citadas engloben los resultados de aprendizaje de los módulos profesionales o se acredite, mediante «certificación», una experiencia laboral de, al menos tres años, en el sector vinculado a la familia profesional, realizando actividades productivas en empresas relacionadas implícitamente con los resultados de aprendizaje.

Con objeto de garantizar el cumplimiento de lo referido en el párrafo anterior, se deberá acreditar que se cumple con todos los requisitos, aportando la siguiente documentación:

a) Fotocopia compulsada del título académico oficial exigido, de conformidad a las titulaciones incluidas en el Anexo V C) de la presente Orden. Cuando la titulación presentada esté vinculada con el módulo profesional que se desea impartir se considerará que engloba en sí misma los resultados de aprendizaje de dicho módulo profesional. En caso contrario, además de la titulación se aportarán los documentos indicados en el apartado b) o c).

b) En el caso de que se desee justificar que las enseñanzas conducentes a la titulación aportada engloban los objetivos de los módulos profesionales que se pretende impartir:

1.º Certificación académica personal de los estudios realizados, original o fotocopia compulsada, expedida por un centro oficial, en la que consten las enseñanzas cursadas detallando las asignaturas.

2.º Programas de los estudios aportados y cursados por el interesado, original o fotocopia compulsada de los mismos, sellados por la propia Universidad o Centro docente oficial o autorizado correspondiente.

c) En el caso de que se desee justificar mediante la experiencia laboral de que, al menos tres años, ha desarrollado su actividad en el sector vinculado a la familia profesional, su duración se acreditará mediante el documento oficial justificativo correspondiente al que se le añadirá:

1.º Certificación de la empresa u organismo empleador en la que conste específicamente la actividad desarrollada por el interesado. Esta actividad ha de estar relacionada implícitamente con los resultados de aprendizaje del módulo profesional que se pretende impartir.

2.º En el caso de trabajadores por cuenta propia, declaración del interesado de las actividades más representativas relacionadas con los resultados de aprendizaje.

4. Las Administraciones competentes velarán para que los profesores que imparten los módulos profesionales cumplan con los requisitos especificados y garantizar así la calidad de estas enseñanzas.

Artículo 13. Oferta de estas enseñanzas a distancia.

1. Los módulos profesionales susceptibles de ser ofertados en la modalidad a distancia son exclusivamente los señalados en el Anexo VI.

2. Los módulos profesionales ofertados a distancia, que por sus características requieran que se establezcan actividades de enseñanza aprendizaje presenciales que faciliten al alumnado la consecución de todos los objetivos expresados como resultados de aprendizaje, son los señalados en el Anexo VI.

3. La Dirección General competente en materia de formación profesional, adoptará las medidas necesarias y dictará las instrucciones precisas a los centros que estén autorizados para impartir este ciclo formativo en régimen presencial, para la puesta en marcha y funcionamiento de la oferta del mismo a distancia.

4. Los centros autorizados para impartir estas enseñanzas de formación profesional a distancia contarán con materiales curriculares y medios técnicos adecuados que se adaptarán a lo dispuesto en la disposición adicional cuarta de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo.

Disposición adicional única. Implantación de estas enseñanzas.

De conformidad con lo establecido en la disposición final segunda del Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio, las enseñanzas conducentes al título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos reguladas en la presente Orden se implantarán en el curso académico 2010/11. A tales efectos se tendrá en cuenta lo siguiente:

1. En el curso académico 2010/11 se implantará con carácter general el primer curso de las enseñanzas conducentes al título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos reguladas en la presente Orden y dejarán de impartirse las enseñanzas correspondientes a dicho curso del título de Técnico Superior en Agencias de Viajes regulado por el Decreto 128/1994, de 7 de junio, por el que se establecen las enseñanzas correspondientes al título de formación profesional de Técnico Superior en Agencias de Viajes en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

2. En el curso académico 2011/12 se implantará con carácter general el segundo curso de las enseñanzas conducentes al título Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos reguladas en la presente Orden y dejarán de impartirse las enseñanzas correspondientes a dicho curso del título de Técnico Superior en Agencias de Viajes regulado por el Decreto 128/1994, de 7 de junio, por el que se establecen las enseñanzas correspondientes al título de formación profesional de Técnico Superior en Agencias de Viajes en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Disposición transitoria única. Matriculación del alumnado en oferta completa durante el periodo de transición de las enseñanzas.

1. El alumnado matriculado en oferta completa en el primer curso del título de Técnico Superior en Agencias de Viajes regulado por el Decreto 128/1994, de 7 de junio, que deja de

impartirse como consecuencia de la entrada en vigor del título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos regulado en la presente Orden, que no pueda promocionar a segundo, quedará matriculado en primer curso del título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos. A estos efectos, serán de aplicación las convalidaciones recogidas en el Anexo IV del Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio.

2. El alumnado matriculado en oferta completa en el primer curso del título de Técnico Superior en Agencias de Viajes regulado por el Decreto 128/1994, de 7 de junio, que deja de impartirse como consecuencia de la entrada en vigor del título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos regulado en la presente Orden, que promociona a segundo curso, continuará en el curso académico 2010/11 cursando el título de Técnico Superior en Agencias de Viajes regulado por el Decreto 128/1994, de 7 de junio. Los módulos profesionales que pudieran quedar pendientes al dejar de impartirse el título de Técnico Superior en Agencias de Viajes regulado por el Decreto 128/1994, de 7 de junio, podrán ser superados mediante convocatorias extraordinarias durante los dos cursos académicos siguientes al de desaparición del currículo, disponiéndose para ello del número de convocatorias que por normativa vigente corresponda.

Disposición final primera. Ejecución de la presente Orden.

Se faculta a la persona titular de la Dirección General competente en materia de formación profesional, para dictar los actos necesarios en ejecución de la presente Orden.

Disposición final segunda. Entrada en vigor.

La presente Orden entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía.

Sevilla, 13 de octubre de 2010

FRANCISCO JOSÉ ÁLVAREZ DE LA CHICA
Consejero de Educación

ANEXO I

MÓDULOS PROFESIONALES

Módulo Profesional: Estructura del mercado turístico.

Equivalencia en créditos ECTS: 8.

Código: 0171.

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 identifican los encuentros nacionales e internacionales en materia de turismo y su importancia para el sector.

d) Se han identificado y caracterizado las diferentes instituciones públicas o privadas relacionadas con el sector turístico.

e) Se ha valorado la importancia de la actividad turística respecto al desarrollo económico y social del núcleo turístico.

f) Se ha reconocido el uso de las nuevas tecnologías en el sector turístico y su impacto como elemento dinamizador en éste.

g) Se ha valorado la importancia de la profesionalidad en el ámbito de la profesión turística.

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 analizado las tendencias de las tipologías turísticas nacionales.

e) Se han analizado las tendencias de las tipologías turísticas internacionales.

f) Se han descrito las ventajas e inconvenientes del desarrollo turístico de una zona.

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 identificado el mercado turístico y sus características.

b) Se ha definido la oferta turística junto con los elementos y estructura básica de la misma.

c) Se han caracterizado los canales de intermediación turística, así como los nuevos sistemas de distribución.

d) Se han diferenciado las empresas de alojamientos turísticos según su tipología y características básicas.

e) Se han identificado los diferentes medios de transporte de carácter turístico y los servicios ligados a ellos.

f) Se ha caracterizado la oferta complementaria.

g) Se han descrito las peculiaridades del núcleo turístico.

h) Se ha valorado la importancia del turismo en la economía del núcleo turístico.

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

Criterios de evaluación:

a) Se ha conceptualizado y determinado los factores de la demanda turística.

b) Se ha clasificado a los clientes por su tipología y nacionalidad.

c) Se ha analizado la metodología de compra según el tipo de clientela.

d) Se han descrito los diferentes elementos externos que influyen en la elasticidad de la demanda.

e) Se han caracterizado las principales motivaciones de la demanda turística.

f) Se ha caracterizado la estacionalización de la demanda y las técnicas de desestacionalización.

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.

Duración: 96 horas.

Contenidos básicos:

Contextualización del sector turístico:

- Conceptos básicos del turismo:
 - Turismo, turista, visitante, Excursionista y otros.
- Modalidades de turismo.
- Evolución del turismo. Normativa turística.
- Principales eventos locales, regionales, nacionales e internacionales en materia de 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 (Sol y playa, cultural, deportivo, rural, de grandes eventos, otras), sus características y factores que influyen en su localización espacial.

- Localización geográfica de las principales tipologías turísticas.

- Tendencias de las tipologías turísticas nacionales.

- Tendencias de las tipologías turísticas internacionales.

- Impactos económicos, sociales, culturales y medioambientales del turismo a nivel local, regional, nacional e internacional.

- Factores que intervienen en la demanda y la incidencia que se puede ejercer sobre los mismos.

Análisis de la oferta turística:

- El mercado turístico y sus características.

- La oferta turística. Elementos y estructuras.

- Oferta básica. Empresas de alojamientos turísticos, medios de transporte turísticos, Intermediación turística y canales de distribución.

- La oferta complementaria. Empresas de restauración turística y servicios diversos.

- El núcleo turístico. Características. Recursos turísticos.

Importancia económica del turismo para el núcleo turístico.

- La oferta turística en Andalucía.

Caracterización de la demanda turística:

- La demanda turística. Definición. Caracterización.

- Factores que intervienen en su determinación.

- La elasticidad de la demanda y elementos que influyen en ella.

- Los clientes. Tipología. Características. Comportamientos de compra.

- Motivaciones de la demanda turística.

- La estacionalidad de la demanda. Acciones de desestacionalización.

- 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 de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

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

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de éste título que se relacionan a continuación:

a) Analizar el mercado turístico para conocer las necesidades de los consumidores, las estrategias de los competidores y la evolución del sector, con objeto de encontrar oportunidades de negocio.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza aprendizaje que permiten 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.

Equivalencia en créditos ECTS: 8.

Código: 0172.

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido los fundamentos y principios de las RR.PP.
- b) Se han identificado y caracterizado los elementos de identidad corporativa en empresas e instituciones turísticas.
- c) Se han identificado las principales marcas de entidades públicas y privadas del sector turístico.

d) Se ha identificado y clasificado el concepto de imagen corporativa y sus componentes.

e) Se han reconocido distintos tipos de imagen proyectadas por empresas e instituciones turísticas.

f) Se han identificado los procesos y los canales de comunicación.

g) Se han aplicado diversas técnicas de expresión verbal y no verbal.

h) Se han reconocido y valorado los diferentes recursos de las relaciones públicas.

i) Se han seleccionado diferentes medios de comunicación dependiendo del producto a comunicar.

j) Se ha valorado la importancia de la imagen, la identidad corporativa, la comunicación y las relaciones públicas en las empresas e instituciones turísticas.

k) Se ha identificado y caracterizado la imagen del turismo español y andaluz.

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.

Duración: 128 horas.

Contenidos básicos:

Aplicación del protocolo institucional:

- Protocolo institucional. Definición y elementos.
- Sistemas de organización de invitados.
- Tipos de presidencias
- 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.
- Colocación y ordenación de banderas dentro de los actos protocolarios.

Aplicación del protocolo empresarial:

- Tipos y objetivos de los actos protocolarios empresariales.
- Manual protocolario y de comunicación de una empresa. Diseño.
- Identificación del público objetivo y adecuación del acto.
- Actos protocolarios empresariales. Diseño y aplicación del protocolo durante el acto.
- Documentación asociada.
- Elaboración del programa y cronograma del acto a organizar.

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

- Fundamentos y principios de las RR.PP.
 - Aplicación y valoración de las RR.PP. en el ámbito turístico empresarial e institucional.
 - Recursos de las relaciones públicas.
 - Identidad corporativa. Identificación y caracterización.
- Principales marcas de entidades del sector turístico.
- La imagen corporativa. Concepto, componentes y tipos de imagen.

- La imagen del turismo español.
 - La imagen del turismo andaluz.
 - Procesos y canales de comunicación. Selección de medios de comunicación adecuados.
 - La expresión corporal y la expresión verbal. Técnicas.
- La imagen personal. Habilidades sociales.

Comunicación con los clientes:

- Proceso de la comunicación.
- Comunicación no verbal.
- Comunicación verbal.
- Objetivos y variables de la atención al cliente.
- Modalidades de atención al cliente. Contacto directo y no directo. Técnicas.
- Puntos clave de una buena atención al cliente según la fase de contacto de este con la empresa. Actitudes y aptitudes.
- Técnicas de dinamización e interacción grupal.

Gestión de quejas, reclamaciones y sugerencias:

- Quejas, reclamaciones y sugerencias. Conceptos formales y no formales. Valoración de su importancia.
- Principales motivos de quejas del cliente de las empresas de hostelería y turismo.
- Elementos de recogida de quejas, reclamaciones o sugerencias.
- Fases de la gestión de quejas y reclamaciones.
- Normativa legal vigente en materia de reclamaciones de clientes en establecimientos de empresas turísticas.
- Diseño de puntos clave que debe contener un 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 y 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 incluyen 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 contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

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

b) Analizar información sobre proveedores de servicios, estándares de calidad, precios de mercado y demanda de clientes aplicando procedimientos establecidos y la normativa vigente para programar y ofertar viajes combinados y otros servicios turísticos complejos.

c) Analizar información sobre el mercado de reuniones y demanda de clientes determinando los recursos propios y ajenos y las necesidades de coordinación para programar y ofertar servicios para congresos, convenciones, ferias y otros eventos.

e) Analizar las herramientas y estrategias del marketing reconociendo sus fases y aplicaciones para proponer programas de promoción, comunicación y distribución.

n) Reconocer e identificar posibilidades de negocio, analizando el mercado y estudiando la viabilidad de los proyectos para mantener el espíritu empresarial.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de éste título que se relacionan a continuación:

a) Analizar el mercado turístico para conocer las necesidades de los consumidores, las estrategias de los competidores y la evolución del sector, con objeto de encontrar oportunidades de negocio.

b) Programar y ofertar viajes combinados y otros servicios turísticos complejos que se adecúen en calidad, tiempo y precios a las demandas del cliente.

c) Programar y ofertar servicios para congresos, convenciones, ferias y otros eventos, que se adecúen a las expectativas y necesidades de los clientes.

e) Proponer programas de promoción y comunicación así como canales de distribución, para dar a conocer la oferta de la empresa al mercado, controlando la efectividad de los mismos.

j) Poner en funcionamiento un servicio post-venta aparejado a la oferta y atender el cliente para dar respuesta a sus solicitudes y/o reclamaciones asegurando su satisfacción y la calidad de los servicios.

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.

Equivalencia en créditos ECTS: 10.

Código: 0173.

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 analizado el concepto de marketing y sus elementos fundamentales.

b) Se han diferenciado las etapas y la evolución del marketing.

c) Se ha valorado la importancia de los distintos instrumentos del marketing.

d) Se han definido los factores y criterios eficaces para orientar al marketing hacia el consumidor.

e) Se han analizado las tendencias del marketing en Turismo.

f) Se ha justificado la importancia del marketing en el sector turístico.

g) Se han diferenciado las peculiaridades del marketing de servicios en general y las propias del marketing turístico.

h) Se han descrito los conceptos, definiciones e instrumentos básicos del marketing turístico.

i) Se han comparado las diferentes estructuras y enfoques de dirección de marketing.

j) Se ha identificado la necesidad del marketing en la función comercial de la empresa turística.

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

Criterios de evaluación:

a) Se ha conceptualizado y clasificado la segmentación de mercado.

b) Se han analizado las variables de segmentación más utilizadas en turismo.

c) Se han definido los requisitos para que la segmentación sea efectiva.

d) Se ha reconocido la importancia de la segmentación para el diseño de la estrategia comercial de las empresas turísticas.

e) Se han identificado y valorado los diferentes segmentos de mercado y su atractivo en función del producto-servicio.

f) Se han definido las estrategias de cobertura de segmentos de mercado.

g) Se han identificado los instrumentos comerciales y su compatibilidad con el posicionamiento del producto en el mercado.

h) Se han valorado los instrumentos de los diferentes segmentos de mercado.

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

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado los elementos del marketing-mix.

b) Se han identificado las etapas del ciclo de vida de un producto y su relación con la toma de decisiones estratégicas.

c) Se han analizado los elementos y niveles del producto, así como la aplicación de un sistema de «servucción».

d) Se han caracterizado las distintas políticas de marcas en el sector turístico y se ha valorado la importancia de diferenciar el producto.

e) Se ha valorado la importancia del precio y sus condicionantes como instrumento comercial en las empresas turísticas.

f) Se han calculado los precios mediante la fijación de métodos de precios idóneos para el sector turístico.

g) Se han identificado los canales de distribución/ comercialización directa e indirecta en el sector turístico.

h) Se ha reconocido la importancia de los sistemas de distribución global y su impacto en la industria turística.

i) Se ha reconocido la importancia de la publicidad, las RR.PP., promoción de ventas y merchandising en el sector turístico.

j) Se ha valorado la función de las ferias turísticas y otros encuentros profesionales como instrumentos de marketing estableciendo la diferencia con otras estrategias promocionales.

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

Criterios de evaluación:

a) Se han caracterizado las nuevas tecnologías y su utilización.

b) Se han identificado las aplicaciones de las nuevas tecnologías en marketing.

c) Se ha valorado la utilización de la Red para comercializar productos-servicios turísticos.

d) Se han utilizado las aplicaciones ofimáticas de base de datos.

e) Se ha valorado la importancia de la legislación sobre la protección de datos.

f) Se ha reconocido la aplicación de una base de datos para la investigación comercial y para crear una ventaja competitiva.

g) Se han determinado los factores que influyen en el marketing directo.

h) 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 ha conceptualizado la planificación comercial estratégica en las empresas turísticas.

b) Se han descrito los elementos básicos que conforman el plan de marketing.

c) Se ha valorado la importancia de un plan de marketing en una empresa turística.

d) Se ha realizado el análisis de otros planes empresariales e institucionales relacionados con el plan de marketing.

e) Se han identificado los principales factores del entorno con incidencia en el plan de marketing.

f) Se ha analizado la competencia y el potencial de mercado.

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 plan de acción, con sus estrategias y tácticas.

i) Se ha realizado el control de cumplimiento y calidad del plan de marketing con las técnicas adquiridas.

j) Se han valorado las implicaciones ambientales de la implementación de un plan de marketing propuesto.

k) Se ha realizado la presentación del plan de marketing con las pautas establecidas y ante los responsables implicados.

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

Criterios de evaluación:

a) Se ha valorado la importancia del estudio del comportamiento del consumidor turístico.

b) Se han identificado las necesidades y motivaciones de los consumidores de productos-servicios turísticos.

c) Se han identificado las fases del proceso de decisión de compra en el consumidor.

d) Se han caracterizado los agentes implicados en el proceso de decisión de compra.

e) Se ha analizado el impacto psicosocial del marketing, la publicidad y las relaciones públicas y su incidencia en el proceso de compra.

f) Se han caracterizado los puntos clave en el proceso de postcompra y oportunidades de fidelización.

g) 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 analizado los conceptos de Economía y actividad económica.

b) Se han caracterizado las peculiaridades de las economías de mercado y sus críticas.

c) Se han identificado el origen del consumerismo, así como su evolución en España.

d) Se han realizado estudios para analizar la reacción de las empresas ante esta situación.

e) Se ha determinado la respuesta de las empresas y de la sociedad y se establecen unos principios éticos.

f) Se ha identificado la normativa que protege al consumidor en la U.E. y en España.

g) Se han analizado los derechos y deberes de los consumidores.

Duración: 192 horas.

Contenidos básicos:

Caracterización del marketing turístico:

- Marketing. Concepto. Elementos.
 - Evolución de la función del marketing: orientación hacia el consumidor. El futuro del marketing.
- Marketing de servicios versus marketing de productos.
- Marketing turístico. Relación con el sector de la hostelería y el turismo.
 - La investigación comercial en el marketing turístico. El proceso de investigación comercial (delimitación, planificación, implantación, resultados).
- La dirección del marketing turístico.

Interpretación de la segmentación de mercados turísticos:

- La segmentación en el sector turístico. Concepto. Requisitos generales y estratégicos de los segmentos.
 - Variables de segmentación más utilizadas en turismo.
 - La planificación estratégica en el marketing turístico.
 - 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: Conceptos. Estrategias. Métodos. Mapas perceptuales.
 - Instrumentos comerciales y compatibilidad de los segmentos.

Identificación del marketing-mix y sus elementos:

- Marketing mix. Concepto. Elementos. 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.
 - La Marca en los productos y servicios turísticos.
 - El precio turístico. Concepto. Importancia.
 - Factores externos e internos determinantes de los precios.
 - Métodos y estrategias para la fijación de precios turísticos.
 - El yield management. Concepto. Cálculo.
 - La distribución turística. Canales.
 - La comunicación turística. Concepto y funciones.
 - La promoción turística en el mix promocional: la publicidad, las RR.PP., las promociones de ventas/merchandising, 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. Desarrollo y expansión. Factores que le influyen. Materiales de soporte y de desarrollo de políticas de marketing directo.
 - Marketing en Internet. Evolución, elementos y principios.
 - Bases de datos. Objetivos, funciones, elaboración y mantenimiento.
 - Legislación sobre la protección de datos.

Caracterización del plan de marketing:

- La planificación comercial estratégica en las empresas turísticas.
 - Plan de marketing. Elementos y Finalidad.
 - Análisis de la situación.
 - Análisis del mercado.
 - Análisis del entorno.
 - Análisis de la competencia del sector.
 - Análisis DAFO.
 - Objetivos y cuotas de ventas.
 - Planes de acción. Estrategias y tácticas.
 - Segmentación y público objetivo.
 - Recursos necesarios para respaldar las estrategias y alcanzar los objetivos.
 - Seguimiento y control del plan de marketing.
 - Auditoría ambiental del plan.
 - Presentación y promoción del plan.

Interpretación del proceso de decisión en el consumidor:

- Estudio del comportamiento del consumidor. Finalidad.
 - Necesidades y motivaciones del consumidor.
- Los nuevos consumidores en el sector turístico.
 - Tendencias de consumo.
- El proceso de decisión de compra. Fases. Postcompra y fidelización.
 - La calidad en el sector turístico. La satisfacción del cliente.
 - Herramientas de control de la calidad y la satisfacción del cliente. Implementación en empresas del sector turístico.

Caracterización de los criterios de consumerismo:

- Concepto de Economía y actividad económica.
- Características de la economía de mercado.
- El consumerismo. Concepto, características y evolución.
- 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.

Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional tiene como finalidad la adquisición de competencias básicas e iniciales en el ámbito profesional turístico de 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 de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

a) Identificar y seleccionar información sobre los consumidores, la competencia y la evolución del sector aplicando las

técnicas de investigación apropiadas para reconocer las oportunidades de negocio.

b) Analizar información sobre proveedores de servicios, estándares de calidad, precios de mercado y demanda de clientes aplicando procedimientos establecidos y la normativa vigente para programar y ofertar viajes combinados y otros servicios turísticos complejos.

c) Analizar información sobre el mercado de reuniones y demanda de clientes determinando los recursos propios y ajenos y las necesidades de coordinación para programar y ofertar servicios para congresos, convenciones, ferias y otros eventos.

e) Analizar las herramientas y estrategias del marketing reconociendo sus fases y aplicaciones para proponer programas de promoción, comunicación y distribución.

f) Seleccionar servicios turísticos y análogos identificando las necesidades, motivaciones y expectativas de los consumidores para asesorar y proponer la mejor alternativa al cliente, empleando al menos dos idiomas extranjeros.

n) Reconocer e identificar posibilidades de negocio, analizando el mercado y estudiando la viabilidad de los proyectos para mantener el espíritu empresarial.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de éste título que se relacionan a continuación:

a) Analizar el mercado turístico para conocer las necesidades de los consumidores, las estrategias de los competidores y la evolución del sector, con objeto de encontrar oportunidades de negocio.

b) Programar y ofertar viajes combinados y otros servicios turísticos complejos que se adecúen en calidad, tiempo y precios a las demandas del cliente.

c) Programar y ofertar servicios para congresos, convenciones, ferias y otros eventos, que se adecúen a las expectativas y necesidades de los clientes.

e) Proponer programas de promoción y comunicación así como canales de distribución, para dar a conocer la oferta de la empresa al mercado, controlando la efectividad de los mismos.

f) Asesorar y proponer al cliente diferentes alternativas de servicios turísticos y análogos, interpretando sus solicitudes y calibrando sus necesidades, para cubrir sus expectativas.

j) Poner en funcionamiento un servicio post-venta aparejado a la oferta y atender el cliente para dar respuesta a sus solicitudes y/o reclamaciones asegurando su satisfacción y la calidad de los servicios.

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.

Equivalencia en créditos ECTS: 12.

Código: 0383.

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 han 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, ubicándolos en el espacio geográfico.

f) Se han descrito los elementos y características más relevantes y representativas 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 han descrito las características más relevantes de relieve, hidrografía, vegetación, clima y diversidad cultural del resto de regiones y subregiones del mundo.

j) Se ha valorado la pluralidad de lenguas, culturas, costumbres, ritos y creencias de los diferentes Estados de Europa y 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, 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, tendencia o promocional.

f) Se ha identificado la coincidencia de tipologías turísticas en un mismo destino.

g) Se han utilizado diversas fuentes de información.

Duración: 160 horas.

Contenidos básicos:

Identificación de la geografía turística de España:

- Concepto de geografía turística. Identificación.
- Organización territorial y administrativa. Concepto de Autonomía, región, provincia, comarca y municipio. Identificación.
- Relieve. Características. Unidades físicas.
- Hidrografía y el litoral. Denominaciones turísticas de costas.

- Vegetación, paisajes característicos y espacios naturales protegidos.

- El clima de España.

- Demografía. Distribución de la población.

- Etnología.

- 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.

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 dentro y fuera de Europa.

- Unidades físicas europeas. Relieve, hidrografía y litoral.

- Vegetación, paisajes, espacios naturales y climas europeos.

- 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 de la 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. Bienes de Interés Cultural (BIC). Patrimonio de la Humanidad. Gastronomía y enología. Fiestas, ritos y costumbres.

- Destinos urbanos españoles. Municipio turístico. Negocios, reuniones, congresos e incentivos.

- Destinos rurales y de naturaleza españoles.

- Parque nacional, parque natural, paraje natural, reserva natural, monumento natural, paisaje protegido, parque periurbano, reserva natural concertada, reserva de la biosfera y patrimonio de la humanidad.

- 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. Gastronomía y enología. Fiestas, ritos y costumbres.

- Destinos urbanos. La oferta turística en las ciudades. Negocios, reuniones, congresos e incentivos.

- Destinos rurales y de naturaleza.

- Parques nacionales.

- Parques naturales.

- Reservas de la Biosfera y Patrimonio de la Humanidad.

- 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 clientes sobre destinos y servicios turísticos.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Venta de servicios turísticos en agencias de viajes.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

b) Analizar información sobre proveedores de servicios, estándares de calidad, precios de mercado y demanda de clientes aplicando procedimientos establecidos y la normativa vigente para programar y ofertar viajes combinados y otros servicios turísticos complejos.

c) Analizar información sobre el mercado de reuniones y demanda de clientes determinando los recursos propios y ajenos y las necesidades de coordinación para programar y ofertar servicios para congresos, convenciones, ferias y otros eventos.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de éste título que se relacionan a continuación:

b) Programar y ofertar viajes combinados y otros servicios turísticos complejos que se adecúen en calidad, tiempo y precios a las demandas del cliente.

c) Programar y ofertar servicios para congresos, convenciones, ferias y otros eventos, que se adecúen a las expectativas y necesidades de los clientes.

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 caracterización 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.

Equivalencia en créditos ECTS: 10.

Código: 0384.

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 CCAA.
- b) Se han detectado los recursos turísticos de Andalucía.
- c) Se han clasificado atendiendo a las tipologías y empleando la legislación vigente en cada caso.
- d) Se ha determinado el tipo de recurso del que se trata y explicado, atendiendo a sus peculiaridades y a la singularidad.
- e) 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.
- f) Se ha definido cual es la protección legal e institucional existente para los diferentes recursos.
- g) Se han reconocido los organismos e instituciones para la tutela de los recursos.
- h) Se ha definido el proceso de petición para solicitar la declaración de un recurso en relación a su tipología y características.
- i) 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.
- g) Se han interpretado y analizado diferentes tipos de obras de arte.

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 clasificadas por las propias CC.AA.

f) Se han identificado los principales museos y centros culturales del territorio nacional así como los contenidos genéricos de los mismos.

g) Se han identificado los bienes pertenecientes al Catálogo General del Patrimonio Histórico Andaluz.

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 a explicar o sobre el que se intervenga.
- c) Se ha realizado la planificación interpretativa, según el nivel a actuar 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.

Duración: 160 horas.

Contenidos básicos:

Identificación de los recursos turísticos del territorio:

- Recursos turísticos. Clasificación y tipología.
- Características de los recursos en función de su tipología.
- Análisis de los recursos. Valor del recurso y su relación como parte integrante de la oferta turística de una zona.
- Legislación que afecta a los recursos turísticos y su aplicación a los mismos.
- Normativa de protección existente en Europa, España y Andalucía 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.

- La prehistoria, las primeras culturas, el arte romano, arte visigodo, arte islámico, mudéjar y mozárabe, prerrománico, románico, gótico, renacimiento, barroco, neoclasicismo, modernismo, nuevas tendencias y estilos, especial referencia al entorno local y regional en Andalucía.

– Análisis e interpretación de una obra de arte.

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

– Patrimonio y Bienes patrimoniales en España. Turismo cultural.

– Patrimonio de la Humanidad. Concepto. Criterios de inclusión en la lista de Patrimonio de la Humanidad. Categorías de inclusión. Gestión de una candidatura. Órganos. Bienes españoles incluidos en la lista Patrimonio de la Humanidad.

– Patrimonio europeo. Concepto. Finalidad. Bienes españoles declarados.

– 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. Descripción y contenido. Música popular. Danza. Tradiciones. Otras expresiones culturales.

– Tipología de la arquitectura popular en las CCAA.

Patrimonio natural y paisajístico:

– Concepto de recursos naturales y paisajísticos.

– Normativa estatal y andaluza.

– Espacios naturales protegidos españoles y su normativa.

- Parques nacionales, parques naturales y otros.

- Flora y fauna más destacada.

– Programas europeos de ayuda al patrimonio natural y paisajístico.

– Programas europeos, nacionales y otras ayudas destinadas al aprovechamiento turístico de estos bienes.

– 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.

– Significado de la interpretación del patrimonio.

– La interpretación del patrimonio como sistema de gestión.

– Medios y planificación interpretativa más empleada.

– Sugerencias para la interpretación. Casos prácticos.

– 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 turismo especializado en el curso proporcionando valor añadido a los destinos.

– Aprovechamiento de la zona en aras al posible desarrollo turístico y local

– 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 de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

b) Analizar información sobre proveedores de servicios, estándares de calidad, precios de mercado y demanda de clientes aplicando procedimientos establecidos y la normativa vigente para programar y ofertar viajes combinados y otros servicios turísticos complejos.

c) Analizar información sobre el mercado de reuniones y demanda de clientes determinando los recursos propios y ajenos y las necesidades de coordinación para programar y ofertar servicios para congresos, convenciones, ferias y otros eventos.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de éste título que se relacionan a continuación:

b) Programar y ofertar viajes combinados y otros servicios turísticos complejos que se adecúen en calidad, tiempo y precios a las demandas del cliente.

c) Programar y ofertar servicios para congresos, convenciones, ferias y otros eventos, que se adecúen a las expectativas y necesidades de los clientes.

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 informáticas 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.

Equivalencia en créditos ECTS: 6.

Código: 0397.

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

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

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado y definido las fases y procesos de la operación y reserva de los viajes combinados.

b) Se han reconocido las operaciones de reservas de transporte, alojamiento y otros servicios complementarios.

c) Se ha caracterizado 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 caracterizando 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.

Duración: 168 horas.

Contenidos básicos:

Análisis de los viajes combinados:

- Viajes combinados. Tipología y normativa.
- Elementos de los viajes combinados. Básicos y complementarios.
- El programa de viajes combinados.
 - El contenido.
 - El contrato de viajes combinados. Forma y contenido.
 - Los seguros de viajes combinados. Coberturas y cláusulas.
- Intermediarios.
 - Tipología.
 - Condiciones para su elección.
 - Funciones y relaciones con los organizadores de viajes combinados.
- Relaciones profesionales entre organizador, detallista y proveedores de servicios. Convenios de colaboración y términos de retribución.
 - Agencias receptoras y corresponsales. Funciones.
 - El 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. Componentes. Fases y secuenciación.

- Elección de destinos e itinerarios.
- Fijación de calendarios, temporadas y fechas.
- Selección de los servicios básicos. Alojamiento y transporte.
- Determinación de servicios complementarios. Excursiones, traslados, guías, visitas y otros.

- Selección de proveedores. Negociación. Condiciones y criterios.

- Cotización de los servicios.
- Componentes del precio. Transporte, alojamiento y otros servicios turísticos complementarios.
- Tarifas y condiciones especiales, descuentos, gratuidades y otros.
- Costes. Margen de beneficio y punto muerto.
- Suplementos y comisiones a detallistas.
- Impuestos y tasas.
- Cálculo del precio de venta final.

- Documentación derivada del diseño y cotización de viajes combinados.

- La calidad en los viajes combinados. Concepto y estándares de servicio.

- Aplicaciones informáticas.

Coordinación de viajes combinados con los prestatarios de los servicios:

- Operación y reserva de los viajes combinados. Fases.

Procesos.

- Organización y reserva de los servicios de transporte, alojamiento y otros servicios complementarios.

- Coordinación con los proveedores y las agencias receptoras.

- Documentación. Tipo, finalidad y emisión.
- Aplicaciones informáticas específicas de gestión y reserva de servicios turísticos.

Identificación del mercado de eventos:

- Los eventos. Tipología. Concepto y función. Tipos de actos en función del tipo de evento.

- Oferta turística necesaria para el desarrollo de eventos.
- Servicios demandados según la tipología de eventos.
- Secretaría técnica y científica.
- Servicios turísticos.
- Servicios de interpretación/traducción.
- Servicios de imagen, sonido y TIC.
- Servicios de montaje de stands, decoración y señalización.
- Servicios de animación, espectáculos, guías y azafatas.
- Servicios de diseño e impresión de materiales gráficos.
- Servicios de seguridad.
- Otros posibles.

- 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.

- 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. 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.

- Personal. Funciones y ubicación.
- Equipos técnicos, mobiliario y material diverso.
- Documentación del evento. Carpetas, credenciales y otros.
- Aplicación de normas de protocolo en diversos tipos de actos.

- Soportes publicitarios e informativos en eventos. Tipo 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 y 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 especializadas en eventos e incentivos.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

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

b) Analizar información sobre proveedores de servicios, estándares de calidad, precios de mercado y demanda de clientes aplicando procedimientos establecidos y la normativa vigente para programar y ofertar viajes combinados y otros servicios turísticos complejos.

c) Analizar información sobre el mercado de reuniones y demanda de clientes determinando los recursos propios y ajenos y las necesidades de coordinación para programar y ofertar servicios para congresos, convenciones, ferias y otros eventos.

d) Valorar variables económicas y de calidad aplicando diferentes métodos para seleccionar los proveedores.

g) Identificar tarifas de diferentes servicios y proveedores cotizando y/o calculando el importe teniendo en cuenta la normativa vigente para reservar los derechos de uso de servicios y productos turísticos.

h) Caracterizar la documentación propia de las agencias de viajes y de los proveedores de servicios aplicando diversos procedimientos para emitir la documentación oportuna relativa a viajes y otros servicios.

j) Analizar los procesos de facturación y liquidación con clientes y proveedores identificando los requisitos legales, económicos y empresariales para desarrollar las tareas de administración en las agencias de viajes y la gestión de eventos.

k) Caracterizar aplicaciones informáticas y de gestión, así como las TIC reconociendo su utilidad para incrementar la eficacia de los servicios prestados.

l) Caracterizar los procedimientos de los servicios y las actuaciones post-venta seleccionando las técnicas más adecuadas para aplicar protocolos de calidad.

n) Reconocer e identificar posibilidades de negocio analizando el mercado y estudiando la viabilidad de los proyectos para mantener el espíritu empresarial.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de éste título que se relacionan a continuación:

a) Analizar el mercado turístico para conocer las necesidades de los consumidores, las estrategias de los competidores y la evolución del sector, con objeto de encontrar oportunidades de negocio.

b) Programar y ofertar viajes combinados y otros servicios turísticos complejos que se adecúen en calidad, tiempo y precios a las demandas del cliente.

c) Programar y ofertar servicios para congresos, convenciones, ferias y otros eventos, que se adecúen a las expectativas y necesidades de los clientes.

d) Seleccionar los proveedores, según su relación calidad/precio, calculando tanto los costes como el beneficio, para fijar el precio final de la oferta.

i) Aplicar asiduamente las diferentes herramientas de las tecnologías de la información y comunicación propias del sector en el desempeño de las tareas, así como mantenerse continuamente actualizado en las mismas.

j) Implementar un servicio post-venta aparejado a la oferta y atender el cliente para dar respuesta a sus solicitudes y/o reclamaciones asegurando su satisfacción y la calidad de los servicios.

m) Desarrollar tareas de administración para cumplir los requisitos legales, económicos y empresariales incluyendo operaciones de facturación, cobros y pagos y así poder liquidar económicamente con clientes y proveedores.

Las líneas de actuación en el proceso de 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.

Equivalencia en créditos ECTS: 8.

Código: 0398.

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 utilizadas en la venta de servicios/productos en agencias de viajes.

b) Se ha obtenido información sobre servicios/productos, sus condiciones específicas, tarifas y sobre destinos.

c) Se ha asesorado 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 y utilizado sistemas informáticos, terminales y sistemas globales de distribución para la emisión de la documentación.

Duración: 126 horas

Contenidos básicos:

Identificación de los distintos tipos de servicios en las agencias de viajes:

- Intermediación en la venta del transporte.
 - Concepto de transporte, tipología y caracterización.
 - Proveedores. Productos y servicios que ofertan.
 - Principales tarifas. Condiciones del transporte, impuestos y tasas.
 - Normativa vigente del transporte.
 - Derechos y deberes de usuarios y transportistas.
- Intermediación en la venta de alojamiento turístico.
 - Concepto de alojamiento turístico. Tipología y caracterización. Productos y servicios que ofertan.
 - Tarifas.
 - Normativa vigente del alojamiento turístico.
- Intermediación en la venta de viajes combinados. Principales productos y proveedores.
 - Intermediación en la venta de otros servicios turísticos.

Alquiler de vehículos, seguros de viaje, forfait de nieve, venta de excursiones y entradas de espectáculos, guías, otros. Caracterización, tarifas y condiciones.

- Sistemas globales de distribución.
- Venta por internet. Agencias virtuales.

Aplicación de técnicas de venta:

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

Realización de la venta de servicios:

- Fuentes de información para la venta de los servicios en agencias de viajes. Tipología y uso.
 - Información y asesoramiento sobre los servicios/productos, condiciones específicas, tarifas y destinos.
 - Reserva de productos/servicios. Sistemas de reservas.

Proceso.

- Procedimiento de reserva y confirmación.
- No-confirmación. Alternativas.
- Registro de datos. Soportes documentales. Hoja de reserva, expediente, ficha de cliente y otros. Procedimiento de uso y archivo.
 - Normativa vigente.
 - Equipos informáticos, terminales y GDS.
 - La calidad en la venta de servicios en agencias de viajes.

Conceptos y estándares.

Realización de operaciones de cierre y post-venta:

- Documentos para prestación de servicios. Tipología.
- Procedimientos de emisión de bonos, billetes, pasajes y títulos de transporte. Localizadores.
- Procedimiento de facturación. Documentos de venta. Tipología y Funciones. Gastos de gestión.
 - Sistemas y formas de cobro de servicios. Características y tipos. Políticas de crédito. Riesgos.
 - Cancelaciones. Procedimiento. Aplicación de la normativa vigente.
 - Información/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 de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

b) Analizar información sobre proveedores de servicios, estándares de calidad, precios de mercado y demanda de clientes aplicando procedimientos establecidos y la normativa vigente para programar y ofertar viajes combinados y otros servicios turísticos complejos.

f) Seleccionar servicios turísticos y análogos identificando las necesidades, motivaciones y expectativas de los consumidores para asesorar y proponer la mejor alternativa al cliente, empleando al menos dos idiomas extranjeros.

g) Identificar tarifas de diferentes servicios y proveedores cotizando y/o calculando el importe teniendo en cuenta la normativa vigente para reservar los derechos de uso de servicios y productos turísticos.

h) Caracterizar la documentación propia de las agencias de viajes y de los proveedores de servicios aplicando diversos procedimientos para emitir la documentación oportuna relativa a viajes y otros servicios.

i) Analizar recursos humanos y materiales caracterizando puestos, funciones del personal y equipamiento para establecer estructuras organizativas y administrar departamentos de agencias de viajes.

j) Analizar los procesos de facturación y liquidación con clientes y proveedores identificando los requisitos legales, económicos y empresariales para desarrollar las tareas de administración en las agencias de viajes y la gestión de eventos.

k) Caracterizar aplicaciones informáticas y de gestión, así como las TIC reconociendo su utilidad para incrementar la eficacia de los servicios prestados.

l) Caracterizar los procedimientos de los servicios y las actuaciones post-venta seleccionando las técnicas más adecuadas para aplicar protocolos de calidad.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de éste título que se relacionan a continuación:

b) Programar y ofertar viajes combinados y otros servicios turísticos complejos que se adecúen en calidad, tiempo y precios a las demandas del cliente.

d) Seleccionar los proveedores, según su relación calidad/precio, calculando tanto los costes como el beneficio, para fijar el precio final de la oferta.

f) Asesorar y proponer al cliente diferentes alternativas de servicios turísticos y análogos, interpretando sus solicitudes y calibrando sus necesidades, para cubrir sus expectativas.

g) Reservar los derechos de uso de servicios y productos turísticos, calculando las tarifas a aplicar, emitir los bonos y documentos de confirmación de los mismos.

i) Aplicar asiduamente las diferentes herramientas de las tecnologías de la información y comunicación propias del sector en el desempeño de las tareas, así como mantenerse continuamente actualizado en las mismas.

j) Poner en funcionamiento un servicio post-venta aparejado a la oferta y atender el cliente para dar respuesta a sus solicitudes y/o reclamaciones asegurando su satisfacción y la calidad de los servicios.

m) Desarrollar tareas de administración para cumplir los requisitos legales, económicos y empresariales incluyendo operaciones de facturación, cobros y pagos y así poder liquidar económicamente con clientes y proveedores.

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 al 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.

Equivalencia en créditos ECTS: 8.

Código: 0399.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Caracteriza las entidades de intermediación de servicios, 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 interdepartamentales 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 la rentabilidad de las empresas de intermediación turística.

d) Se han calculado e interpretado ratios, margen de beneficio y umbral de rentabilidad.

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 el concepto de presupuesto y su función.

i) Se han clasificado y elaborado distintos tipos de presupuestos, aplicando medidas correctoras en caso de desviaciones.

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 reconocido los sistemas previos a la implantación de un sistema de calidad.

e) Se ha establecido el diseño y elaboración de los diferentes procesos de las áreas y/o departamentos.

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

Duración: 84 horas.

Contenidos básicos:

Caracterización de entidades de intermediación turística:

– Agencias de viajes. Concepto. Evolución histórica. Clasificación legal. Características y funciones.

– Requisitos específicos para su funcionamiento.

– Agencias de viajes especializadas. Conceptos. Tipos de especialización y servicios que ofertan.

– Otras figuras de intermediación y gestión de servicios y productos turísticos.

– Centrales de reservas. Normativa europea, nacional y autonómica aplicable a la actividad de intermediación de servicios turísticos.

– Deontología profesional.

– Organismos y asociaciones nacionales e internacionales.

Organización de entidades de intermediación turística:

– Empresas de intermediación turística. Concepto. Funciones. Principios.

– Sistemas y tipos de organización,

– Estructuras organizativas. Tipología.

– Departamentalización o áreas. Funciones. Relaciones interdepartamentales.

– Diseño de organigramas. Organigramas de puestos y funciones.

– Planificación y planes empresariales. Concepto. Etapas del proceso de planificación. Estrategias y políticas.

– 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.

– Análisis de la rentabilidad económica y financiera. Concepto. Cálculo de ratios económicos y financieros, margen de beneficio y umbral de rentabilidad en empresas de intermediación turística.

– Financiación. Concepto. Estructura financiera de la empresa. Fuentes de financiación.

– Los costes. Concepto. Tipos de costes. Cálculo e imputación de costes derivados de la gestión de empresas de intermediación turística.

– Presupuestos. Concepto y función. Tipos de presupuestos. Elaboración de presupuestos. Control. Determinación de desviaciones y medidas correctoras.

– Aplicaciones informáticas de gestión económico-financiera.

Realización de la gestión administrativa y comercial:

– Procesos administrativos derivados de las relaciones con proveedores de servicios. Tipos. Procedimientos. Documentos. Liquidaciones, pago de facturas, BSP y otros.

– IVA. Concepto. Tipos impositivos. Régimen especial de las agencias de viajes. Normativa.

– Procesos administrativos derivados de las relaciones con clientes. 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 a tener en cuenta.

– 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 finalidad de la calidad. Principios rectores de la calidad en el sector turístico. Valoración de su importancia.

– Objetivos generales de la calidad en el subsector de las empresas de intermediación turística.

– Implantación de un sistema de control de calidad. Análisis y fases.

- Sistemas previos a la implantación.
- Consultora externa a la empresa.

– Manejo de las herramientas de gestión de la calidad. Autoevaluación, planificación de la mejora, sistemas indicadores, sistema de encuesta, sistema de quejas y sugerencias y otros.

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 turística.

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 turística.

– 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 de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

d) Valorar variables económicas y de calidad aplicando diferentes métodos para seleccionar los proveedores.

h) Caracterizar la documentación propia de las agencias de viajes y de los proveedores de servicios aplicando diversos procedimientos para emitir la documentación oportuna relativa a viajes y otros servicios.

i) Analizar recursos humanos y materiales caracterizando puestos, funciones del personal y equipamiento para establecer estructuras organizativas y administrar departamentos de agencias de viajes.

j) Analizar los procesos de facturación y liquidación con clientes y proveedores identificando los requisitos legales, económicos y empresariales para desarrollar las tareas de administración en las agencias de viajes y la gestión de eventos.

k) Caracterizar aplicaciones informáticas y de gestión, así como las TIC reconociendo su utilidad para incrementar la eficacia de los servicios prestados.

l) Caracterizar los procedimientos de los servicios y las actuaciones post-venta seleccionando las técnicas más adecuadas para aplicar protocolos de calidad.

m) Analizar las actitudes positivas, valorando la participación, respeto, tolerancia e igualdad de oportunidades entre las personas para motivar al personal a su cargo.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de éste título que se relacionan a continuación:

h) Establecer estructuras organizativas y administrar departamentos de agencias de viajes, para optimizar los recursos tanto humanos como materiales y controlar los resultados.

i) Aplicar asiduamente las diferentes herramientas de las tecnologías de la información y comunicación propias del sec-

tor en el desempeño de las tareas, así como mantenerse continuamente actualizado en las mismas.

j) Poner en funcionamiento un servicio post-venta aparejado a la oferta y atender el cliente para dar respuesta a sus solicitudes y/o reclamaciones asegurando su satisfacción y la calidad de los servicios.

k) Motivar al personal a su cargo, delegar funciones y tareas, promoviendo la participación y el respeto, las actitudes de tolerancia y los principios de igualdad de oportunidades

l) Mantener el espíritu empresarial para la generación de su propio empleo.

m) Desarrollar tareas de administración para cumplir los requisitos legales, económicos y empresariales incluyendo operaciones de facturación, cobros y pagos y así poder liquidar económicamente con clientes y proveedores.

Las líneas de actuación en el proceso 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.

Equivalencia en créditos ECTS: 7.

Código: 0179.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

a) Se ha identificado la idea principal del mensaje.

b) Se ha reconocido la finalidad del mensaje 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.

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.

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.

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 de manera coherente y cohesionada.

c) Se han redactado informes, destacando los aspectos significativos y ofreciendo detalles relevantes que sirvan de apoyo.

d) Se ha cumplimentado documentación específica de su campo profesional.

e) Se han aplicado las fórmulas establecidas y el vocabulario específico en la cumplimentación de documentos.

f) Se han resumido artículos, manuales de instrucciones y otros documentos escritos, utilizando un vocabulario amplio para evitar la repetición frecuente.

g) Se han utilizado las fórmulas de cortesía propias del documento a elaborar.

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

a) Se han definido los rasgos más significativos de las costumbres y usos de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.

b) Se han descrito los protocolos y normas de relación social propios del país.

c) Se han identificado los valores y creencias propios de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.

d) Se ha identificado los aspectos socio-profesionales propios del sector, en cualquier tipo de texto.

e) Se han aplicado los protocolos y normas de relación social propios del país de la lengua extranjera.

f) Se han reconocido los marcadores lingüísticos de la procedencia regional.

Duración: 128 horas.

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.

- Mensajes directos, telefónicos, radiofónicos, grabados.

- Terminología específica del sector turístico (actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos).

- Ideas principales y secundarias. Identificación del propósito comunicativo de los elementos del discurso oral.

- Recursos gramaticales. Tiempos verbales, preposiciones, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos preposicionales, verbos modales y otros.

- Otros recursos lingüísticos. Gustos y preferencias, sugerencias, argumentaciones, instrucciones acuerdos y desacuerdos, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia.

- Diferentes acentos de lengua oral.

- Identificación de registros con mayor o menor grado de formalidad en función de la intención comunicativa y del contexto de comunicación.

- 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 básicos profesionales y cotidianos.

- Soportes telemáticos. Fax, e-mail, burofax.

- Terminología específica del sector turístico. Análisis de los errores más frecuentes. Sinónimos y antónimos, adjetivos descriptivos

- Idea principal y secundarias. Identificación del propósito comunicativo de los elementos textuales y de la forma de organizar la información distinguiendo las partes del texto.

- Recursos gramaticales. Tiempos verbales, preposiciones, verbos preposicionales, 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.

- Registros utilizados en la emisión de mensajes orales según el grado de formalidad.

- Terminología específica del sector turístico.

- Expresiones de uso frecuente e idiomáticas en el ámbito profesional. Fórmulas básicas de interacción socio-profesional en el ámbito internacional.

- Recursos gramaticales. Tiempos verbales, preposiciones, verbos preposicionales, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales y otros.

- Otros recursos lingüísticos. Gustos y preferencias, sugerencias, argumentaciones, instrucciones, acuerdos y desacuerdos, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia.

- Fonética. Sonidos y fonemas vocálicos y sus combinaciones y sonidos y fonemas consonánticos y sus agrupaciones.

- Marcadores lingüísticos de relaciones sociales, normas de cortesía y diferencias de registro.

- Mantenimiento y seguimiento del discurso oral.

- Conversaciones informales improvisadas sobre temas cotidianos y de su ámbito profesional. Participación. Opiniones personales. Intercambio de información de interés personal.

- 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.

- Discurso oral y medios para expresar lo que se quiere comunicar. Adaptación a la situación y al receptor, adoptando un registro adecuado.

- 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.

- Toma, mantenimiento y cesión del turno de palabra.

- Apoyo, demostración de entendimiento, petición de aclaración, otros.

- 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.

- Currículum vitae y soportes telemáticos. Fax, e-mail, burofax.

- Terminología específica del sector turístico.

- Idea principal y secundarias. Propósito comunicativo de los elementos textuales y de la forma de organizar la información distinguiendo las partes del texto.

- Recursos gramaticales. Tiempos verbales, preposiciones, verbos preposicionales, 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, after, then, finally).

- Derivación. Sufijos para formar adjetivos y sustantivos.

- Relaciones temporales. Anterioridad, posterioridad, simultaneidad.

- Coherencia textual.

- Adecuación del texto al contexto comunicativo.

- Tipo y formato de texto.

- Variedad de lengua. Registro. Uso apropiado al lector al que va dirigido el texto.

- Selección léxica, de estructuras sintácticas y de contenido relevante.

- Estructuras formales en los textos escritos. Selección y aplicación.

- Ordenación lógica de frases y párrafos. Textos coherentes. Elementos de enlace adecuados.

- Inversión. Después de «neither», «nor» y de «so». Después de expresiones negativas y de «only».

- Inicio del discurso e introducción del tema. Desarrollo y expansión. Ejemplificación. Conclusión y/ o resumen del discurso.

- 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. Razonamientos 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 de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

d) Valorar variables económicas y de calidad, aplicando diferentes métodos para seleccionar los proveedores.

e) Analizar las herramientas y estrategias del marketing reconociendo sus fases y aplicaciones para proponer programas de promoción, comunicación y distribución.

h) Caracterizar la documentación propia de las agencias de viajes y de los proveedores de servicios, aplicando diversos

procedimientos para emitir la documentación oportuna relativa a viajes y otros servicios.

i) Analizar recursos humanos y materiales, caracterizando puestos, funciones del personal y equipamiento para establecer estructuras organizativas y administrar departamentos de agencias de viajes.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

d) Seleccionar los proveedores, según su relación calidad/precio, calculando tanto los costes como el beneficio, para fijar el precio final de la oferta.

e) Proponer programas de promoción y comunicación así como canales de distribución, para dar a conocer la oferta de la empresa al mercado, controlando la efectividad de los mismos.

f) Asesorar y proponer al cliente diferentes alternativas de servicios turísticos y análogos, interpretando sus solicitudes y calibrando sus necesidades, para cubrir sus expectativas.

g) Reservar los derechos de uso de servicios y productos turísticos, calculando las tarifas a aplicar, emitir los bonos y documentos de confirmación de los mismos.

h) Establecer estructuras organizativas y administrar departamentos de agencias de viajes, para optimizar los recursos tanto humanos como materiales y controlar los resultados.

i) Aplicar asiduamente las diferentes herramientas de las tecnologías de la información y comunicación propias del sector en el desempeño de las tareas, así como mantenerse continuamente actualizado en las mismas.

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.

Equivalencia en créditos ECTS: 7.

Código: 0180.

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, relacionado 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 vitae.

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.

Duración: 105 horas.

Contenidos básicos:

Reconocimiento de mensajes orales:

- Comprensión de mensajes orales en situaciones diversas. Habituales, personales y profesionales.
- Mensajes sencillos directos, telefónicos, grabados y audiovisuales.
- Terminología específica del sector turístico.
- Ideas principales.
- Recursos gramaticales. Estructura de la oración, tiempos verbales, nexos.
- Otros recursos lingüísticos. Acuerdos y desacuerdos, opiniones y consejos.

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, cuestionario de satisfacción, entre otros).
- Terminología específica del sector turístico.
- Ideas principales.
- Síntesis de ideas al leer documentos escritos (correos electrónicos, faxes, reclamaciones, entre otros).
- Recursos gramaticales. Estructura de la oración, tiempos verbales y nexos.
- Relaciones temporales básicas. Anterioridad, posterioridad, simultaneidad.

Producción de mensajes orales:

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

Elaboración de textos escritos:

- Redacción de documentos «modelo» específicos relacionados con aspectos profesionales.
 - Curriculum vitae y soportes telemáticos. Fax, e-mail, burofax.
 - Terminología específica, seleccionando la acepción correcta en el diccionario técnico según el contexto.
- Aplicación de estructuras típicas y fundamentales formales (estructura de la oración, tiempos verbales y nexos).
 - Relaciones temporales básicas. 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, burofax, así como de otros documentos estándar.
- Coherencia textual.
 - Tipo y formato de texto.
 - Selección léxica de estructuras sintácticas y de contenido relevante.
 - 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.
- 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 gestión de eventos incluye el desarrollo de los procesos relacionados y el cumplimiento de procesos y protocolos de calidad, todo ello en esta lengua extranjera.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- d) Valorar variables económicas y de calidad, aplicando diferentes métodos para seleccionar los proveedores.
- e) Analizar las herramientas y estrategias del marketing reconociendo sus fases y aplicaciones para proponer programas de promoción, comunicación y distribución.
- h) Caracterizar la documentación propia de las agencias de viajes y de los proveedores de servicios, aplicando diversos procedimientos para emitir la documentación oportuna relativa a viajes y otros servicios.
- i) Analizar recursos humanos y materiales, caracterizando puestos, funciones del personal y equipamiento para establecer estructuras organizativas y administrar departamentos de agencias de viajes.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- d) Seleccionar los proveedores, según su relación calidad/precio, calculando tanto los costes como el beneficio, para fijar el precio final de la oferta.
- e) Proponer programas de promoción y comunicación así como canales de distribución, para dar a conocer la oferta de la empresa al mercado, controlando la efectividad de los mismos.
- f) Asesorar y proponer al cliente diferentes alternativas de servicios turísticos y análogos, interpretando sus solicitudes y calibrando sus necesidades, para cubrir sus expectativas.
- g) Reservar los derechos de uso de servicios y productos turísticos, calculando las tarifas a aplicar, emitir los bonos y documentos de confirmación de los mismos.
- h) Establecer estructuras organizativas y administrar departamentos de agencias de viajes, para optimizar los recursos tanto humanos como materiales y controlar los resultados.
- i) Aplicar asiduamente las diferentes herramientas de las tecnologías de la información y comunicación propias del sector en el desempeño de las tareas, así como mantenerse continuamente actualizado en las mismas.

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 esta lengua extranjera.

– La caracterización de los procesos incluidos en las actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos en esta lengua extranjera.

– Los procesos de calidad en la empresa, su evaluación y la identificación y formalización de documentos asociados a la actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos en esta lengua extranjera.

– La identificación, análisis y procedimientos de actuación ante situaciones imprevistas (quejas, reclamaciones u otras) en esta lengua extranjera.

Módulo Profesional: Proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos.

Equivalencia en créditos ECTS: 5.

Código: 0400.

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 puedan presentarse durante la realización de las actividades, su posible solución y registro.

d) Se ha definido el procedimiento para gestionar los posibles cambios en los recursos y en las actividades, incluyendo el sistema de registro de los mismos.

e) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para la evaluación de las actividades y del proyecto.

f) Se ha establecido el procedimiento para la participación en la evaluación de los usuarios 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.

Duración: 30 horas

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.

Equivalencia en créditos ECTS: 5.

Código: 0401.

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 han identificado los principales yacimientos de empleo y de inserción laboral para el Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.

b) Se han determinado las aptitudes y actitudes requeridas para la actividad profesional relacionada con el perfil del título.

c) Se han identificado los itinerarios formativos-profesionales relacionados con el perfil profesional del Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.

d) Se ha valorado la importancia de la formación permanente como factor clave para la empleabilidad y la adaptación a las exigencias del proceso productivo.

e) Se ha realizado la valoración de la personalidad, aspiraciones, actitudes y formación propia para la toma de decisiones.

f) Se han determinado las técnicas utilizadas en el proceso de búsqueda de empleo.

g) Se han previsto las alternativas de autoempleo en los sectores profesionales relacionados con el título.

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 derivadas 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 características definitorias de los nuevos entornos de organización del trabajo.

g) Se ha analizado el recibo de salarios, identificando los principales elementos que lo integran.

h) Se han identificado las causas y efectos de la modificación, suspensión y extinción de la relación laboral.

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 analizado las diferentes medidas de conflicto colectivo y los procedimientos de solución de conflictos.

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 la 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 en supuestos prácticos sencillos.

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 la 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 a 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 en 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 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.

Duración: 96 horas.

Contenidos básicos:

Búsqueda activa de empleo:

- Definición y análisis del sector profesional del título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.

- Análisis de los diferentes puestos de trabajo relacionados con el ámbito profesional del título: competencias profesionales, condiciones laborales y cualidades personales.

- Mercado laboral: tasas de actividad, ocupación y paro.

- Políticas de empleo.

- Análisis de los intereses, aptitudes y motivaciones personales para la carrera profesional.

- Definición del objetivo profesional individual.

- Identificación de itinerarios formativos relacionados con el Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.

- Formación profesional inicial.

- Formación para el empleo.

- Valoración de la importancia de la formación permanente en la trayectoria laboral y profesional del Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.

- El proceso de toma de decisiones.

- El proyecto profesional individual.

- Proceso de búsqueda de empleo en el sector público.

Fuentes de información y formas de acceso.

- Proceso de búsqueda de empleo en pequeñas, medianas y grandes empresas del sector. Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo.

- Métodos para encontrar trabajo.

- Análisis de ofertas de empleo y de documentos relacionados con la búsqueda de empleo.

- Análisis de los procesos de selección.

- Aplicaciones informáticas.

- Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa.

Gestión del conflicto y equipos de trabajo:

- Concepto de equipo de trabajo.

- Clasificación de los equipos de trabajo.

- Etapas en la evolución de los equipos de trabajo.

- Tipos de metodologías para trabajar en equipo.

- Aplicación de técnicas para dinamizar equipos de trabajo.

- Técnicas de dirección de equipos.

- Valoración de las ventajas e inconvenientes del trabajo de equipo para la eficacia de la organización.

- Equipos en el sector de las agencias de viajes y gestión de eventos según las funciones que desempeñan.

- Equipos eficaces e ineficaces.

- Similitudes y diferencias.

- La motivación y el liderazgo en los equipos eficaces.

- La participación en el equipo de trabajo.

- Diferentes roles dentro del equipo.

- La comunicación dentro del equipo.

- Organización y desarrollo de una reunión.

- Conflicto. Características, fuentes y etapas.

- Métodos para la resolución o supresión del conflicto.

- El proceso de toma de decisiones en grupo.

Contrato de trabajo:

- El derecho del trabajo.

- Relaciones Laborales.

- Fuentes de la relación laboral y principios de aplicación.

- Organismos que intervienen en las relaciones laborales.

- Análisis de la relación laboral individual.

- Derechos y Deberes derivados de la relación laboral.

- Modalidades de contrato de trabajo y medidas del fomento de la contratación.

- Beneficios para los trabajadores en las nuevas organizaciones. Flexibilidad, beneficios sociales entre otros.

- El Salario. Interpretación de la estructura salarial.

- Salario Mínimo Interprofesional.

- Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo.

- Representación de los trabajadores/as.

- Representación sindical y representación unitaria.

- Competencias y garantías laborales.

- Negociación colectiva.

- Análisis de un convenio colectivo aplicable al ámbito profesional del Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.

- Conflictos laborales.

- Causas y medidas del conflicto colectivo. La huelga y el cierre patronal.

- Procedimientos de resolución de conflictos laborales.

Seguridad social, empleo y desempleo:

- 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.

- Estudio de las prestaciones de la seguridad social.

- Situaciones protegibles en la protección por desempleo.

Evaluación de riesgos profesionales:

- Valoración de la relación entre trabajo y salud.

- Análisis de factores de riesgo.

- 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.
- Gestión de la prevención en la empresa.
- 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 «pyme».

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.
- Primeros auxilios.

Orientaciones pedagógicas:

Este módulo contiene la formación necesaria para que el alumnado 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 de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

m) Analizar las actitudes positivas, valorando la participación, respeto, tolerancia e igualdad de oportunidades entre las personas para motivar al personal a su cargo.

n) Reconocer e identificar posibilidades de negocio, analizando el mercado y estudiando la viabilidad de los proyectos para mantener el espíritu empresarial.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de éste título que se relacionan a continuación:

k) Motivar al personal a su cargo, delegar funciones y tareas, promoviendo la participación y el respeto, las actitudes de tolerancia y los principios de igualdad de oportunidades

l) Mantener el espíritu empresarial para la generación de su propio empleo.

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 las agencias de viajes y la gestión de eventos.

- 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 (CVs), 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 debe permitir la evaluación de los riesgos derivados de las actividades desarrolladas en el sector productivo. Asimismo, dicho análisis concretará la definición de un plan de prevención para la empresa, así como las medidas necesarias que deban adoptarse para su implementación.

- La elaboración del Proyecto profesional individual, como recurso metodológico en el aula, utilizando el mismo como hilo conductor para la concreción práctica de los contenidos del módulo.

- La utilización de aplicaciones informáticas y nuevas tecnologías en el aula.

Estas líneas de actuación deben fundamentarse desde el enfoque de «aprender-haciendo», a través del diseño de actividades que proporcionen al alumnado un conocimiento real de las oportunidades de empleo y de las relaciones laborales que se producen en su ámbito profesional.

Módulo Profesional: Empresa e iniciativa emprendedora.

Equivalencia en créditos ECTS: 4.

Código: 0402.

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.

j) Se han analizado otras formas de emprender como asociacionismo, cooperativismo, participación, autoempleo.

k) Se ha elegido la forma de emprender más adecuada a sus intereses y motivaciones para poner en práctica un proyecto de simulación empresarial en el aula y se han definido los objetivos y estrategias a seguir.

l) Se han realizado las valoraciones necesarias para definir el producto y/o servicio que se va a ofrecer dentro del proyecto de simulación empresarial.

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 agencia de viajes y gestión de eventos, y se han descrito los principales costes sociales en que incurrir 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 incorporen 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.

j) Se ha analizado el entorno, se han incorporado valores éticos y se ha estudiado la viabilidad inicial del proyecto de simulación empresarial de aula.

k) Se ha realizado un estudio de los recursos financieros y económicos necesarios para el desarrollo del proyecto de simulación empresarial de aula.

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 «pyme».

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 externos existentes a la hora de poner en marcha una «pyme».

h) Se han realizado los trámites necesarios para la creación y puesta en marcha de una empresa, así como la organización y planificación de funciones y tareas dentro del proyecto de simulación empresarial.

i) Se ha desarrollado el plan de producción de la empresa u organización simulada y se ha definido la política comercial a desarrollar a lo largo del curso.

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 diferenciado las distintas fuentes de financiación de una «pyme» u organización.

b) Se han analizado los conceptos básicos de contabilidad, así como las técnicas de registro de la información contable.

c) 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.

d) Se han definido las obligaciones fiscales de una empresa de actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos.

e) Se han diferenciado los tipos de impuestos en el calendario fiscal.

f) 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.

g) Se ha incluido la anterior documentación en el plan de empresa.

h) Se han desarrollado las actividades de comercialización, gestión y administración dentro del proyecto de simulación empresarial de aula.

i) Se han valorado los resultados económicos y sociales del proyecto de simulación empresarial.

Duración: 84 horas

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).

- Factores claves de los emprendedores. Iniciativa, creatividad y formación.

- 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 empresario. Requisitos para el ejercicio de la actividad empresarial.

- Plan de empresa. La idea de negocio en el ámbito de las actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos.

- Objetivos de la empresa u organización.

- Estrategia empresarial.

- Proyecto de simulación empresarial en el aula.

- Elección de la forma de emprender y de la idea o actividad a desarrollar a lo largo del curso.

- Elección del producto y/ o servicio para la empresa u organización simulada.

- Definición de objetivos y estrategia a seguir en la empresa u organización simulada.

La empresa y su entorno:

- Funciones básicas de la empresa.

- La empresa como sistema.

- Análisis del entorno general de una «pyme» de actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos.

- 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.

- Cultura empresarial. Imagen e identidad corporativa.

- Relaciones de una «pyme» de actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos con el conjunto de la sociedad.

- Responsabilidad social corporativa, responsabilidad con el medio ambiente y balance social.

- Estudio inicial de viabilidad económica y financiera de una «pyme» u organización.

- Proyecto de simulación empresarial en el aula.

- Análisis del entorno de nuestra empresa u organización simulada, estudio de la viabilidad inicial e incorporación de valores éticos.

- Determinación de los recursos económicos y financieros necesarios para el desarrollo de la actividad en la empresa u organización simulada.

Creación y puesta en marcha de una empresa:

- Tipos de empresa y organizaciones.

- Elección de la forma jurídica. Exigencia legal, responsabilidad patrimonial y legal, número de socios, capital, la fiscalidad en las empresas y otros.

– Viabilidad económica y viabilidad financiera de una pyme de actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos. Subvenciones y ayudas de las distintas administraciones.

– Trámites administrativos para la constitución de una empresa.

– Plan de empresa. Elección de la forma jurídica, estudio de viabilidad económica y financiera, trámites administrativos y gestión de ayudas y subvenciones.

– Proyecto de simulación empresarial en el aula.

- Constitución y puesta en marcha de una empresa u organización simulada.

- Desarrollo del plan de producción de la empresa u organización simulada.

- Definición de la política comercial de la empresa u organización simulada.

- Organización, planificación y reparto de funciones y tareas en el ámbito de la empresa u organización simulada.

Función administrativa:

– Concepto de contabilidad y nociones básicas.

– Análisis de la información contable.

– Obligaciones fiscales de las empresas.

– Gestión administrativa de una empresa de actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos. Documentos relacionados con la compraventa. Documentos relacionados con el cobro y pago.

– Proyecto de simulación empresarial en el aula.

- Comercialización del producto y/o servicio de la empresa u organización simulada.

- Gestión financiera y contable de la empresa u organización simulada.

- Evaluación de resultados de la empresa u organización simulada.

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 y el fomento de la participación en la vida social, cultural y económica, con una actitud solidaria, crítica y responsable.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

m) Analizar las actitudes positivas, valorando la participación, respeto, tolerancia e igualdad de oportunidades entre las personas para motivar al personal a su cargo.

n) Reconocer e identificar posibilidades de negocio, analizando el mercado y estudiando la viabilidad de los proyectos para mantener el espíritu empresarial.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de éste título que se relacionan a continuación:

k) Motivar al personal a su cargo, delegar funciones y tareas, promoviendo la participación y el respeto, las actitudes de tolerancia y los principios de igualdad de oportunidades

l) Mantener el espíritu empresarial para la generación de su propio empleo.

m) Desarrollar tareas de administración para cumplir los requisitos legales, económicos y empresariales incluyendo operaciones de facturación, cobros y pagos y así poder liquidar económicamente con clientes y proveedores.

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 participación en proyectos de simulación empresarial en el aula que reproduzcan situaciones y tareas similares a las realizadas habitualmente en empresas u organizaciones.

– La utilización de aplicaciones informáticas y nuevas tecnologías en el aula.

– 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.

Estas líneas de actuación deben fundamentarse desde el enfoque de «aprender-haciendo», a través del diseño de actividades que proporcionen al alumnado un conocimiento real de las oportunidades de empleo y de las relaciones laborales que se producen en su ámbito profesional.

Así mismo, se recomienda la utilización, como recurso metodológico en el aula, de los materiales educativos de los distintos programas de fomento de la Cultura Emprendedora, elaborados por la Junta de Andalucía y la participación activa en concursos y proyectos de emprendedores con objeto de fomentar la iniciativa emprendedora.

Módulo Profesional: Formación en centros de trabajo.

Equivalencia en créditos ECTS: 22.

Código: 0403.

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 disponibilidad 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.

Criterios de evaluación:

a) Se han interpretado las instrucciones recibidas y la documentación asociada a cada uno de los procesos de gestión de eventos ofertados por la agencia.

b) Se han tramitado las solicitudes de demandas de futuros eventos y su seguimiento.

c) Se ha elaborado el presupuesto global y su desglose del evento a contratar.

d) Se ha participado en la supervisión y control del desarrollo del evento contratado.

e) Se ha realizado las operaciones post venta y seguimiento de satisfacción del cliente.

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

g) Se han operado las aplicaciones informáticas específicas.

Duración: 380 horas.

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

DISTRIBUCIÓN HORARIA SEMANAL, POR CURSOS ACADÉMICOS, DE LOS MÓDULOS PROFESIONALES DEL CICLO FORMATIVO DE GRADO SUPERIOR CORRESPONDIENTE AL TÍTULO DE TÉCNICO SUPERIOR EN AGENCIAS DE VIAJES Y GESTIÓN DE EVENTOS

MÓDULOS PROFESIONALES	PRIMER CURSO		SEGUNDO CURSO	
	HORAS TOTALES	HORAS SEMANALES	HORAS TOTALES	HORAS SEMANALES
0171. Estructura del mercado turístico.	96	3		
0172. Protocolo y relaciones públicas.	128	4		
0173. Marketing turístico.	192	6		
0383. Destinos turísticos.	160	5		
0384. Recursos turísticos.	160	5		
0397. Gestión de productos turísticos.			168	8
0398. Venta de servicios turísticos.			126	6
0399. Dirección de entidades de intermediación turística.			84	4
0179. Inglés.	128	4		
0180. Segunda lengua extranjera.			105	5
0400. Proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos.			30	
0401. Formación y orientación laboral.	96	3		
0402. Empresa e iniciativa emprendedora.			84	4
0403. Formación en Centros de Trabajo.			380	
Horas de libre configuración			63	3
TOTALES	960	30	1.040	30

ANEXO III

ORIENTACIONES PARA ELEGIR UN ITINERARIO EN LA MODALIDAD DE OFERTA PARCIAL PARA LAS ENSEÑANZAS CORRESPONDIENTES AL TÍTULO DE TÉCNICO SUPERIOR EN AGENCIAS DE VIAJES Y GESTIÓN DE EVENTOS

MÓDULOS PROFESIONALES CON FORMACIÓN BÁSICA O SOPORTE	RELACIÓN CON
0384. Recursos turísticos.	0383. Destinos turísticos
0172. Protocolo y relaciones públicas.	0398. Venta de servicios turísticos.
MÓDULOS PROFESIONALES CON FORMACIÓN COMPLEMENTARIA ENTRE AMBOS	
0397. Gestión de productos turísticos. 0398. Venta de servicios turísticos.	
MÓDULOS PROFESIONALES CON FORMACIÓN TRANSVERSAL	
0171. Estructura del mercado turístico. 0172. Protocolo y relaciones públicas. 0173. Marketing turístico. 0383. Destinos turísticos. 0384. Recursos turísticos. 0179. Inglés. 0180. Segunda lengua extranjera. 0182. Formación y orientación laboral. 0183. Empresa e iniciativa emprendedora.	

ANEXO IV

ESPACIOS Y EQUIPAMIENTOS MÍNIMOS

Espacios:

Espacio formativo	Superficie m ² 30 alumnos	Superficie m ² 20 alumnos
-Aula polivalente.	60	40
-Aula de agencias/información turística.	90	60

Equipamientos:

ESPACIO FORMATIVO	EQUIPAMIENTO
-Aula polivalente	<ul style="list-style-type: none"> - Ordenadores instalados en red, impresora de alta velocidad, cañón de proyección, Internet. - Pantalla para proyección. - Software informático de gestión de agencias de viajes. - Software de ofimática (procesador de textos, base de datos, presentaciones, hoja de cálculo, etc.) - Pizarra blanca. - Medios audiovisuales y comunes para lenguas extranjeras (TV, DVD, VIDEO, Reproductores CD, etc.)
-Aula de agencias/ información turística.	<ul style="list-style-type: none"> - Pizarra blanca. - Ordenadores. - Impresora, escáner y fax. - Software de ofimática (procesador de textos, hoja de cálculo, presentaciones, base de datos, etc.) - Software de gestión de agencias de viajes. - Software de gestión de eventos. - GDS. (Amadeus) - Internet. - Mobiliario de recepción (mostrador, sillas de oficina, mesas, archivadores, etc). - Estanterías. - TV, DVD, Video. - Material de oficina. - Cañón de proyección/Pantalla. - Mapas físicos/políticos. Murales. Andalucía, España, Europa y mundo. - Maletín altavoz. - Cámara fotográfica digital. - Cámara de video digital. - Ordenador portátil.