

Actividad o uso del establecimiento. Actividades o usos que convivan en la misma edificación.

Datos del titular (nombre, dirección, teléfono...).

Fecha de la última revisión del documento.

Datos estructurales:

Tipo de estructura.

Nº de plantas sobre y bajo rasante.

Superficie útil o construida (por plantas).

Número de salidas al exterior.

Número de escaleras exteriores.

Sectorización de incendios.

Información relevante sobre la estructura y/o edificio:

Ubicación de las llaves de corte de suministros energéticos (gas, electricidad, gasoil...).

Entorno:

Información sobre el entorno (urbano, rural, proximidad a ríos, a rutas por las que transitan vehículos con mercancías peligrosas, a industrias, a zonas forestales, edificio aislado o medianero con otras actividades. Tipo de actividades del entorno y sus titulares).

Vulnerables existentes en el entorno.

Accesibilidad:

Datos e información relevante sobre el acceso.

Características de los accesos de vehículos a las fachadas del establecimiento.

Número de fachadas accesibles a bomberos.

Focos de peligro y vulnerables:

Tipo de riesgo más significativo que emana del edificio.

Tipo y cantidad de productos peligrosos que se almacenan y/o procesan.

Vulnerables.

Instalaciones técnicas de protección contra incendios. Dispone de:

Detección y alarma de incendios. Fecha de revisión de la instalación.

Pulsadores de alarma de incendios. Fecha de revisión de la instalación.

Extintores de incendios. Fecha de revisión de la instalación.

Alumbrado de emergencia. Fecha de revisión de la instalación.

Señalización. Fecha de revisión de la instalación.

Grupo electrógeno y sistema de alimentación ininterrumpida, SAI. Fecha de revisión de la instalación.

Equipo de bombeo y aljibe o depósito de agua. Fecha de revisión de la instalación.

CONSELLERÍA DE EDUCACIÓN Y ORDENACIÓN UNIVERSITARIA

Decreto 172/2010, de 23 de septiembre, por el que se establece el currículo del ciclo formativo de grado superior correspondiente al título de técnico superior en agencias de viajes y gestión de eventos.

El Estatuto de autonomía de Galicia, en su artículo 31, determina que es competencia plena de la Comunidad Autónoma de Galicia la regulación y la administración de la enseñanza en toda su extensión, niveles y grados, en sus modalidades y especialidades, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 27 de la Constitución y en las leyes orgánicas que, con arreglo al apartado primero de su artículo 81, la desarrollen.

La Ley orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las cualificaciones y de la formación profesional, tiene por objeto la ordenación de un sistema integral de formación profesional, cualificaciones y acreditación que responda con eficacia y transparencia a las demandas sociales y económicas a través de las modalidades formativas.

Dicha ley establece que la Administración general del Estado, de conformidad con lo que se dispone en el artículo 149.1º, 30ª y 7ª de la Constitución española, y previa consulta al Consejo General de Formación Profesional, determinará los títulos de formación profesional y los certificados de profesionalidad que constituirán las ofertas de formación profesional referidas al Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, creado por el Real decreto 1128/2003, de 5 de septiembre y modificado por el Real decreto 1416/2005, de 25 de noviembre, cuyos contenidos podrán ampliar las administraciones educativas en el ámbito de sus competencias.

Establece asimismo que los títulos de formación profesional y los certificados de profesionalidad tendrán carácter oficial y con validez en todo el territorio del Estado y serán expedidos por las administraciones competentes, la educativa y la laboral respectivamente.

La Ley orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de educación, establece en su capítulo III que se entiende por currículo el conjunto de objetivos, competencias básicas, contenidos, métodos pedagógicos y criterios de evaluación de cada una de las enseñanzas reguladas por la citada ley.

En su capítulo V establece las directrices generales de la formación profesional inicial y dispone que el Gobierno, previa consulta a las comunidades autónomas, establecerá las titulaciones correspondientes a los estudios de formación profesional, así como los aspectos básicos del currículo de cada una de ellas.

El Real decreto 1538/2006, de 15 de diciembre, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, estableció en su capítulo II la estructura de los títulos de formación profesional, tomando como base el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, las directrices fijadas por la Unión Europea y otros aspectos de interés social.

En su capítulo IV, dedicado a la definición del currículo por las administraciones educativas en desarrollo del artículo 6.3º de la Ley orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de educación, establece que las administraciones educativas, en el ámbito de sus competencias, establecerán los currículos correspondientes ampliando y contextualizando los contenidos de los títulos a la realidad socioeconómica del territorio de su competencia, y respetando su perfil profesional.

El Decreto 114/2010, de 1 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo de Galicia, determina en sus capítulos III y IV, dedicados al currículo y a la organización de las enseñanzas, la estructura que deben seguir los currículos y los módulos profesionales de los ciclos formativos en la Comunidad Autónoma de Galicia.

Publicado 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, y de acuerdo con su artículo 10.2º, le corresponde a la Consellería de Educación y Ordenación Universitaria establecer el currículo correspondiente en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Galicia.

Con arreglo a lo anterior, este decreto desarrolla el currículo del ciclo formativo de formación profesional de técnico superior en agencias de viajes y gestión de eventos. Este currículo adapta la nueva titulación al campo profesional y de trabajo de la realidad socioeconómica gallega y a las necesidades de cualificación del sector productivo en cuanto a especialización y polivalencia, y posibilita una inserción laboral inmediata y una proyección profesional futura.

A estos efectos, y de acuerdo con lo establecido en el citado Decreto 114/2010, de 1 de julio, se determina la identificación del título, su perfil profesional, el entorno profesional, la prospectiva del título en el sector o en los sectores, las enseñanzas del ciclo formativo, la correspondencia de los módulos profesionales con las unidades de competencia para su acreditación, convalidación o exención, así como los parámetros del contexto formativo para cada módulo profesional en lo que se refiere a espacios, equipamientos, titulaciones y especialidades del profesorado, y sus equivalencias a efectos de docencia.

Asimismo, se determinan los accesos a otros estudios, las modalidades y las materias de bachillerato que facilitan la conexión con el ciclo formativo, las convalidaciones, exenciones y equivalencias, y la información sobre los requisitos necesarios según la legislación vigente para el ejercicio profesional, cuando proceda.

El currículo que se establece en este decreto se desarrolla teniendo en cuenta el perfil profesional del título a través de los objetivos generales que el alumnado debe alcanzar al finalizar el ciclo formativo y los objetivos propios de cada módulo profesional, expresados a través de una serie de resultados de aprendizaje, entendidos como las competencias que deben adquirir los alumnos y las alumnas en un contexto de aprendizaje, que les permitirán conseguir los logros profesio-

nales necesarios para desarrollar sus funciones con éxito en el mundo laboral.

Asociado a cada resultado de aprendizaje se establece una serie de contenidos de tipo conceptual, procedimental y actitudinal redactados de modo integrado, que proporcionarán el soporte de información y destreza preciso para lograr las competencias profesionales, personales y sociales propias del perfil del título.

En este sentido, la inclusión del módulo de formación en centros de trabajo posibilita que el alumnado complete la formación adquirida en el centro educativo mediante la realización de un conjunto de actividades de producción y/o de servicios en situaciones reales de trabajo en el entorno productivo del centro, de acuerdo con las exigencias derivadas del Sistema Nacional de Cualificaciones y Formación Profesional.

El módulo de proyecto que se incluye en este ciclo formativo permitirá integrar de forma global los aspectos más destacables de las competencias profesionales, personales y sociales características del título que se abordaron en el resto de los módulos profesionales, con aspectos relativos al ejercicio profesional y a la gestión empresarial.

La formación relativa a la prevención de riesgos laborales dentro del módulo de formación y orientación laboral aumenta la empleabilidad del alumnado que supere estas enseñanzas y facilita su incorporación al mundo del trabajo, al capacitarlo para llevar a cabo responsabilidades profesionales equivalentes a las que precisan las actividades de nivel básico en prevención de riesgos laborales, establecidas en el Real decreto 39/1997, de 17 de enero, por el que se aprueba el reglamento de los servicios de prevención.

De acuerdo con el artículo 10 del citado Decreto 114/2010, de 1 de julio, se establece la división de determinados módulos profesionales en unidades formativas de menor duración, con la finalidad de facilitar la formación a lo largo de la vida, respetando, en todo caso, la necesaria coherencia de la formación asociada a cada una de ellas.

De conformidad con lo expuesto, a propuesta del conselleiro de Educación y Ordenación Universitaria, en el ejercicio de la facultad otorgada por el artículo 34 de la Ley 1/1983, de 22 de febrero, reguladora de la Xunta y de su Presidencia, modificada por las leyes 11/1988, de 20 de octubre, 2/2007, de 28 de marzo, y 12/2007, de 27 de julio, con arreglo a los dictámenes del Consejo Gallego de Formación Profesional y del Consejo Escolar de Galicia, y previa deliberación del Consello de la Xunta de Galicia, en su reunión del día veintitrés de septiembre de dos mil diez,

DISPONGO:

CAPÍTULO I
DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1º.-Objeto.

Este decreto establece el currículo que será de aplicación en la Comunidad Autónoma de Galicia para las enseñanzas de formación profesional relativas al título de técnico superior en agencias de viajes y gestión de

eventos, determinado por el Real decreto 1254/2009, de 24 de julio.

CAPÍTULO II

IDENTIFICACIÓN DEL TÍTULO, PERFIL PROFESIONAL, ENTORNO PROFESIONAL Y PROSPECTIVA DEL TÍTULO EN EL SECTOR O EN LOS SECTORES

Artículo 2º.-*Identificación.*

El título de técnico superior en agencias de viajes y gestión de eventos se identifica por los siguientes elementos:

-Denominación: agencias de viajes y gestión de eventos.

-Nivel: formación profesional de grado superior.

-Duración: 2.000 horas.

-Familia profesional: hostelería y turismo.

-Referente europeo: CINE-5b (Clasificación internacional normalizada de la educación).

Artículo 3º.-*Perfil profesional del título.*

El perfil profesional del título de técnico superior en agencias de viajes y gestión de eventos se determina por su competencia general, por sus competencias profesionales, personales y sociales, así como por la relación de cualificaciones y, en su caso, unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título.

Artículo 4º.-*Competencia general.*

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

Artículo 5º.-*Competencias profesionales, personales y sociales.*

Las competencias profesionales, personales y sociales de este título son las que se relacionan a continuación.

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

b) Programar y ofertar viajes combinados y otros servicios turísticos complejos adaptados en calidad, tiempo y precios a las demandas de la clientela.

c) Programar y ofrecer servicios para congresos, convenciones, ferias y otros eventos, adaptados a las expectativas y a las necesidades de la clientela.

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

e) Proponer programas de promoción y comunicación, y canales de distribución para dar a conocer la

oferta de la empresa al mercado, y controlar su efectividad.

f) Asesorar a la clientela y proponerle 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 de aplicación, y emitir los bonos y los documentos de confirmación.

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

i) Aplicar asiduamente las herramientas de las tecnologías de la información y de la comunicación propias del sector en el desempeño de las tareas, y mantener una continua actualización en ellas.

j) Poner en funcionamiento un servicio posventa aparejado a la oferta, y atender a la clientela para dar respuesta a sus solicitudes y a sus reclamaciones, asegurando su satisfacción y la calidad de los servicios.

k) Motivar al personal a cargo y 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 del propio empleo.

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

Artículo 6º.-*Relación de cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título.*

1. Cualificaciones profesionales completas incluidas en el título:

a) Venta de servicios y productos turísticos, HOT095_3 (Real decreto 295/2004, de 20 de febrero), que incluye las siguientes unidades de competencia:

-UC0266_3: vender servicios turísticos y viajes.

-UC0267_2: desarrollar la gestión económico-administrativa de agencias de viajes.

-UC0268_3: gestionar unidades de información y distribución turísticas.

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

b) Creación y gestión de viajes combinados y eventos, HOT330_3 (Real decreto 1700/2007, de 14 de diciembre), que incluye las siguientes unidades de competencia:

-UC1055_3: colaborar y operar viajes combinados, excursiones y traslados.

-UC1056_3: gestionar eventos.

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

-UC0268_3: gestionar unidades de información y distribución turísticas.

2. Cualificaciones profesionales incompletas:

a) Promoción turística local e información a visitantes, HOT0336_3 (Real decreto 1700/2007, de 14 de diciembre).

-UC0268_3: gestionar unidades de información y distribución turísticas.

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

-UC1074_3: gestionar información turística.

b) Guía de turistas y visitantes, HOT335_3 (Real decreto 1700/2007, de 14 de diciembre).

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

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

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

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

Artículo 7º.-*Entorno profesional.*

1. Este profesional ejerce su actividad en el sector turístico, en el subsector de las agencias de viajes minoristas, mayoristas y mixtas, así como en las agencias especializadas en recepción y eventos.

Se trata de trabajadores por cuenta propia que gestionan su propia agencia de viajes o eventos, o de trabajadores por cuenta ajena que ejercen su actividad profesional como empleados/as o jefes/as de oficina o de departamento en las áreas funcionales de administración, de reservas, de producto, y de venta de servicios y productos turísticos y eventos.

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

-Jefe/a de oficina de agencia de viajes.

-Jefe/a de departamento en agencia de viajes.

-Agente de viajes.

-Consultor/a de viajes.

-Organizador/a de eventos.

-Vendedor/a de servicios de viaje y viajes programadas.

-Promotor/a comercial de viajes y servicios turísticos.

-Empleado/a del departamento de reservas (booking).

Artículo 8º.-*Prospectiva del título en el sector o en los sectores.*

1. El sector de la intermediación de viajes, lejos de ser una actividad en retroceso, ha experimentado un crecimiento importante en los últimos años. Pero el futuro para las agencias pasa por la especialización, la inversión en personal cualificado, el uso de internet y el incremento de las actividades de asesoría y asistencia en viaje. Las agencias de viajes deben afrontar el reto de las nuevas tecnologías, aprovechándolas al máximo, como herramientas básicas de un servicio que debe apostar por la calidad y, por lo tanto, por la formación, para sacar el máximo partido a la enorme información disponible también para la clientela. Por lo que se refiere a los proveedores, sin duda, la agencia sigue siendo una pieza clave de su red de ventas y de promoción comercial.

2. Las agencias de viaje son básicamente, por definición, valor añadido, al poner en relación a proveedores y a clientes. Para ello deben ofrecer un servicio de calidad, que no puede limitarse a la billettería, cada vez más accesible para el consumidor final (páginas web de proveedores, agencias en línea, etc.). Es preciso profundizar en lo que constituye el eje básico de la agencia, explotando el elemento de seguridad y confianza que aporta el agente que se encarga de buscar la mejor alternativa, lo más adaptado a los gustos de la clientela y con la mejor garantía. Este es el elemento diferencial respecto de otros canales alternativos a la agencia. Las agencias deben centrarse en su hecho diferenciador como especialistas en viajes y asesoramiento para discernir entre la gran variedad de productos y servicios turísticos disponibles, asegurando la calidad.

3. Por último, el sector de eventos se ha convertido en uno de los de mayor proyección y va a experimentar un gran crecimiento en los próximos años, al convertirse en una de las herramientas de márketing más rentables para las empresas. En relación con ello, es preciso poner de relieve que España se ha erigido en uno de los principales destinos de convenciones. Entre las tendencias del sector, destacan la especialización, la concentración, la diferenciación, el asesoramiento y la complejidad.

CAPÍTULO III

ENSEÑANZAS DEL CICLO FORMATIVO Y PARÁMETROS BÁSICOS DE CONTEXTO

Artículo 9º.-*Objetivos generales.*

Los objetivos generales de este ciclo formativo son los siguientes:

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 con arreglo a la normativa, programar y ofrecer viajes combinados y otros servicios turísticos complejos.

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

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

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

f) Seleccionar servicios turísticos y análogos, identificando las necesidades, las motivaciones y las expectativas de las personas consumidoras, para asesorar y proponer la mejor alternativa a la clientela, empleando al menos dos idiomas extranjeros.

g) Identificar tarifas de diferentes servicios y proveedores, cotizando y/o calculando el importe con arreglo a la normativa, 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 y funciones del personal y del equipo, 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, y reconocer su utilidad para incrementar la eficacia de los servicios prestados.

l) Caracterizar los procedimientos de los servicios y las actuaciones posventa, y seleccionar las técnicas más adecuadas para aplicar protocolos de calidad.

m) Analizar las actitudes positivas y valorar la participación, el respeto, la tolerancia y la igualdad de oportunidades entre las personas, para motivar al personal a cargo.

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

o) Analizar y valorar la participación, el respeto, la tolerancia y la igualdad de oportunidades, para hacer efectivo el principio de igualdad entre hombres y mujeres.

Artículo 10º.-*Módulos profesionales.*

Los módulos profesionales de este ciclo formativo, que se desarrollan en el anexo I del presente decreto, son los que se relacionan a continuación:

-MP0171. Estructura del mercado turístico.

-MP0172. Protocolo y relaciones públicas.

-MP0173. Márketing turístico.

-MP0179. Inglés.

-MP0180. Segunda lengua extranjera.

-MP0383. Destinos turísticos.

-MP0384. Recursos turísticos.

-MP0397. Gestión de productos turísticos.

-MP0398. Venta de servicios turísticos.

-MP0399. Dirección de entidades de intermediación turística.

-MP0400. Proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos.

-MP0401. Formación y orientación laboral.

-MP0402. Empresa e iniciativa emprendedora.

-MP0403. Formación en centros de trabajo.

Artículo 11º.-*Espacios y equipamientos.*

1. Los espacios y los equipamientos mínimos necesarios para el desarrollo de las enseñanzas de este ciclo formativo son los establecidos en el anexo II de este decreto.

2. Los espacios formativos establecidos respetarán la normativa sobre prevención de riesgos laborales, la normativa sobre seguridad y salud en el puesto de trabajo y cuantas otras normas sean de aplicación.

3. Los espacios formativos establecidos pueden ser ocupados por diferentes grupos de alumnado que curse el mismo u otros ciclos formativos, o etapas educativas.

4. No es preciso que los espacios formativos identificados se diferencien mediante cierres.

5. La cantidad y las características de los equipamientos que se incluyen en cada espacio deberá estar en función del número de alumnos y alumnas, y serán los necesarios y suficientes para garantizar la calidad de la enseñanza y la adquisición de los resultados de aprendizaje.

6. El equipamiento dispondrá de la instalación necesaria para su correcto funcionamiento, cumplirá las normas de seguridad y prevención de riesgos, y cuantas otras sean de aplicación, y se respetarán los espacios o las superficies de seguridad que exijan las máquinas en funcionamiento.

Artículo 12º.-*Profesorado.*

1. La docencia de los módulos profesionales que constituyen las enseñanzas de este ciclo formativo

corresponde al profesorado del cuerpo de catedráticos de enseñanza secundaria, del cuerpo de profesorado de enseñanza secundaria y del cuerpo de profesorado técnico de formación profesional, según proceda, de las especialidades establecidas en el anexo III A) de este decreto.

2. Las titulaciones requeridas para acceder a los cuerpos docentes citados son, con carácter general, 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 al que se refiere la disposición transitoria decimoséptima de dicha ley. Las titulaciones equivalentes a las anteriores a efectos de docencia, para las especialidades del profesorado, son las recogidas en el anexo III B) de este decreto.

3. Las titulaciones requeridas 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 las educativas, se concretan en el anexo III C) de este decreto.

La Consellería de Educación y Ordenación Universitaria establecerá un procedimiento de habilitación para ejercer la docencia, en el que se exigirá el cumplimiento de alguno de los siguientes requisitos:

-Que las enseñanzas conducentes a las titulaciones citadas engloben los objetivos de los módulos profesionales.

-Que 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.

CAPÍTULO IV

ACCESOS Y VINCULACIÓN A OTROS ESTUDIOS Y CORRESPONDENCIA DE MÓDULOS PROFESIONALES CON LAS UNIDADES DE COMPETENCIA

Artículo 13º.-Preferencias para el acceso a este ciclo formativo en relación con las modalidades y las materias de bachillerato cursadas.

Tendrá preferencia para acceder a este ciclo formativo el alumnado que haya cursado la modalidad de bachillerato de humanidades y ciencias sociales.

Artículo 14º.-Acceso a otros estudios y convalidaciones.

1. El título de técnico superior en agencias de viajes y gestión de eventos permite el acceso directo para cursar cualquier otro ciclo formativo de grado superior, en las condiciones de acceso que se establezcan.

2. Este título permite el acceso directo a las enseñanzas conducentes a los títulos universitarios de grado en las condiciones de admisión que se establezcan.

3. A efectos de facilitar el régimen de convalidaciones entre este título y las enseñanzas universitarias de grado, se asignan 120 créditos ECTS distribuidos entre los módulos profesionales de este ciclo formativo.

Artículo 15º.-Convalidaciones y exenciones.

1. Las convalidaciones de módulos profesionales de los títulos de formación profesional establecidos al amparo de la Ley orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de ordenación general del sistema educativo, con los módulos profesionales de los títulos establecidos al amparo de la Ley orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de educación, se establecen en el anexo IV de este decreto.

2. Serán objeto de convalidación los módulos profesionales comunes a varios ciclos formativos, de igual denominación, duración, contenidos, objetivos expresados como resultados de aprendizaje y criterios de evaluación, establecidos en los reales decretos por los que se fijan las enseñanzas mínimas de los títulos de formación profesional. No obstante lo anterior, y con arreglo al artículo 45.2º del Real decreto 1538/2006, de 15 de diciembre, quien haya superado el módulo profesional de formación y orientación laboral, o el módulo profesional de empresa e iniciativa emprendedora en cualquiera de los ciclos formativos correspondientes a los títulos establecidos al amparo de la Ley orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de educación, tendrá convalidados dichos módulos en cualquier otro ciclo formativo establecido al amparo de la misma ley.

3. El módulo profesional de formación y orientación laboral de cualquier título de formación profesional podrá ser objeto de convalidación siempre que se cumplan los requisitos establecidos en el artículo 45.3º del Real decreto 1538/2006, de 15 de diciembre, que se acredite al menos un año de experiencia laboral y se posea el certificado de técnico en prevención de riesgos laborales, nivel básico, expedido con arreglo a lo dispuesto en el Real decreto 39/1997, de 17 de enero, por el que se aprueba el reglamento de los servicios de prevención.

4. De acuerdo con lo establecido en el artículo 49 del Real decreto 1538/2006, de 15 de diciembre, podrá determinarse la exención total o parcial del módulo profesional de formación en centros de trabajo por su correspondencia con la experiencia laboral, siempre que se acredite una experiencia relacionada con este ciclo formativo en los términos previstos en dicho artículo.

Artículo 16º.-Correspondencia de los módulos profesionales con las unidades de competencia para su acreditación, convalidación o exención.

1. La correspondencia de las unidades de competencia con los módulos profesionales que forman las enseñanzas de este título para su convalidación o exención queda determinada en el anexo V A) de este decreto.

2. La correspondencia de los módulos profesionales que forman las enseñanzas de este título con las uni-

dades de competencia para su acreditación queda determinada en el anexo V B) de este decreto.

CAPÍTULO V

ORGANIZACIÓN DE LA IMPARTICIÓN.

Artículo 17º.-*Distribución horaria.*

Los módulos profesionales de este ciclo formativo se organizarán por el régimen ordinario según se establece en el anexo VI de este decreto.

Artículo 18º.-*Unidades formativas.*

1. De acuerdo con el artículo 10 do Decreto 114/2010, de 1 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional en el sistema educativo de Galicia, y a fin de facilitar la formación a lo largo de la vida y servir de referente para su impartición, se establece en el anexo VII la división de determinados módulos profesionales en unidades formativas de menor duración.

2. La Consellería de Educación y Ordenación Universitaria determinará los efectos académicos de la división de los módulos profesionales en unidades formativas.

Artículo 19º.-*Módulo de proyecto.*

1. El módulo de proyecto incluido en el currículum de este ciclo formativo tiene por finalidad la integración efectiva de los aspectos más destacables de las competencias profesionales, personales y sociales características del título que se hayan abordado en el resto de los módulos profesionales, junto con aspectos relativos al ejercicio profesional y a la gestión empresarial. Se organizará sobre la base de la tutoría individual y colectiva. La atribución docente será a cargo del profesorado que imparta docencia en el ciclo formativo.

2. Se desarrollará coincidiendo con la realización del módulo profesional de formación en centros de trabajo y se evaluará una vez cursado éste, al objeto de posibilitar la incorporación de las competencias adquiridas en el mismo.

Disposiciones adicionales

Primera.-*Oferta en las modalidades semipresencial y a distancia de este título.*

La impartición de las enseñanzas de los módulos profesionales de este ciclo formativo en las modalidades semipresencial o a distancia, que se ofrecerán únicamente por el régimen para las personas adultas, requerirá la autorización previa de la Consellería de Educación y Ordenación Universitaria, con arreglo al procedimiento que se establezca.

Segunda.-*Titulaciones equivalentes y vinculación con las capacitaciones profesionales.*

1. Los títulos que se relacionan a continuación tendrán los mismos efectos profesionales y académicos que el título de técnico superior en agencias de viajes y gestión de eventos, establecido en el Real decre-

to 1254/2009, de 24 de julio, cuyo currículum para Galicia se desarrolla en este decreto:

-Título de técnico especialista en agencias de viaje, de la Ley 14/1970, de 4 de agosto, general de educación y financiación de la reforma educativa, rama hostelería y turismo.

-Título de técnico superior en agencias de viajes, establecido por el Real decreto 2215/1993, de 17 de diciembre, cuyo currículum para Galicia fue establecido por el Decreto 299/1999, de 14 de octubre.

2. La formación establecida en este decreto en el módulo profesional de formación y orientación laboral capacita para llevar a cabo responsabilidades profesionales equivalentes a las que precisan las actividades de nivel básico en prevención de riesgos laborales, establecidas en el Real decreto 39/1997, de 17 de enero, por el que se aprueba el reglamento de los servicios de prevención.

3. Los resultados de aprendizaje, los criterios de evaluación y los contenidos de los módulos profesionales de inglés y de segunda lengua extranjera comprenden todo lo relacionado con lo establecido en las unidades de competencia UC1072_3 y UC1073_3, respectivamente, como herramienta útil para facilitar el ejercicio profesional, e incluyen también otras competencias lingüísticas propias del título académico. Esta circunstancia queda reflejada en el anexo V.

Tercera.-*Regulación del ejercicio de la profesión.*

1. De conformidad con lo establecido en el Real decreto 1538/2006, de 15 de diciembre, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, los elementos recogidos en este decreto no constituyen regulación del ejercicio de profesión titulada alguna.

2. Asimismo, las equivalencias de titulaciones académicas establecidas en el apartado 1 de la disposición adicional segunda de este decreto se entenderán sin perjuicio del cumplimiento de las disposiciones que habilitan para el ejercicio de las profesiones reguladas.

Cuarta.-*Accesibilidad universal en las enseñanzas de este título.*

1. La Consellería de Educación y Ordenación Universitaria garantizará que el alumnado pueda acceder y cursar este ciclo formativo en las condiciones establecidas en la disposición final décima de la Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.

2. Las programaciones didácticas que desarrollan el currículum establecido en este decreto deberán tener en cuenta el principio de «diseño para todos». A tal efecto, recogerán las medidas necesarias a fin de que el alumnado pueda conseguir la competencia general del título, expresada a través de las competencias profesionales, personales y sociales, así como los resultados de aprendizaje de cada uno de los módulos profesionales.

En cualquier caso, estas medidas no podrán afectar de modo significativo a la consecución de los resultados de aprendizaje previstos para cada módulo profesional.

Quinta.-*Autorización a centros privados para la impartición de las enseñanzas reguladas en este decreto.*

La autorización a centros privados para la impartición de las enseñanzas de este ciclo formativo exigirá que desde el inicio del curso escolar se cumplan los requisitos de profesorado, espacios y equipamientos regulados en este decreto.

Sexta.-*Desarrollo del currículo.*

1. El currículo establecido en este decreto requiere un posterior desarrollo a través de las programaciones didácticas elaboradas por el equipo docente del ciclo formativo, conforme a lo establecido en el artículo 34 del Decreto 114/2010, de 1 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo de Galicia. Estas programaciones concretarán y adaptarán el currículo al entorno socioeconómico del centro, tomando como referencia el perfil profesional del ciclo formativo a través de sus objetivos generales y de los resultados de aprendizaje establecidos para cada módulo profesional.

2. Los centros educativos desarrollarán el presente currículo de acuerdo con lo establecido en el artículo 9 del Decreto 79/2010, de 20 de mayo, para el plurilingüismo en la enseñanza no universitario de Galicia.

Disposición transitoria

Única.-*Centros privados con autorización para impartir ciclos formativos de formación profesional.*

La autorización concedida a los centros educativos de titularidad privada para impartir las enseñanzas a las que se hace referencia en el Decreto 299/1999, de 14 de octubre, por el que se establece el currículo del ciclo formativo de grado superior correspondiente al título de técnico superior en agencias de viajes se entenderá referida a las enseñanzas reguladas en este decreto.

Disposición derogatoria

Única.-*Derogación de normas.*

Queda derogado el Decreto 299/1999, de 14 de octubre, por el que se establece el currículo del ciclo formativo de grado superior correspondiente al título de técnico superior en agencias de viajes, y todas las disposiciones de igual o inferior rango que se opongan a lo dispuesto en este decreto, sin perjuicio de la disposición final primera.

Disposiciones finales

Primera.-*Implantación de las enseñanzas recogidas en este decreto.*

1. En el curso 2010-2011 se implantará el primer curso por el régimen ordinario y dejará de impartirse

el primer curso de las enseñanzas a las que se hace referencia en el Decreto 299/1999, de 14 de octubre, por el que se establece el currículo del ciclo formativo de grado superior correspondiente al título de técnico superior en agencias de viajes.

2. En el curso 2011-2012 se implantará el segundo curso por el régimen ordinario y dejará de impartirse el segundo curso de las enseñanzas a las que se hace referencia en el Decreto 299/1999, de 14 de octubre, por el que se establece el currículo del ciclo formativo de grado superior correspondiente al título de técnico superior en agencias de viajes.

3. En el curso 2010-2011 se implantarán las enseñanzas reguladas en este decreto por el régimen para las personas adultas.

Segunda.-*Desarrollo normativo.*

1. Se autoriza a la persona titular de la Consellería de Educación y Ordenación Universitaria a dictar las disposiciones que sean necesarias para la ejecución y el desarrollo de lo establecido en este decreto.

2. Se autoriza a la persona titular de la Consellería de Educación y Ordenación Universitaria a modificar el anexo II B), relativo a equipamientos, cuando por razones de obsolescencia o actualización tecnológica así se justifique.

Tercera.-*Entrada en vigor.*

Este decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el *Diario Oficial de Galicia*.

Santiago de Compostela, veintitrés de septiembre de dos mil diez.

Alberto Núñez Feijóo
Presidente

Jesús Vázquez Abad
Conselleiro de Educación y Ordenación
Universitaria

1. ANEXO I **Módulos profesionales**

1.1. Módulo profesional: estructura del mercado turístico.

*Equivalencia en créditos ECTS: 8.

*Código: MP0171.

*Duración: 133 horas.

1.1.1. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

* RA1. Contextualiza el sector turístico, su evolución histórica y su situación actual, y analiza sus implicaciones como actividad socioeconómica.

-CE1.1. Se han definido los elementos básicos que caracterizan al sector turístico.

-CE1.2. Se ha analizado la evolución del turismo.

-CE1.3. Se han identificado y se han caracterizado las instituciones públicas y privadas relacionadas con el sector turístico.

-CE1.4. Se ha valorado la importancia de la actividad turística respecto al desarrollo económico y social del núcleo turístico.

-CE1.5. Se han identificado los encuentros estatales e internacionales en materia de turismo y su importancia para el sector.

-CE1.6. Se ha reconocido el uso de las nuevas tecnologías en el sector turístico y su impacto como elemento dinamizador.

-CE1.7. Se ha valorado la importancia de la profesionalidad en el entorno de la profesión turística.

*RA2. Identifica las tipologías turísticas en relación con la demanda y su previsible evolución.

-CE2.1. Se han definido las tipologías turísticas en relación con sus características básicas.

-CE2.2. Se han localizado las tipologías turísticas por su distribución geográfica.

-CE2.3. Se han relacionado los factores que influyen en la localización espacial según el tipo de turismo de la zona.

-CE2.4. Se han analizado las tendencias de las tipologías turísticas estatales.

-CE2.5. Se han analizado las tendencias de las tipologías turísticas internacionales.

-CE2.6. Se han descrito las ventajas y los inconvenientes del desarrollo turístico de una zona.

-CE2.7. Se han valorado los factores que influyen en la demanda, la incidencia que se puede tener sobre ellos y su distribución.

*RA3. Analiza la oferta turística y caracteriza sus principales componentes, así como los canales de intermediación y de distribución.

-CE3.1. Se ha identificado el mercado turístico y sus características.

-CE3.2. Se ha definido la oferta turística junto con sus elementos y su estructura básica.

-CE3.3. Se han caracterizado los canales de intermediación turística, así como los nuevos sistemas de distribución.

-CE3.4. Se han diferenciado las empresas de alojamientos turísticos según su tipología y sus características básicas.

-CE3.5. Se han identificado los medios de transporte de carácter turístico y los servicios ligados a ellos.

-CE3.6. Se ha caracterizado la oferta complementaria.

-CE3.7. Se han descrito las peculiaridades del núcleo turístico.

-CE3.8. Se ha valorado la importancia del turismo en la economía del núcleo turístico.

*RA4. Caracteriza la demanda turística en relación con los factores y los elementos que la motivan, así como sus tendencias actuales.

-CE4.1. Se han conceptualizado y se han determinado los factores de la demanda turística.

-CE4.2. Se ha clasificado la clientela por su tipología y su nacionalidad.

-CE4.3. Se han descrito los elementos externos que influyen en la elasticidad de la demanda.

-CE4.4. Se han caracterizado las principales motivaciones de la demanda turística.

-CE4.5. Se ha analizado la metodología de compra según el tipo de clientela.

-CE4.6. Se ha caracterizado la estacionalización de la demanda y las técnicas de desestacionalización.

-CE4.7. Se han investigado las tendencias actuales de la demanda, así como los mercados emergentes.

-CE4.8. Se ha valorado la importancia de conocer a la clientela como elemento dinamizador de la demanda turística.

1.1.2. Contenidos básicos.

BC1. Contextualización del sector turístico.

*Conceptos básicos del turismo: turismo, turista, visitante, excursionista, etc.

*Evolución del turismo.

*Principales eventos locales, autonómicos, estatales e internacionales en materia de turismo.

*Entidades públicas y privadas de ámbito local, autonómico, estatal e internacional relacionadas con el sector turístico.

*Valoración de la actividad turística en el desarrollo de un núcleo de población.

*Valoración de las nuevas tecnologías como fuentes de información y promoción turística.

*Valoración de la persona profesional del turismo en el ámbito de su profesión.

BC2. Identificación de las tipologías turísticas y de sus tendencias.

*Modalidades del turismo.

*Tipologías turísticas (sol y playa, cultural, deportivo, rural, de grandes eventos etc.) y sus características (factores que influyen en su ubicación espacial).

*Ubicación geográfica de las principales tipologías turísticas.

*Tendencias de las tipologías turísticas estatales e internacionales.

*Impactos económicos, sociales, culturales y medioambientales del turismo a nivel local, autonómico, estatal e internacional.

*Factores que intervienen en la demanda e incidencia que se puede ejercer sobre ellos.

BC3. Análisis de la oferta turística.

*El mercado turístico y sus características.

*Oferta turística: elementos y estructuras.

*Intermediación turística. Canales de distribución.

*Empresas de alojamientos turísticos.

*Medios de transporte turísticos.

*Oferta complementaria. Empresas de restauración turística. Servicios diversos.

*Núcleo turístico: características. Recursos turísticos.

*Importancia económica del turismo para el núcleo turístico.

*La oferta turística en Galicia.

BC4. Caracterización de la demanda turística.

*Demanda turística: definición y caracterización.

*Factores que intervienen en su determinación.

*Elementos externos que influyen en la elasticidad de la demanda turística.

*Clientela: tipología, características y comportamientos de compra.

*Motivaciones de la demanda turística.

*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.

1.1.3. Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para situar al alumnado en el contexto del mercado del turismo, al dotarlo de conocimientos básicos de su estructura a nivel local, autonómico, estatal e internacional. De este modo, se le hace comprender la importancia de este sector para el desarrollo económico de un área determinada.

Este módulo incluye aspectos como:

-Introducción al mundo del turismo.

-Tipologías turísticas y su distribución espacial.

-Principales características de la oferta.

-Elementos básicos de la demanda.

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

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

-Aplicación de las nuevas tecnologías y de los programas informáticos de gestión de la información.

-Investigación del mercado turístico, ya que este es cambiante y precisa una constante actualización de las tendencias de la demanda y de las de la oferta.

-Análisis y caracterización de los elementos básicos del mercado turístico.

-Funcionamiento básico de los sectores y de las empresas que configuran la oferta.

-Caracterización y elementos que condicionan la demanda del mercado turístico.

1.2. Módulo profesional: protocolo y relaciones públicas.

*Equivalencia en créditos ECTS: 8.

*Código: MP0172.

*Duración: 105 horas.

1.2.1. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

*RA1. Aplica el protocolo institucional, analiza los sistemas de organización y utiliza la normativa de protocolo y de precedencias oficiales.

-CE1.1. Se han definido los elementos que conforman el protocolo institucional.

-CE1.2. Se han determinado los criterios para establecer la presidencia en los actos oficiales.

-CE1.3. Se han caracterizado los sistemas de ordenación de las personas invitadas en función del tipo de acto que se organice.

-CE1.4. Se ha reconocido la normativa de protocolo y de precedencias oficiales de la Xunta de Galicia y del Estado.

-CE1.5. Se han realizado los programas protocolarios en función del acontecimiento que se desarrolle.

-CE1.6. Se ha caracterizado el diseño y la planificación de actos protocolarios.

-CE1.7. Se han diseñado invitaciones en relación con la tipología de los actos.

-CE1.8. Se ha determinado la ordenación de banderas dentro de los actos protocolarios.

*RA2. Aplica el protocolo empresarial y describe los elementos de diseño y organización según la naturaleza, el tipo de acto y el público al que se dirige.

-CE2.1. Se ha caracterizado la naturaleza y la tipología de los actos que se organizan.

-CE2.2. Se ha diseñado un manual protocolario y de comunicación.

-CE2.3. Se ha identificado el público al que se dirigen los actos.

-CE2.4. Se han identificado los elementos de organización y diseño de actos protocolarios empresariales (presidencia, personas invitadas, día, hora, lugar etc.).

-CE2.5. Se ha verificado la correcta aplicación del protocolo durante el desarrollo del acto.

-CE2.6. Se ha enumerado la documentación necesaria según el acto, para su correcto desarrollo.

-CE2.7. Se ha elaborado el programa y el cronograma del acto.

-CE2.8. Se ha calculado el presupuesto del acto.

*RA3. Aplica los fundamentos y los elementos de las relaciones públicas en el ámbito turístico, así como las técnicas asociadas seleccionadas.

-CE3.1. Se han definido los fundamentos y los principios de las relaciones públicas.

-CE3.2. Se han identificado y se han caracterizado los elementos de identidad corporativa en empresas e instituciones turísticas.

-CE3.3. Se han identificado las principales marcas de entidades públicas y privadas del sector turístico.

-CE3.4. Se ha identificado el concepto de imagen corporativa y sus componentes.

-CE3.5. Se han reconocido los tipos de imagen proyectada por empresas e instituciones turísticas.

-CE3.6. Se han identificado los procesos y los canales de comunicación.

-CE3.7. Se han aplicado técnicas de expresión verbal y no verbal.

-CE3.8. Se han reconocido y se han valorado los recursos de las relaciones públicas.

-CE3.9. Se han seleccionado medios de comunicación en función del producto.

-CE3.10. Se ha valorado la importancia de la imagen, de la identidad corporativa, de la comunicación y de las relaciones públicas en las empresas y en las instituciones turísticas.

-CE3.11. Se ha reconocido y se ha caracterizado la imagen del turismo gallego y español.

*RA4. Establece comunicación con la clientela utilizando técnicas y adaptándolas.

-CE4.1. Se han analizado los objetivos de una correcta atención a la clientela.

-CE4.2. Se han caracterizado las técnicas de atención a la clientela.

-CE4.3. Se han diferenciado las modalidades de atención a la clientela.

-CE4.4. Se han aplicado las acciones del contacto directo y no directo.

-CE4.5. Se han utilizado las técnicas de comunicación con la clientela.

-CE4.6. Se han caracterizado los tipos de clientela.

-CE4.7. Se han demostrado las actitudes y las aptitudes en los procesos de atención a la clientela.

-CE4.8. Se han definido las técnicas de dinamización e interacción de grupos.

*RA5. Gestiona las quejas, las reclamaciones y las sugerencias, y describe las fases establecidas de resolución asociadas a una correcta satisfacción de la clientela.

-CE5.1. Se han definido y se han analizado los conceptos formales y no formales de quejas, reclamaciones y sugerencias.

-CE5.2. Se han reconocido los principales motivos de quejas de la clientela en las empresas de hostelería y turismo.

-CE5.3. Se han identificado los canales de comunicación de las quejas, de las reclamaciones y de las sugerencias y su jerarquización dentro de la organización.

-CE5.4. Se ha valorado la importancia de las quejas, de las reclamaciones y de las sugerencias como elemento de mejora continua.

-CE5.5. Se han establecido las fases a seguir en la gestión de quejas y reclamaciones, para conseguir la satisfacción de la clientela dentro de su ámbito de competencia.

-CE5.6. Se ha cumplido la normativa en materia de reclamaciones de la clientela en establecimientos de empresas turísticas.

-CE5.7. Se han diseñado los puntos clave que debe contener un manual corporativo de atención a la clientela y de gestión de quejas y reclamaciones.

*RA6. Mantiene actitudes de atención a la clientela y analiza la importancia de superar las expectativas de ésta con relación al trato recibido.

-CE6.1. Se han analizado las expectativas de cada tipo de clientela.

-CE6.2. Se ha conseguido una actitud de empatía.

-CE6.3. Se ha valorado la importancia de una actitud de simpatía.

-CE6.4. Se ha valorado una actitud de respeto hacia la clientela y hacia los miembros de la empresa o institución.

-CE6.5. Se ha conseguido alcanzar una actitud profesional.

-CE6.6. Se ha seguido una actitud de discreción.

-CE6.7. Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa.

1.2.2. Contenidos básicos.

BC1. Aplicación del protocolo institucional.

*Protocolo institucional: definición y elementos.

- *Sistemas de organización de personas invitadas.
- *Tipos de presidencias.
- *Interés por la normativa en materia de protocolo y de precedencias oficiales de Galicia y del Estado.
- *Proyección de actos protocolarios.
- *Diseño de invitaciones.
- *Colocación y ordenación de banderas dentro de los actos protocolarios.

BC2. Aplicación del protocolo empresarial.

- *Tipos y objetivos de los actos protocolarios empresariales.
- *Manuales protocolarios y de comunicación de las empresas.
- *Diseño de los manuales de comunicaciones.
- *Identificación del público objetivo y adecuación del acto.
- *Manual protocolario y de comunicación de una empresa.
- *Actos protocolarios empresariales:
 - Diseño.
 - Aplicación adecuada del protocolo durante el acto.
 - Documentación necesaria.
 - Elaboración del programa y del cronograma de los actos.

BC3. Aplicación de los fundamentos y de los elementos de las relaciones públicas en el ámbito turístico.

- *Fundamentos y principios de las relaciones públicas.
- *Aplicación y valoración de las relaciones públicas en el ámbito turístico empresarial e institucional.
- *Recursos de las relaciones públicas.
- *Identificación y caracterización de las principales marcas de entidades del sector turístico español y gallego.
- *Imagen corporativa e identidad: concepto y componentes.
- *Tipos de imagen: imagen del turismo gallego y español.
- *Expresión corporal. Imagen personal. Habilidades sociales.
- *Procesos y canales de comunicación. Selección de medios de comunicación adecuados.
- *Tipos de imagen.
- *Imagen del turismo español.

BC4. Comunicación con la clientela.

- *Proceso de la comunicación.
- *Comunicación no verbal.

- *Comunicación verbal.
- *Objetivos y variables de la atención a la clientela.
- *Modalidades de atención a la clientela: contacto directo y no directo. Técnicas.
- *Puntos clave de una buena atención a la clientela según la fase de contacto de ésta con la empresa.
- *Actitudes y aptitudes.
- *Técnicas de dinamización e interacción grupal.

BC5. Gestión de quejas, reclamaciones y sugerencias.

- *Quejas, reclamaciones y sugerencias: conceptos formales y no formales.
- *Valoración de su importancia.
- *Principales motivos de quejas de la clientela de las empresas de hostelería y turismo.
- *Elementos de recogida de quejas, reclamaciones y sugerencias.
- *Fases de la gestión de quejas y reclamaciones.
- *Normativa legal en materia de reclamaciones de la clientela en establecimientos de empresas turísticas.
- *Diseño de puntos clave que debe contener un manual corporativo de atención a la clientela, y de gestión de quejas y reclamaciones.

BC6. Actitudes de atención a la clientela.

- *Actitud de servicio a la clientela: empatía, simpatía, cortesía, etc.
- *Actitud de respeto hacia la clientela y hacia los miembros de la empresa o institución.
- *Actitud profesional.
- *Valor de la discreción dentro del ámbito laboral.
- *Valor de la imagen corporativa.

1.2.3. Orientaciones pedagógicas.

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

Estas funciones incluyen aspectos como:

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

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

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

-Actitudes del alumnado en referencia a los aspectos relacionados con la atención a la clientela.

-Herramientas básicas de protocolo institucional.

-Análisis y proyección del protocolo en los actos empresariales.

-Herramientas de gestión de quejas, reclamaciones y sugerencias.

1.3. Módulo profesional: márketing turístico.

*Equivalencia en créditos ECTS: 10.

*Código: MP0173.

*Duración: 160 horas.

1.3.1. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

*RA1. Caracteriza el márketing turístico y reconoce sus elementos básicos.

-CE1.1. Se ha analizado el concepto del márketing y sus elementos fundamentales.

-CE1.2. Se han diferenciado las etapas y la evolución del márketing.

-CE1.3. Se ha valorado la importancia de los instrumentos del márketing.

-CE1.4. Se han definido los factores y los criterios eficaces para orientar el márketing hacia las personas consumidoras.

-CE1.5. Se han analizado las tendencias del márketing en turismo.

-CE1.6. Se ha justificado la importancia del márketing en el sector turístico.

-CE1.7. Se han diferenciado las peculiaridades del márketing de servicios en general de las propias del márketing turístico.

-CE1.8. Se han descrito los conceptos, las definiciones y los instrumentos básicos del márketing turístico.

-CE1.9. Se han comparado las estructuras y los enfoques de dirección de márketing.

-CE1.10. Se ha identificado la necesidad de márketing en la función comercial de la empresa turística.

*RA2. Interpreta la segmentación del mercado y el posicionamiento del producto o del servicio, y reconoce datos cuantitativos y cualitativos.

-CE2.1. Se ha conceptualizado y se ha clasificado la segmentación de mercado.

-CE2.2. Se han analizado las variables de segmentación más utilizadas en turismo.

-CE2.3. Se han definido los requisitos para que la segmentación sea efectiva.

-CE2.4. Se ha reconocido la importancia de la segmentación para el diseño de la estrategia comercial de las empresas turísticas.

-CE2.5. Se han identificado y se han valorado los segmentos de mercado y su atractivo en función del producto o del servicio.

-CE2.6. Se han definido las estrategias de cobertura de segmentos de mercado.

-CE2.7. Se ha identificado el posicionamiento del producto en el mercado.

-CE2.8. Se han valorado los instrumentos comerciales y su compatibilidad con los segmentos de mercado.

*RA3. Identifica los elementos del márketing mix y reconoce su aplicación en el sector turístico.

-CE3.1. Se han identificado los elementos del márketing mix.

-CE3.2. Se han identificado las etapas del ciclo de vida de un producto y su relación con la toma de decisiones estratégicas.

-CE3.3. Se han analizado los elementos y los niveles del producto, así como la aplicación de un sistema de servucción.

-CE3.4. Se han caracterizado las políticas de marcas en el sector turístico y se ha valorado la importancia de diferenciar el producto.

-CE3.5. Se ha valorado la importancia del precio y sus condicionantes como instrumento comercial en las empresas turísticas.

-CE3.6. Se han calculado los precios mediante la fijación de métodos de precios idóneos para el sector turístico.

-CE3.7. Se han identificado los canales de distribución y de comercialización directa e indirecta en el sector turístico.

-CE3.8. Se ha reconocido la importancia de los sistemas de distribución global y su impacto en la industria turística.

-CE3.9. Se ha reconocido la importancia de la publicidad, de las relaciones públicas, de la promoción de ventas y del *merchandising* en el sector turístico.

-CE3.10. Se ha valorado la función de las ferias turísticas y de otros encuentros profesionales como instrumentos de márketing, y se ha establecido la diferencia con otras estrategias promocionales.

*RA4. Aplica las nuevas tecnologías en el márketing turístico y analiza sus aplicaciones y sus oportunidades en el desarrollo de políticas de dicho márketing.

-CE4.1. Se han caracterizado las nuevas tecnologías y su uso.

-CE4.2. Se han identificado las aplicaciones de las nuevas tecnologías en márketing.

-CE4.3. Se ha valorado el uso de internet para comercializar productos y servicios turísticos.

-CE4.4. Se han utilizado las aplicaciones ofimáticas de bases de datos.

-CE4.5. Se ha valorado la importancia de la legislación sobre la protección de datos.

-CE4.6. Se ha reconocido la aplicación de una base de datos para la investigación comercial y para crear una ventaja competitiva.

-CE4.7. Se han determinado los factores que influyen en el márketing directo.

-CE4.8. Se han establecido las pautas para el desarrollo de una estrategia de márketing directo combinado.

*RA5. Caracteriza el plan de márketing en relación con los tipos de empresa y con los productos o servicios.

-CE5.1. Se ha conceptualizado la planificación comercial estratégica en las empresas turísticas.

-CE5.2. Se han descrito los elementos básicos que conforman el plan de márketing.

-CE5.3. Se ha valorado la importancia de un plan de márketing en una empresa turística.

-CE5.4. Se ha realizado el análisis de otros planes empresariales e institucionales relacionados con el plan de márketing.

-CE5.5. Se han identificado los principales factores del entorno con incidencia en el plan de márketing.

-CE5.6. Se ha analizado la competencia y el potencial de mercado.

-CE5.7. Se ha realizado el plan de acción, con sus estrategias y sus tácticas.

-CE5.8. Se han definido los recursos necesarios para establecer las estrategias propuestas y para la consecución de los objetivos del plan de márketing.

-CE5.9. Se ha realizado el control de cumplimiento y calidad del plan de márketing con las técnicas adquiridas.

-CE5.10. Se ha realizado la presentación del plan de márketing con las pautas establecidas y ante los responsables implicados.

-CE5.11. Se han valorado las implicaciones medioambientales de la puesta en práctica de un plan de márketing propuesto.

*RA6. Reconoce el proceso de decisión de compra de las personas consumidoras y analiza sus motivaciones y sus necesidades.

-CE6.1. Se han identificado las necesidades y las motivaciones de la población consumidora de productos y servicios turísticos.

-CE6.2. Se han identificado las fases del proceso de decisión de compra en las personas.

-CE6.3. Se han caracterizado los agentes implicados en el proceso de decisión de compra.

-CE6.4. Se ha analizado el impacto psicosocial del márketing, de la publicidad y de las relaciones públicas, y su incidencia en el proceso de compra.

-CE6.5. Se han caracterizado los puntos clave en el proceso de poscompra y las oportunidades de fidelización.

-CE6.6. Se han descrito y se han valorado la percepción y la satisfacción de las personas consumidoras mediante los procesos de control de calidad.

*RA7. Caracteriza los criterios del movimiento de defensa de los derechos de la población consumidora («consumerismo») en relación con la sociedad, con el márketing y con la ética.

-CE7.1. Se han caracterizado las peculiaridades de las economías de mercado y sus críticas.

-CE7.2. Se ha identificado el origen del «consumerismo» y su evolución en España.

-CE7.3. Se han realizado estudios para analizar la reacción de las empresas ante esta situación.

-CE7.4. Se ha determinado la respuesta de las empresas y de la sociedad, y se han establecido unos principios éticos.

-CE7.5. Se ha identificado la normativa que protege a la población consumidora en Galicia, en España y en la Unión Europea.

-CE7.6. Se han analizado los derechos y los deberes de las personas consumidoras.

1.3.2. Contenidos básicos.

BC1. Caracterización del márketing turístico.

*Márketing: conceptos y terminología básica.

*Márketing turístico *versus* márketing de servicios.

*Relación del márketing turístico con el sector de la hostelería y el turismo.

*Características de los productos y de los servicios turísticos.

*Evolución de la función del márketing: orientación hacia la población consumidora.

*Enfoque de la dirección del márketing.

*Futuro del márketing.

BC2. Interpretación de la segmentación de mercados turísticos.

*Concepto de la segmentación y su utilidad.

*Requisitos para que la segmentación sea efectiva.

*Variables de segmentación más utilizadas en turismo.

*Aplicación de la segmentación al diseño de la estrategia comercial de las empresas turísticas.

*Tipos de estrategias de cobertura del mercado.

*Posicionamiento en el mercado: conceptos, estrategias y métodos.

*Mapas perceptuales.

*Instrumentos comerciales y compatibilidad de los segmentos.

BC3. Identificación del márketing mix y sus elementos.

*Producto, precio, distribución, promoción y comercialización. Otras variables a tener en cuenta. Definiciones básicas.

*Aplicación y estrategias.

*Producto o servicio: niveles y elementos.

*Servucción.

*Ciclo de vida del producto y de los destinos turísticos.

*Desarrollo y lanzamiento de los nuevos productos turísticos.

*Políticas de marcas en el sector turístico.

*Políticas de precio en el turismo.

*Importancia de estos elementos como instrumento comercial. Condicionantes.

*Métodos de fijación de precios.

*Promoción turística en el mix promocional:

-Publicidad.

-Relaciones públicas.

-Promociones de ventas y *merchandising*: su importancia en el sector turístico.

*Materiales de promoción: etapas de elaboración y función en las empresas turísticas.

*Ferias de turismo, *work shops*, *fam-trips*, *fam-press*, etc.

BC4. Análisis de las nuevas tecnologías aplicadas al márketing turístico.

*Márketing directo en turismo y nuevas tecnologías: concepto, evolución, elementos y principios.

*Márketing en internet.

*Bases de datos.

*Objetivos generales del desarrollo de una base de datos de márketing.

*Legislación sobre la protección de datos.

*Márketing directo.

*Materiales de soporte y de desarrollo de políticas de márketing directo.

*Márketing directo y su expansión.

BC5. Caracterización del plan de márketing.

*Plan de márketing: elementos y finalidad.

*Relaciones con otros ámbitos de la empresa y de las instituciones.

*Análisis y previsiones sobre los factores del entorno.

*Segmentación y público objetivo.

*Planes de acción: estrategias y tácticas.

*Objetivos y cotas de ventas.

*Recursos necesarios para apoyar las estrategias y alcanzar los objetivos.

*Seguimiento y control del márketing.

*Presentación y promoción del plan.

*Auditoría medioambiental del plan.

BC6. Interpretación del proceso de decisión en la persona consumidora.

*Necesidades y motivaciones de la población consumidora.

*Fases del proceso de decisión.

*Poscompra y fidelización.

*Tendencias del consumo en Galicia y en España.

*Nueva población consumidora en el sector turístico.

*Bienestar y tendencias de la calidad de vida en el consumo.

*Herramientas de control de la calidad y de la satisfacción de la clientela: puesta en práctica en empresas del sector turístico.

BC7. Caracterización de los criterios de consumerismo.

*Descripción y análisis de sistemas y conceptos básicos.

*Consumerismo: descripción, concepto y características.

*Evolución en Europa, en España y más concretamente en Galicia.

*Reacción de la empresa y su respuesta.

*Normativa que regula los derechos de la población consumidora en Galicia, en España y en la Unión Europea: legislación genérica y específica.

*Derechos y deberes de las personas consumidoras.

*Reclamaciones en materia de consumo.

1.3.3. Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional tiene como finalidad la adquisición de competencias básicas e iniciales, conceptos y criterios específicos del márketing en el ámbito profesional turístico.

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

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

-Planes de máquetin.

-Tareas de comercialización y comunicación de los productos.

-Aumento del número de visitantes, reservas y ventas.

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

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

-Descripción, variedades y características de la terminología del máquetin, y diferenciación de conceptos.

-Descripción y dotación de la documentación necesaria, aplicación de fases, etc., para la elaboración de un folleto.

-Fases necesarias y pautas para elaborar y para presentar un plan de máquetin.

-Aplicación de las nuevas fórmulas de máquetin adaptadas a las tendencias más actuales.

1.4. Módulo profesional: inglés.

*Equivalencia en créditos ECTS: 7.

*Código: MP0179.

*Duración: 160 horas.

1.4.1. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

*RA1. Reconoce información profesional y cotidiana contenida en discursos orales emitidos por cualquier medio de comunicación en lengua estándar, e interpreta con precisión el contenido del mensaje.

-CE1.1. Se ha identificado la idea principal del mensaje.

-CE1.2. Se ha reconocido la finalidad de mensajes radiofónicos y de otro material grabado o retransmitido pronunciado en lengua estándar, y se ha identificado el estado de ánimo y el tono de la persona hablante.

-CE1.3. Se ha extraído información de grabaciones en lengua estándar relacionadas con la vida social, profesional o académica.

-CE1.4. Se han identificado los puntos de vista y las actitudes de la persona hablante.

-CE1.5. Se han identificado las ideas principales de declaraciones y de mensajes sobre temas concre-

tos y abstractos, en lengua estándar y con un ritmo normal.

-CE1.6. Se ha comprendido con todo detalle lo que se dice en lengua estándar, incluso en un ambiente con ruido de fondo.

-CE1.7. Se han extraído las ideas principales de conferencias, charlas e informes, y de otros modos de presentación académica y profesional lingüísticamente complejos.

-CE1.8. Se ha tomado conciencia de la importancia de comprender globalmente un mensaje, incluso sin entender todos sus elementos.

*RA2. Interpreta información profesional contenida en textos escritos complejos y analiza comprensivamente sus contenidos.

-CE2.1. Se han leído con un alto grado de independencia textos de diverso tipo, adaptando el estilo y la velocidad de la lectura a las finalidades, y se han utilizado fuentes de referencia adecuadas de modo selectivo.

-CE2.2. Se ha interpretado la correspondencia relativa a su especialidad y se ha captado fácilmente el significado esencial.

-CE2.3. Se han interpretado con todo detalle textos extensos y de relativa complejidad relacionados o no con su especialidad, con posibilidad de volver a leer las secciones difíciles.

-CE2.4. Se ha relacionado el texto con el ámbito del sector al que se refiera.

-CE2.5. Se ha identificado con rapidez el contenido y la importancia de noticias, artículos e informes sobre una amplia serie de temas profesionales, y se ha decidido sobre la oportunidad de un análisis más profundo.

-CE2.6. Se han realizado traducciones de textos complejos utilizando material de apoyo, en caso necesario.

-CE2.7. Se han interpretado mensajes técnicos recibidos a través de soportes telemáticos (correo electrónico, fax, etc.).

-CE2.8. Se han interpretado instrucciones extensas y complejas que estén dentro de su especialidad.

*RA3. Emite mensajes orales claros y bien estructurados, y analiza el contenido de la situación, adaptándose al registro lingüístico de la persona interlocutora.

-CE3.1. Se han identificado los registros utilizados para la emisión del mensaje.

-CE3.2. 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.

-CE3.3. Se ha comunicado espontáneamente y se ha adoptado un nivel de formalidad adecuado a las circunstancias.

-CE3.4. Se han utilizado normas de protocolo en presentaciones formales e informales.

-CE3.5. Se ha utilizado correctamente la terminología de la profesión.

-CE3.6. Se han expresado y se han defendido con claridad puntos de vista, y se han aportado explicaciones y argumentos adecuados.

-CE3.7. Se ha descrito y se ha determinado la secuencia de un proceso de trabajo de su competencia.

-CE3.8. Se ha argumentado con todo detalle la elección de una determinada opción o de un procedimiento de trabajo elegido.

-CE3.9. Se ha solicitado la reformulación del discurso o de una parte de él, en caso necesario.

*RA4. Elabora documentos e informes propios del sector y relaciona los recursos lingüísticos con sus propósitos.

-CE4.1. Se han redactado textos claros y detallados sobre una variedad de temas relacionados con su especialidad, para lo que se han sintetizado y se han evaluado las informaciones y los argumentos procedentes de varias fuentes.

-CE4.2. Se ha organizado la información con corrección, precisión, coherencia y cohesión y se ha solicitado o se ha facilitado información general o detallada.

-CE4.3. Se han redactado informes en los que se destacan los aspectos significativos y se ofrecen detalles relevantes que sirven de apoyo.

-CE4.4. Se ha formalizado documentación específica de su campo profesional.

-CE4.5. Se han aplicado las fórmulas establecidas y el vocabulario específico en la cumplimentación de documentos.

-CE4.6. Se han resumido artículos, manuales de instrucciones y otros documentos escritos, y se ha utilizado un vocabulario amplio para evitar la repetición frecuente.

-CE4.7. Se han utilizado las fórmulas de cortesía propias del documento que se elabore.

*RA5. Aplica actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación y describe las relaciones típicas características del país de lengua inglesa.

-CE5.1. Se han definido los rasgos más destacables de las costumbres y de los usos de la comunidad donde se hable la lengua inglesa.

-CE5.2. Se han descrito los protocolos y las normas de relación social propios del país.

-CE5.3. Se han identificado los valores y las creencias de la comunidad donde se hable lengua inglesa.

-CE5.4. Se han identificado los aspectos socioprofesionales propios del sector en cualquier tipo de texto.

-CE5.5. Se han aplicado los protocolos y las normas de relación social del país de lengua inglesa.

-CE5.6. Se han reconocido los marcadores lingüísticos de la procedencia regional.

1.4.2. Contenidos básicos.

BC1. Análisis de mensajes orales.

*Comprensión de mensajes profesionales y cotidianos.

-Mensajes directos, telefónicos, radiofónicos y grabados.

-Terminología específica del sector de agencias de viajes y gestión de eventos.

-Ideas principales y secundarias.

-Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, *phrasal verbs*, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto y verbos modales.

-Otros recursos lingüísticos: acuerdos y desacuerdos, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia.

-Acentos de lengua oral.

BC2. Interpretación de mensajes escritos.

*Comprensión de mensajes, textos y artículos básicos profesionales y cotidianos.

-Soportes telemáticos: fax, correo electrónico y burofax.

-Terminología específica del sector de agencias de viajes y gestión de eventos. *False friends*.

-Ideas principales y secundarias.

-Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, *phrasal verbs*, *I wish* + pasado simple o perfecto, *I wish* + *would*, *If only*; uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto y verbos modales.

-Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad y resultado.

*Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad y simultaneidad.

BC3. Producción de mensajes orales.

*Mensajes orales.

-Registros utilizados en la emisión de mensajes orales.

-Terminología específica del sector de agencias de viajes y gestión de eventos. *False friends*.

-Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, *phrasal verbs*, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto y verbos modales.

-Otros recursos lingüísticos: acuerdos y desacuerdos, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia.

-Fonética. Sonidos y fonemas vocálicos y sus combinaciones. 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.

-Toma, mantenimiento y cesión del turno de palabra.

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

-Entonación como recurso de cohesión del texto oral: uso de los patrones de entonación.

BC4. Emisión de textos escritos.

*Expresión y cumplimentación de mensajes y textos profesionales y cotidianos.

-*Curriculum vitae* y soportes telemáticos: fax, correo electrónico y burofax.

-Terminología específica del sector de agencias de viajes y gestión de eventos.

-Idea principal e ideas secundarias.

-Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, *phrasal verbs*, verbos modales, locuciones, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo y estilo indirecto.

-Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad y resultado.

*Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad y simultaneidad.

*Coherencia textual:

-Adecuación del texto al contexto comunicativo.

-Tipo y formato de texto.

-Variedad de lengua. Registro.

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

-Inicio del discurso e introducción del tema. Desarrollo y expansión.

-Ejemplificación.

-Conclusión y/o resumen del discurso.

-Uso de los signos de puntuación.

BC5. Identificación e interpretación de los elementos culturales más significativos de los países de lengua 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 socio-profesional a fin de proyectar una buena imagen de la empresa.

*Reconocimiento de la lengua inglesa 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.

1.4.3. Orientaciones pedagógicas.

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

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

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

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

-Descripción, análisis y aplicación de los procesos de comunicación, utilizando el inglés.

-Caracterización de los procesos incluidos en las actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos, en inglés.

-Procesos de calidad en la empresa, su evaluación, así como la identificación y la formalización de documentos asociados a las actividades de las agencias de viajes y la gestión de eventos, en inglés.

-Identificación, análisis y procedimientos de actuación ante situaciones imprevistas (quejas, reclamaciones, etc.), en inglés.

1.5. Módulo profesional: segunda lengua extranjera.

*Equivalencia en créditos ECTS: 7.

*Código: MP0180.

*Duración: 157 horas.

1.5.1. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

*RA1. Reconoce información cotidiana y profesional específica contenida en discursos orales claros y sencillos emitidos en lengua estándar, e identifica el contenido global del mensaje.

-CE1.1. Se ha situado el mensaje en su contexto profesional.

-CE1.2. Se ha captado la idea principal del mensaje.

-CE1.3. Se ha identificado la información específica contenida en el mensaje.

-CE1.4. Se ha identificado la actitud y la intención de la persona interlocutora.

-CE1.5. Se han extraído las ideas principales de un mensaje emitido por un medio de comunicación.

-CE1.6. Se ha identificado el hilo argumental de una situación comunicativa presenciada.

-CE1.7. Se han determinado los papeles que aparecen en una secuencia presenciada.

*RA2. Interpreta información profesional escrita contenida en textos sencillos y analiza comprensivamente sus contenidos.

-CE2.1. Se ha hecho una lectura comprensiva de textos específicos de su ámbito profesional.

-CE2.2. Se ha identificado con precisión la terminología utilizada.

-CE2.3. Se ha extraído la información más destacable de un texto relativo a su profesión.

-CE2.4. Se han realizado traducciones directas e inversas de textos específicos sencillos, y se han utilizado materiales de consulta y diccionarios técnicos.

-CE2.5. Se ha interpretado el mensaje recibido a través de soportes telemáticos (correo electrónico, fax, etc.).

-CE2.6. Se ha relacionado el texto con el ámbito del sector al que se refiera.

-CE2.7. Se han leído con cierto grado de independencia textos de diversos tipos, adaptando el estilo y la velocidad de lectura, aunque pueda presentar alguna dificultad, con modismos poco frecuentes.

*RA3. Emite mensajes orales sencillos, claros y bien estructurados, y relaciona el propósito del mensaje con las estructuras lingüísticas adquiridas.

-CE3.1. Se ha comunicado utilizando fórmulas sencillas, nexos y estrategias de interacción.

-CE3.2. Se ha utilizado correctamente la terminología de la profesión.

-CE3.3. Se han manifestado preferencias laborales en el sector profesional.

-CE3.4. Se ha descrito con relativa fluidez su entorno profesional más próximo.

-CE3.5. Se ha establecido la secuencia de las actividades propias de un proceso productivo del sector profesional.

-CE3.6. Se han realizado con claridad presentaciones breves y preparadas sobre un tema dentro de la especialidad.

-CE3.7. Se han utilizado normas de protocolo en presentaciones adaptadas a su nivel.

-CE3.8. Se ha respondido a preguntas breves complementarias relativas a la profesión.

-CE3.9. Se ha intercambiado información específica con fluidez, utilizando frases de estructura sencilla.

*RA4. Elabora textos sencillos y relaciona las reglas gramaticales con su propósito.

-CE4.1. Se ha formalizado información básica requerida en distintos tipos de documentos.

-CE4.2. Se ha elaborado una solicitud de empleo a partir de una oferta de trabajo dada.

-CE4.3. Se ha redactado un breve currículum.

-CE4.4. Se ha formalizado un texto dado con apoyos visuales y claves lingüísticas aportadas.

-CE4.5. Se ha elaborado un pequeño informe con un propósito comunicativo específico.

-CE4.6. Se ha redactado una carta comercial a partir de instrucciones detalladas y modelos dados.

-CE4.7. Se han realizado resúmenes breves de textos sencillos relacionados con su entorno profesional.

*RA5. Aplica actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación y describe las relaciones típicas características de los países de lengua extranjera.

-CE5.1. Se han definido los rasgos más significativos de las costumbres y de los usos de la comunidad donde se hable la lengua extranjera.

-CE5.2. Se han descrito los protocolos y las normas de relación social propias de los países de la lengua extranjera.

-CE5.3. Se han identificado los valores y las creencias de la comunidad en donde se hable la lengua extranjera.

-CE5.4. Se han identificado en cualquier tipo de texto los aspectos socioprofesionales propios del sector.

-CE5.5. Se han aplicado los protocolos y las normas de relación social de los países de lengua extranjera.

-CE5.6. Se han reconocido los marcadores lingüísticos de la procedencia regional.

1.5.2. Contenidos.

BC1. Comprensión de mensajes orales.

*Reconocimiento de mensajes profesionales del sector y cotidianos.

*Mensajes directos, telefónicos, radiofónicos y grabados. Distinción entre datos y opiniones, e identificación de la intención de la persona hablante.

*Terminología específica del sector.

*Ideas principales y secundarias.

*Recursos lingüísticos: estructuras y funciones.

*Discriminación de las principales oposiciones fonológicas.

*Diferenciación entre fonemas vocálicos orales y nasales.

BC2. Interpretación de mensajes escritos.

*Comprensión de mensajes, textos y artículos profesionales del sector y cotidianos.

*Terminología específica del sector turístico.

*Ideas principales e ideas secundarias.

*Recursos gramaticales.

*Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad y resultado.

*Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad y simultaneidad.

*Interpretación de un documento profesional en la lengua extranjera: ofertas y demandas de empleo, currículos, modelos de cartas, cuestionarios, facturas, manuales, etc.

*Características específicas de documentos profesionales recibidos por medios telemáticos.

BC3. Producción de mensajes orales.

*Terminología específica del sector turístico.

*Registros utilizados en la emisión de mensajes orales. Preferencias por el registro formal en el ámbito socioprofesional.

*Expresión fónica, entonación y ritmo.

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

*Bienvenida y recepción de la clientela. Despedida.

*Uso del discurso indirecto. Transmisión de un aviso.

*Propuesta de actividades e informaciones varias.

*Respuesta afirmativa o negativa atenuada a una petición.

*Particularidades de la conversación telefónica.

*Resolución de problemas con la clientela. Interrogación.

*Mantenimiento y seguimiento del discurso oral.

*Toma, mantenimiento y cesión del turno de palabra.

*Apoyo, demostración de entendimiento y petición de aclaración.

*Entonación como recurso de cohesión del texto oral: uso de los patrones de entonación.

*Conectores lingüísticos.

*Lenguaje no verbal (código gestual).

BC4. Emisión de textos escritos.

*Expresión y cumplimentación de documentos y textos profesionales del sector y cotidianos.

*Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad y resultado.

*Nexos.

*Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad y simultaneidad.

*Uso de la descripción como recurso lingüístico.

*Lenguaje específico de internet en la lengua extranjera.

*Formalización de un documento profesional en la lengua extranjera: ofertas y demandas de empleo, currículos, modelos de cartas, cuestionarios, facturas, manuales, etc.

*Coherencia textual.

BC5. Identificación e interpretación de los elementos culturales más destacables de los países de la lengua extranjera.

*Valoración de las normas socioculturales y protocolarias en las relaciones internacionales.

*Uso de los recursos formales y funcionales en situaciones que requieran un comportamiento socio-profesional, 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 y la intención de las personas interlocutoras.

1.5.3. Orientaciones pedagógicas.

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

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

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

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

-Descripción, análisis y aplicación de los procesos de comunicación utilizando la lengua extranjera.

-Caracterización en la lengua extranjera de los procesos incluidos en las actividades de las agencias de viajes y la gestión de eventos.

-Evaluación e identificación de procesos de calidad en la empresa, y elaboración en la lengua extranjera de documentos asociados a las agencias de viajes y la gestión de eventos.

-Identificación, análisis y procedimientos de actuación en la lengua extranjera ante situaciones imprevisibles (quejas, reclamaciones, etc.).

1.6. Módulo profesional: destinos turísticos.

*Equivalencia en créditos ECTS: 12.

*Código: MP0383.

*Duración: 213 horas.

1.6.1. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

*RA1. Identifica la geografía turística de España, en la que distingue su división administrativa y los aspectos más relevantes de su relieve, de su hidrografía y de su clima.

-CE1.1. Se ha identificado el concepto de geografía turística y su importancia para el conocimiento integral de los destinos.

-CE1.2. Se ha identificado la organización territorial y administrativa de España y se han distinguido las comunidades autónomas, las provincias y las comarcas más representativas y los ayuntamientos turísticos más destacables, así como su localización geográfica.

-CE1.3. Se han identificado y se han descrito las características, las unidades físicas y los accidentes geográficos en el relieve de España.

-CE1.4. Se han identificado los principales elementos característicos de la hidrografía y del litoral.

-CE1.5. Se han identificado y se han descrito los paisajes característicos y la vegetación autóctona, así como los principales espacios naturales protegidos.

-CE1.6. Se han identificado y se han descrito las características generales del clima de España.

-CE1.7. Se ha analizado la distribución de la población en España.

-CE1.8. Se han identificado los principales elementos característicos de las culturas y de los pueblos de España.

-CE1.9. Se ha valorado la pluralidad de lenguas, culturas, costumbres, ritos y creencias de las comunidades autónomas españolas.

-CE1.10. Se han identificado los materiales y las fuentes para el estudio de los destinos turísticos.

*RA2. Identifica la geografía turística de Galicia, en la que distingue su división administrativa y sus principales trazados físicos y climáticos.

-CE2.1. Se ha identificado la organización territorial y administrativa de Galicia y se han distinguido sus comarcas más representativas y los ayuntamientos turísticos más destacables, así como su localización geográfica.

-CE2.2. Se han identificado y se han descrito las características, las unidades físicas y los accidentes geográficos más relevantes en el relieve de Galicia.

-CE2.3. Se han identificado los principales elementos característicos de la hidrografía y del litoral.

-CE2.4. Se han identificado y se han descrito los paisajes característicos y la vegetación autóctona, así como los principales espacios naturales protegidos.

-CE2.5. Se han identificado y se han descrito las características generales del clima de Galicia.

-CE2.6. Se ha analizado la distribución de la población en Galicia.

-CE2.7. Se han identificado los materiales y las fuentes para el estudio de los destinos turísticos.

*RA3. Identifica los principales elementos de la geografía turística de Europa y del resto del mundo, y reconoce la división política de los continentes y sus estados, así como el relieve, la hidrografía y el clima.

-CE3.1. 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.

-CE3.2. Se han identificado y se han localizado las regiones y las subregiones turísticas de la OMT.

-CE3.3. Se ha analizado la organización política y territorial de Europa.

-CE3.4. Se han identificado las principales unidades físicas de Europa.

-CE3.5. Se han distinguido y se han localizado geográficamente los países comunitarios y los no comunitarios, así como los territorios dependientes de dentro y fuera de Europa.

-CE3.6. Se han descrito los elementos y las características más relevantes y representativas del relieve, la hidrografía y el litoral europeos.

-CE3.7. Se han descrito las unidades físicas, los paisajes y la vegetación más destacables, así como los principales espacios naturales protegidos y las características generales del clima europeo.

-CE3.8. Se han descrito las características más destacables del relieve, la hidrografía, la vegetación, el clima y la diversidad cultural del resto de regiones y subregiones del mundo.

-CE3.9. Se han analizado las características más sobresalientes de las culturas y de los pueblos de Europa.

-CE3.10. Se ha valorado la pluralidad de lenguas, culturas, costumbres, ritos y creencias de Europa.

*RA4. Identifica los principales destinos turísticos de España y describe y valora sus recursos y su oferta turística.

-CE4.1. Se han localizado geográficamente destinos turísticos.

-CE4.2. Se han caracterizado los destinos turísticos españoles atendiendo a su especialización turística.

-CE4.3. Se ha reconocido la oferta turística más relevante en cada tipo de destinos.

-CE4.4. Se han identificado en los destinos los recursos culturales, naturales y de otro tipo.

-CE4.5. Se han seleccionado los destinos más destacables atendiendo a factores comerciales, por la tendencia o promocionales.

-CE4.6. Se ha identificado la coincidencia de tipologías turísticas en un mismo destino.

-CE4.7. Se han utilizado diversas fuentes de información.

*RA5. Identifica los principales destinos turísticos de Galicia y describe y valora sus recursos y su oferta turística.

-CE5.1. Se han localizado geográficamente los principales destinos turísticos de Galicia.

-CE5.2. Se han reconocido los rasgos diferenciales de la oferta turística de Galicia.

-CE5.3. Se han caracterizado los destinos turísticos gallegos atendiendo a su especialización turística.

-CE5.4. Se han identificado en los destinos los recursos culturales, naturales y de otro tipo.

-CE5.5. Se han seleccionado los destinos más relevantes atendiendo a factores de mercado.

-CE5.6. Se han utilizado diversas fuentes de información.

*RA6. Identifica los principales destinos turísticos de Europa y del resto del mundo, y describe y valora sus recursos y su oferta turística.

-CE6.1. Se han localizado los principales destinos turísticos internacionales.

-CE6.2. Se han caracterizado los destinos turísticos internacionales atendiendo a su especialización turística.

-CE6.3. Se ha reconocido la oferta turística más destacable en cada tipo de destino internacional.

-CE6.4. Se han identificado en los destinos internacionales los recursos culturales, naturales y de otro tipo.

-CE6.5. Se han seleccionado los destinos más relevantes atendiendo a factores comerciales, por la tendencia o promocionales.

-CE6.6. Se ha identificado la coincidencia de tipologías turísticas en un mismo destino.

-CE6.7. Se han utilizado diversas fuentes de información.

1.6.2. Contenidos básicos.

BC1. Identificación de la geografía turística de España.

*Concepto de geografía turística: identificación.

*Organización territorial y administrativa: concepto e identificación de autonomía, región, provincia, comarca y ayuntamiento.

*Relieve: características y unidades físicas.

*Hidrografía y el litoral. Denominación turística de las costas.

*Vegetación, paisajes característicos y espacios naturales.

*Demografía: distribución de la población.

*Respeto por las creencias, las lenguas y los elementos diferenciales de las comunidades autónomas.

*Aplicaciones informáticas y otras fuentes para el estudio de la geografía turística.

BC2. Identificación de la geografía turística de Galicia.

*Organización territorial y administrativa: concepto de comarca y su identificación en Galicia.

*Relieve: características y unidades físicas de Galicia.

*Hidrografía y el litoral de Galicia.

*Vegetación, paisajes característicos y espacios naturales protegidos de Galicia.

*El clima gallego.

*Demografía: distribución de la población en Galicia.

*Aplicaciones informáticas y otras fuentes para el estudio de la geografía turística de Galicia.

BC3. Identificación de la geografía turística de Europa y del resto del mundo.

*Organización Internacional del Turismo (OMT): concepto y funciones. Regiones y subregiones.

*Organización política y territorial de Europa: países comunitarios y no comunitarios, y sus territorios dependientes dentro y fuera de Europa.

*Unidades físicas europeas: relieve, hidrografía y litoral.

*Vegetación, paisaje, espacios naturales y climas europeos.

*Diversidad cultural europea: culturas, pueblos y lenguas.

*Geografía turística del resto del mundo: rasgos distintivos del relieve, la hidrografía, la vegetación, el clima y la diversidad cultural de las regiones y de las subregiones de la OMT (excepto Europa).

*Actitud de respeto por las razas, las creencias y los elementos diferenciadores de estos países.

BC4. Identificación de los principales destinos turísticos de España.

*Destinos españoles de sol y playa: centros turísticos litorales peninsulares e insulares.

*Destinos culturales: rutas culturales, enología, fiestas, ritos y costumbres.

*Destinos urbanos: oferta turística en las ciudades; ayuntamientos turísticos; congresos, negocios, reuniones e incentivos.

*Destinos rurales y de naturaleza.

*Destinos de espacios lúdicos y de ocio.

*Destinos deportivos (de golf, náuticos, ecuestres, de aventuras y de nieve), de salud y de belleza.

*Grandes eventos en los destinos.

BC5. Identificación de los principales destinos turísticos de Galicia.

*Destinos turísticos del litoral.

*El Camino de Santiago.

*Destinos urbanos: principales ciudades y villas turísticas de Galicia.

*Destinos de espacios lúdicos y de ocio: destinos asociados a fiestas de interés turístico.

*Destinos asociados a ofertas turísticas específicas: termalismo, golf, turismo náutico, congresos y convenciones, cruceros, turismo activo, etc.

BC6. Identificación de los principales destinos turísticos de Europa y del resto del mundo.

*Destinos de sol y playa: centros turísticos litorales continentales e insulares.

*Destinos culturales: rutas culturales; Patrimonio de la Humanidad; gastronomía y enología; fiestas, ritos y costumbres.

*Destinos urbanos: oferta turística en las ciudades (negocios, reuniones, congresos e incentivos).

*Destinos rurales y de naturaleza.

*Destinos de espacios lúdicos y de ocio.

*Destinos deportivos (de golf, náuticos, ecuestres, de aventuras y de nieve), de salud y de belleza.

*Grandes eventos en los destinos.

1.6.3. Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional es de soporte y contiene formación necesaria para desempeñar la función de información y asesoramiento.

Las funciones de asesoramiento e información turística incluyen aspectos como:

-Recopilación y análisis de información sobre recursos y oferta de los destinos turísticos antes del inicio del viaje.

-Información y asesoramiento a turistas en visitas y viajes.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en el servicio de asistencia y guía en viajes y en destino.

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

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

-Análisis de la especialización de diferentes tipos de destinos turísticos.

-Descripción de los elementos más característicos del medio físico de los destinos, desde el enfoque de la geografía turística.

-Identificación de los destinos turísticos más relevantes, con análisis de su oferta, sus recursos y sus características más sobresalientes.

-Aplicación específica de los tres puntos anteriores a la Comunidad Autónoma de Galicia.

-Actualización continua de la información para la selección de los destinos más relevantes del mercado turístico.

-Uso de una metodología activa y motivadora que implique la participación del alumno como agente activo del proceso de enseñanza y aprendizaje.

-Uso de TIC y de recursos bibliográficos y audiovisuales en el aula.

1.7. Módulo profesional: recursos turísticos.

*Equivalencia en créditos ECTS: 10.

*Código: MP0384.

*Duración: 187 horas.

1.7.1. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

*RA1. Identifica los recursos turísticos del territorio y analiza su tipología, sus características y la normativa de protección.

-CE1.1. Se han detectado los recursos turísticos más destacados de cada comunidad autónoma.

-CE1.2. Se han detectado los recursos turísticos de Galicia.

-CE1.3. Se han clasificado atendiendo a la tipología y con arreglo a la legislación.

-CE1.4. Se ha determinado y se ha explicado el tipo de recurso, atendiendo a sus peculiaridades y a su singularidad.

-CE1.5. Se han diseñado bases de datos de recursos turísticos por áreas o zonas que reflejen la tipología de los espacios turísticos en relación con los recursos de la zona.

-CE1.6. Se ha definido la protección legal e institucional para cada recurso.

-CE1.7. Se han reconocido los organismos y las instituciones para la tutela de los recursos.

-CE1.8. Se ha definido el proceso de petición para solicitar la declaración de un recurso en relación a su tipología y a sus características.

-CE1.9. Se han reunido los documentos necesarios para solicitar adecuadamente la catalogación de bienes o recursos.

*RA2. Interpreta los conceptos básicos del arte y caracteriza el patrimonio artístico de España.

-CE2.1. Se han identificado los aspectos básicos del arte universal.

-CE2.2. Se han detectado las principales manifestaciones artísticas españolas.

-CE2.3. Se han reconocido prototipos artísticos que constituyen los modelos universales y españoles.

-CE2.4. Se han discriminado las características técnicas y culturales de cada estilo.

-CE2.5. Se han identificado las principales líneas conceptuales de la pintura, la escultura y la arquitectura que fundamentan una cultura.

-CE2.6. Se han reconocido los centros culturales de interés con actividad turística.

-CE2.7. Se han interpretado y se han analizado obras de arte de diferentes tipos.

*RA3. Identifica el patrimonio sociocultural de España y analiza su diversidad.

-CE3.1. Se han identificado los objetivos y los elementos clave para clasificar la tipología del patrimonio histórico y cultural.

-CE3.2. Se han elaborado fichas de identificación y descripción de los recursos para clasificar su tipología y su importancia.

-CE3.3. Se han identificado las ciudades españolas Patrimonio de la Humanidad, así como otros bienes inscritos en la lista de Patrimonio Mundial como bienes de interés cultural (BIC), y otro tipo de bienes clasificados.

-CE3.4. Se han diseñado fórmulas para clasificar e interpretar otro tipo de recursos: gastronomía, museos, etnografía, etnología y tradiciones.

-CE3.5. Se han clasificado las fiestas tradicionales y se han diferenciado las de interés turístico internacional y estatal, y las que se celebren en las comunidades autónomas.

-CE3.6. Se han identificado los principales museos y centros culturales españoles, así como sus contenidos genéricos.

-CE3.7. Se ha reconocido el patrimonio sociocultural más representativo de cada período histórico de Galicia.

-CE3.8. Se han identificado los BIC más representativos de Galicia.

*RA4. Analiza, caracteriza e interpreta el patrimonio natural y paisajístico de España como recurso turístico.

-CE4.1. Se han identificado los objetivos y los elementos clave para clasificar los tipos de recursos naturales y paisajísticos.

-CE4.2. Se han clasificado los tipos de espacios naturales protegidos y no protegidos (litoral, montaña, humedales, etc.).

-CE4.3. Se han definido las características de la clasificación legal existente.

-CE4.4. Se han propuesto métodos para sensibilizar a las personas visitantes y prevenir conflictos en la relación entre turismo y naturaleza.

-CE4.5. Se han utilizado los sistemas de información geográfica como herramienta de planificación y uso turístico de los recursos naturales.

-CE4.6. Se ha definido la protección legal e institucional del patrimonio natural: organismos e instituciones en la tutela del patrimonio, acuerdos y convenios internacionales, y normativa de la Unión Europea.

*RA5. Interpreta globalmente el patrimonio artístico, sociocultural e histórico, y analiza las estrategias necesarias para su aplicación como recurso turístico.

-CE5.1. Se han identificado las funciones y el valor de la interpretación del patrimonio y de los recursos turísticos.

-CE5.2. Se han identificado las fases de una planificación interpretativa.

-CE5.3. Se han establecido los métodos más adecuados para llevar a cabo la interpretación.

-CE5.4. Se han caracterizado los sistemas de interpretación en función del tipo de recurso que se explique o sobre el que se intervenga.

-CE5.5. Se ha realizado la planificación interpretativa, según el nivel de actuación y en función de las fases.

-CE5.6. Se han descrito las formas de llevar a cabo una interpretación de recursos: itinerarios autoguiados, publicaciones interpretativas, señales y carteles,

exhibiciones, medios audiovisuales y centros de visitantes.

-CE5.7. Se han definido los métodos de evaluación y control en la interpretación.

-CE5.8. Se han diseñado los correspondientes cuestionarios de satisfacción.

1.7.2. Contenidos básicos.

BC1. Identificación de los recursos turísticos del territorio.

*Recursos turísticos: clasificación.

*Características de los recursos según su tipología.

*Legislación relativa a los recursos turísticos y su aplicación.

*Normativa de ámbito comunitario, estatal y autonómico referente a los recursos turísticos, a su protección, a su mantenimiento y a su reconocimiento.

BC2. Interpretación de los conceptos básicos del arte.

*Conceptos básicos de pintura, escultura y arquitectura.

*Otras manifestaciones artísticas.

*Movimientos y estilos artísticos en pintura, escultura, arquitectura y otras manifestaciones artísticas de España, haciendo especial referencia al ámbito local gallego: prehistoria; primeras culturas; arte romano, visigodo, islámico, mudéjar y mozárabe, prerrománico, románico, gótico, renacentista, barroco, neoclásico, modernista, de vanguardia y contemporánea.

*Análisis e interpretación básica de una obra de arte.

BC3. 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 y categorías en la lista de Patrimonio de la Humanidad; gestión de una candidatura; órganos; bienes españoles incluidos en la lista de Patrimonio de la Humanidad.

*Patrimonio Europeo: concepto y finalidad; bienes españoles declarados.

*Museos y otros centros culturales.

*Fiestas y declaraciones de interés turístico autonómico, estatal e internacional: normativa.

*Gastronomía de España: elaboraciones y productos tradicionales. Normativa.

*Enología de España: zonas vinícolas y denominaciones de origen.

*Etnografía y artesanía: productos propios de cada zona y su tipología.

*Descripción y contenido del patrimonio inmaterial: música popular, danza, tradiciones y otras expresiones culturales.

*Identificación y análisis del patrimonio histórico-artístico y sociocultural de Galicia: BIC, Patrimonio de la Humanidad, museos, fiestas, gastronomía y enología, etnografía y artesanía, patrimonio inmaterial, y arquitectura civil, religiosa y militar.

BC4. Patrimonio natural y paisajístico.

*Concepto de recursos naturales y paisajísticos.

*Normativa estatal y autonómica.

*Espacios naturales protegidos españoles y su normativa: parques nacionales, parques naturales etc. Flora y fauna más destacadas.

*Programas europeos y estatales, y otras ayudas destinadas al aprovechamiento turístico de estos bienes.

*Nuevas tecnologías para detectar y localizar los espacios: programas de cartografía etc. Utilización.

*Medidas para mantener el medio. Turismo y sostenibilidad.

BC5. Interpretación global del patrimonio histórico, artístico y sociocultural.

*Fundamento de la interpretación del patrimonio aplicado a los recursos.

*Procesos de la planificación interpretativa: métodos y soportes.

*Sugerencias para la interpretación: casos prácticos.

*Diseño de los métodos de evaluación y control de los sistemas de interpretación.

1.7.3. 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 y el ámbito natural dentro de la oferta turística de cada zona.

Este módulo incluye aspectos como:

-Comercialización de turismo especializado en el recurso que les proporcione valor añadido a los destinos.

-Aprovechamiento de la zona para favorecer el posible desarrollo turístico.

-Potenciación de la cultura y de las tradiciones.

-Mantenimiento y conservación del patrimonio.

-Mejora de los niveles de ingresos en las zonas turísticas en desarrollo o sin consolidar, así como en aquellas que ya son destinos maduros.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

-Actividades de guía de turismo, tanto en destinos como en rutas.

-Oficinas de información turística.

-Actividades de promoción turística local de cualquier índole.

-Aspecto de asesoramiento en venta de productos y servicios turísticos.

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

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

-Aplicación de las nuevas tecnologías y aplicaciones ofimáticas para detectar y analizar los recursos.

-Conocimiento de la legislación aplicable.

-Investigación sobre las nuevas fórmulas de ofrecer y acercar el legado cultural y patrimonial a las personas visitantes, con la realización de trabajos de campo.

-Visitas guiadas a puntos de interés turístico por su patrimonio cultural o natural.

Se recomienda seguir la secuencia propuesta en los resultados de aprendizaje y en el desglose de contenidos relacionados con ellos, para garantizar la visión global y la perspectiva general del módulo.

1.8. Módulo profesional: gestión de productos turísticos.

*Equivalencia en créditos ECTS: 6.

*Código: MP0397.

*Duración: 105 horas.

1.8.1. Unidad formativa 1: gestión de viajes combinados.

*Código: MP0397_12.

*Duración: 55 horas.

1.8.1.1. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

*RA1. Analiza viajes combinados, de los que identifica su mercado y los elementos que los caracterizan.

-CE1.1. Se han definido y se han clasificado los viajes combinados atendiendo a diferentes parámetros.

-CE1.2. Se han caracterizado las diferencias entre los viajes combinados a la oferta y a la demanda.

-CE1.3. Se ha reconocido y se ha analizado la normativa aplicable a los viajes combinados.

-CE1.4. Se han descrito los servicios turísticos principales y accesorios que conforman los viajes combinados.

-CE1.5. Se han identificado y se han descrito los elementos, los contenidos y las cláusulas que deben contener los programas y los contratos de viajes combinados.

-CE1.6. Se ha caracterizado la tipología y se han definido las funciones de los intermediarios de transporte y alojamiento, y las relaciones profesionales que se establecen con los organizadores de viajes combinados.

-CE1.7. Se han reconocido las relaciones profesionales, económicas y contractuales que se establecen entre los organizadores de viajes, las agencias minoristas y los prestatarios de los servicios.

-CE1.8. Se han analizado las condiciones para la elección de los proveedores de servicios.

-CE1.9. Se han caracterizado las condiciones de los acuerdos o convenios entre prestatario del servicio y organizador.

-CE1.10. Se han descrito y se han analizado las funciones que deben desempeñar las agencias receptoras y los correspondientes.

-CE1.11. Se ha analizado el mercado de viajes combinados, las tendencias actuales y las previsiones de este tipo de producto turístico.

*RA2. Diseña y cotiza viajes combinados aplicando la metodología adecuada en cada proceso, para lo que analiza la información.

-CE2.1. Se ha diferenciado la metodología de diseño y cotización de viajes combinados atendiendo a su tipología, a la oferta o a la demanda.

-CE2.2. Se han aplicado técnicas de investigación de mercado previas al diseño de viajes combinados.

-CE2.3. Se ha justificado la selección de los componentes principales y accesorios de los viajes combinados.

-CE2.4. Se han definido las condiciones y los acuerdos de la negociación con proveedores en base a diferentes criterios.

-CE2.5. Se han analizado las tarifas, los impuestos, las tasas y otras condiciones especiales que se les aplican a los servicios de transporte, alojamiento y de otra índole en los viajes combinados.

-CE2.6. Se ha aplicado la metodología para la cotización de los servicios y el cálculo de costes, descuentos, comisiones, márgenes de beneficio, umbrales de rentabilidad, impuestos y precio de venta.

-CE2.7. Se han cumplimentado los documentos relativos al diseño y a la cotización de los viajes combinados.

-CE2.8. Se han utilizado aplicaciones informáticas específicas para la búsqueda de información, el diseño y la cotización de viajes combinados.

-CE2.9. Se han tenido en cuenta los aspectos relacionados con la atención a la clientela y la gestión de la calidad.

*RA3. Coordina los viajes combinados con los prestatarios de los servicios utilizando sistemas globales de distribución.

-CE3.1. Se ha diferenciado la metodología de coordinación y operativa de viajes combinados atendiendo a su tipología, a la oferta o a la demanda.

-CE3.2. Se han identificado y se han definido las fases y los procesos de la operación y reserva de los viajes combinados.

-CE3.3. Se han reconocido las operaciones de reservas de transporte, alojamiento y otros servicios complementarios.

-CE3.4. Se ha determinado la coordinación de la prestación del servicio con los proveedores.

-CE3.5. Se ha caracterizado y se ha analizado la documentación requerida para la prestación de los servicios.

-CE3.6. Se han utilizado aplicaciones informáticas para la gestión y la reserva de servicios.

1.8.1.2. Contenidos básicos.

BC1. Análisis de los viajes combinados.

*Viajes combinados: tipología y normativa. Viajes combinados a la oferta y a la demanda.

*Elementos de los viajes combinados.

*Programa y contrato de viajes combinados.

*Intermediarios: tipología, funciones y relaciones con los organizadores de viajes combinados.

*Relaciones profesionales entre organizador, agencias minoristas y proveedores de servicios. Convenios de colaboración y términos de retribución.

*Agencias receptoras y sus corresponsales.

*Mercado de viajes combinados.

BC2. Diseño y cotización de viajes combinados.

*Aplicación de técnicas de investigación de mercado.

*Diseño y cotización de viajes combinados en función de su tipología a la oferta o a la demanda.

*Diseño del viaje combinado: componentes, fases y secuencia.

*Selección de proveedores: criterios de negociación.

*Cotización de los servicios.

-Componentes del precio.

-Tarifas y condiciones especiales, descuentos, gratuidades, etc.

-Impuestos y tasas.

-Costes. Margen de beneficio y umbral de rentabilidad.

-Cálculo del precio de venta final.

*Documentación derivada del diseño y de la cotización de viajes combinados.

*Calidad en los viajes combinados.

*Aplicaciones informáticas.

BC3. Coordinación de viajes combinados con los prestatarios de los servicios.

*Aplicaciones informáticas específicas de gestión y reserva de servicios turísticos.

*Coordinación y operativa de viajes combinados.

*Operación y reserva de los viajes combinados en función de su tipología a la oferta o a la demanda. Procesos.

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

*Coordinación con las agencias receptoras.

*Documentación: tipología, finalidad y emisión.

1.8.2. Unidad formativa 2: gestión de eventos.

*Código: MP0397_22.

*Duración: 50 horas.

1.8.2.1. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

*RA1. Identifica el mercado de eventos, para lo que analiza su tipología y los servicios más característicos.

-CE1.1. Se ha descrito y se ha caracterizado la tipología de actos y eventos.

-CE1.2. Se ha analizado la oferta turística necesaria para el desarrollo de eventos.

-CE1.3. Se ha identificado la oferta turística gallega relacionada con el mercado de eventos.

-CE1.4. Se han enumerado y se han caracterizado diferentes tipos de servicios y espacios que se suelen requerir en los eventos.

-CE1.5. Se ha identificado y se ha analizado la tipología y las funciones de los organismos y de las empresas públicas y privadas relacionadas con la captación de eventos.

-CE1.6. Se ha descrito la función de los patrocinadores y de las entidades colaboradoras en la celebración de eventos.

-CE1.7. Se ha analizado el mercado actual de eventos y su previsible evolución.

-CE1.8. Se ha analizado el impacto económico y social de los eventos en los destinos especializados.

-CE1.9. Se han aplicado diversos sistemas informáticos para la búsqueda de información.

*RA2. Organiza diversos tipos de eventos y establece las características de su planificación, su programación y su dirección.

-CE2.1. Se ha caracterizado la metodología para elaborar proyectos de eventos.

-CE2.2. Se han definido las funciones de la organización contratante y del organizador del evento.

-CE2.3. Se han previsto los recursos humanos, los equipos técnicos y el material necesario en función del tipo de evento.

-CE2.4. Se han seleccionado proveedores de servicios y personal en función del acto que se organice.

-CE2.5. Se han elaborado presupuestos desglosados por servicios y se ha calculado el precio, los costes y el margen de beneficio.

-CE2.6. Se han coordinado los servicios con los proveedores, con el personal de asistencia y con la clientela.

-CE2.7. Se han tenido en cuenta las medidas de seguridad previstas en casos de emergencias en espacios y locales cerrados.

-CE2.8. Se han seguido los protocolos de gestión documental.

-CE2.9. Se han tenido en cuenta los aspectos relacionados con la atención a la clientela y la gestión de la calidad.

-CE2.10. Se ha elaborado un programa técnico del evento.

*RA3. Supervisa eventos de diversos tipos, en los que coordina y controla el desarrollo de la prestación de los servicios.

-CE3.1. Se han coordinado los recursos humanos durante el evento, asignando funciones y ubicación.

-CE3.2. Se ha supervisado la localización y la disposición de los equipos, el mobiliario y otros elementos.

-CE3.3. Se ha supervisado el funcionamiento de los equipos técnicos.

-CE3.4. Se ha gestionado la documentación del evento: carpetas, credenciales, etc.

-CE3.5. Se han reconocido normas de protocolo referidas a las personas asistentes, a las instalaciones y a los objetos usados para este fin.

-CE3.6. Se han definido y se han caracterizado los soportes publicitarios y su ubicación durante el desarrollo del evento.

-CE3.7. Se han identificado los procedimientos de atención a la clientela en la acogida, durante el evento y a su conclusión.

-CE3.8. Se han tenido en cuenta las actitudes propias del personal de asistencia en este tipo de actos.

-CE3.9. Se ha aplicado el procedimiento para elaborar la factura del servicio y para el pago a proveedores y a personal contratado.

-CE3.10. Se han tenido en cuenta los aspectos relacionados con la atención a la clientela y la gestión de la calidad.

-CE3.11. Se ha realizado el seguimiento del evento tras su finalización.

1.8.2.2. Contenidos básicos.

BC1. Identificación del mercado de eventos.

*Eventos: concepto, tipología y función.

*Oferta turística necesaria para el desarrollo de eventos.

*Oferta turística gallega para el desarrollo de eventos.

*Servicios demandados según la tipología de eventos.

*Captación de eventos: organismos y empresas públicas y privadas intervinientes.

*Patrocinadores y entidades colaboradoras.

*Mercado actual y evolución previsible del sector. Impacto económico y social en los destinos.

*Aplicaciones informáticas de información.

BC2. Organización de eventos.

*Proyecto: fases y metodología para su desarrollo.

*Recursos humanos, técnicos y materiales para la organización de eventos.

*Cumplimentación de la documentación.

*Cálculo de costes: presupuestos, valoración y margen de beneficios.

*Coordinación entre la clientela y la organización del evento.

*Plan de seguridad.

*Gestión de la documentación del evento.

*Aplicaciones informáticas de gestión de eventos.

*Programas técnicos para gestión de eventos.

BC3. Supervisión de eventos.

*Coordinación y control durante el evento.

-Personal: funciones y localización.

-Equipos técnicos, mobiliario y material diverso.

-Documentación del evento: carpetas, credenciales, etc.

-Aplicación de normas de protocolo en actos de diversos tipos.

*Soportes publicitarios e informativos en eventos.

*Acogida, atención durante el evento y despedida: procedimiento.

*Facturación a clientes. Pago a proveedores de servicios y personal contratado.

*Calidad en los servicios de eventos.

*Seguimiento y evaluación de eventos.

1.8.3. Orientaciones pedagógicas.

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

Estas funciones 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:

-Áreas técnica y de productos de agencias mayoristas, minoristas y mixtas 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 a), b), c), d), e), f), h), g), j), k), l) y n) del ciclo formativo y las competencias a), b), c), d), e), f), i), j), k) y m).

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

-Aplicación práctica de la metodología para planificar, presupuestar y elaborar viajes combinados de tipología diversa.

-Trabajo de la planificación y de la organización de eventos mediante elaboración de proyectos, presupuestos y diseño de actos.

-Aplicación de conceptos de módulos como márketing, protocolo y relaciones públicas, y dirección de agencias de viajes.

-Incidencia en las actitudes de atención a la clientela y en las de organización del trabajo y presentación de documentos.

-Uso de aplicaciones informáticas de información y de gestión específica de eventos y sistemas de distribución global (SDG).

1.9. Módulo profesional: venta de servicios turísticos.

*Equivalencia en créditos ECTS: 8.

*Código: MP0398.

*Duración: 123 horas.

1.9.1. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

*RA1. Relaciona servicios de diversos tipos en agencias de viajes, los analiza y caracteriza los elementos que los componen.

-CE1.1. Se han identificado y se han caracterizado los medios de transporte que se pueden vender en las agencias de viajes.

-CE1.2. Se han identificado los principales proveedores de transporte y los productos o servicios que ofrecen.

-CE1.3. Se han analizado las principales tarifas y las condiciones del servicio, así como los impuestos y las tasas que se les aplican.

-CE1.4. Se ha interpretado la normativa aplicable al transporte de personas en diversos medios.

-CE1.5. Se han identificado y se han caracterizado los servicios y los productos que ofrecen, así como las tarifas que se aplican en el alojamiento turístico.

-CE1.6. Se ha interpretado la normativa básica de regulación de alojamientos turísticos.

-CE1.7. Se ha caracterizado la venta de viajes combinados, así como los principales proveedores y productos del mercado.

-CE1.8. Se han caracterizado otros servicios que se pueden vender en las agencias de viajes, así como sus tarifas y sus condiciones.

-CE1.9. Se han reconocido los principales sistemas globales de distribución.

-CE1.10. Se ha analizado la venta de servicios turísticos a través de internet y la función de las agencias virtuales.

*RA2. Aplica técnicas de venta e identifica sus características, sus procedimientos y su secuencia.

-CE2.1. Se ha reconocido la tipología de la clientela, así como sus necesidades y motivaciones en la compra de servicios turísticos.

-CE2.2. Se han identificado los fundamentos de las técnicas de venta en las agencias de viajes.

-CE2.3. Se han reconocido los procesos en cada etapa de la venta de servicios o productos en las agencias de viajes.

-CE2.4. Se ha descrito el proceso de la negociación con aplicación de las técnicas apropiadas.

-CE2.5. Se han reconocido los métodos para la venta telefónica.

-CE2.6. Se ha valorado la aplicación de técnicas de venta como instrumento de la gestión comercial de las agencias de viajes.

*RA3. Realiza la venta de servicios, caracterizando y aplicando los procedimientos asociados.

-CE3.1. Se han identificado y se han caracterizado diversas fuentes de información utilizadas en la venta de servicios y productos en agencias de viajes.

-CE3.2. Se ha obtenido información sobre servicios y productos, sus condiciones específicas, las tarifas y los destinos.

-CE3.3. Se ha asesorado a la clientela sobre aspectos generales y específicos del producto o servicio o destino.

-CE3.4. Se han caracterizado y se han aplicado los procesos de reserva y confirmación de servicios turísticos.

-CE3.5. Se ha descrito el procedimiento en caso de no confirmación y se han ofrecido otras alternativas.

-CE3.6. Se ha seguido el protocolo establecido para la formalización y el archivo de la documentación.

-CE3.7. Se ha identificado y se ha aplicado la normativa.

-CE3.8. Se han aplicado sistemas informáticos, terminales y sistemas globales de distribución para la gestión de reservas.

-CE3.9. Se han identificado los parámetros de calidad del servicio de atención a la clientela en las agencias de viajes.

-CE3.10. Se han aplicado técnicas de comunicación y atención a la clientela específicas para la venta de servicios en agencias de viajes.

*RA4. Realiza operaciones de cierre y posventa, aplicando los procedimientos estandarizados.

-CE4.1. Se han caracterizado los tipos de documentos emitidos por las agencias para los prestatarios de los servicios.

-CE4.2. Se ha gestionado y se ha emitido la documentación relativa a la venta de los servicios o productos turísticos.

-CE4.3. Se ha cumplimentado el procedimiento de facturación de los servicios y emisión de la documentación relacionada.

-CE4.4. Se han caracterizado sistemas y los modos de cobro de servicios.

-CE4.5. Se han reconocido las variables que influyen en la política de crédito, teniendo en cuenta los posibles riesgos.

-CE4.6. Se ha identificado el procedimiento para la gestión de cancelaciones con arreglo a la normativa.

-CE4.7. Se ha caracterizado la información o las instrucciones previas al viaje o al servicio.

-CE4.8. Se han identificado los procesos relativos a la posventa y a la fidelización de clientes.

-CE4.9. Se han aplicado sistemas informáticos, terminales y sistemas globales de distribución para la emisión de la documentación.

1.9.2. Contenidos básicos.

BC1. Identificación de los tipos de servicio en las agencias de viajes.

*Intermediación en la venta del transporte.

-Concepto de transporte: tipología y caracterización.

-Proveedores: productos y servicios que ofrecen.

-Principales tarifas. Condiciones del transporte. Impuestos y tasas.

-Normativa del transporte.

-Derechos y deberes de usuarios y transportistas.

*Intermediación en la venta de alojamiento turístico.

-Concepto de alojamiento turístico. Tipología. Productos y servicios que se ofrecen.

-Tarifas.

-Normativa 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, *forfaits* de nieve, venta de excursiones, entradas de espectáculos, guías, etc. Caracterización, tarifas y condiciones.

*Sistemas globales de distribución.

*Venta por internet. Agencias virtuales.

BC2. Aplicación de técnicas de venta.

*Clientes: tipología, necesidades y motivos de compra.

*Técnicas de venta: principios básicos y etapas.

-Apertura. Clima adecuado. Lenguaje corporal.

-Tensiones y perjuicios. Generación de confianza en la clientela.

-Indagación de necesidades y deseos de la clientela.

-Presentación del producto o del servicio.

*Negociación: proceso y técnicas.

*Venta telefónica: procedimiento.

*Valoración de la importancia de las técnicas de venta en la gestión comercial de las agencias de viajes.

*Tratamiento de quejas y reclamaciones.

BC3. 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 de servicios, productos y destinos, condiciones específicas y tarifas.

*Reserva de productos y servicios: sistemas de reservas.

-Procedimiento de reserva y confirmación.

-Estados de la reserva.

-No confirmación. Alternativas.

*Expediente. Registro de datos. Soportes documentales. Procedimiento de uso y archivo.

*Normativa.

*Equipos informáticos, terminales y SDG.

*Calidad en la venta de servicios en agencias viajes.

BC4. Realizaciones de operaciones de cierre y posventa.

*Documentos para la prestación de servicios: tipología.

*Procedimiento de emisión: bonos, billetes, pasajes y títulos de transporte, contratos de viajes combinados, itinerarios, localizadores, etc.

*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.

*Cancelaciones: procedimiento. Aplicación de la normativa.

*Información e instrucciones previas al servicio o al viaje.

*Procesos de posventa y valoración desde un punto de vista comercial y de fidelización.

*Aplicaciones informáticas de gestión en agencias de viajes, terminales y SDG.

1.9.3. Orientaciones pedagógicas.

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

Esta función incluye aspectos como:

-Información, asesoramiento y atención a la clientela.

-Venta de servicios de transporte, alojamiento, viajes combinados y otros servicios turísticos.

-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 a la clientela en agencias de viajes minoristas, mayoristas y mixtas. Hay que considerar la vocación comercial y el público objetivo de

la agencia: generalistas, de empresas, *call centers*, *in-plants*, etc.

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

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

-Búsqueda y análisis de información relativa a los servicios y a los productos turísticos de los proveedores de servicios, así como la que sea de interés para la clientela ante la perspectiva de un viaje.

-Análisis de las tarifas, las condiciones y las características de los proveedores de servicios turísticos.

-Análisis de las técnicas de venta y posventa.

-Gestión de los procesos administrativos derivados de la reserva y de la venta de servicios turísticos.

-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.

1.10. Módulo profesional: dirección de entidades de intermediación turística.

*Equivalencia en créditos ECTS: 8.

*Código: MP0399.

*Duración: 87 horas.

1.10.1. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

*RA1. Caracteriza las entidades de intermediación de servicios turísticos identificando sus funciones, sus clasificaciones y la normativa aplicable.

-CE1.1. Se ha identificado el concepto de entidades de intermediación de servicios y productos turísticos.

-CE1.2. Se ha descrito la evolución experimentada por el sector desde el inicio de la actividad.

-CE1.3. Se han clasificado las agencias de viajes según la normativa y se han caracterizado sus funciones.

-CE1.4. Se han analizado los requisitos específicos para su funcionamiento.

-CE1.5. Se han caracterizado otros tipos de agencias de viajes atendiendo a su especialización y a los servicios que ofrecen.

-CE1.6. Se han identificado otros tipos de entidades de intermediación según la especialización de sus servicios.

-CE1.7. Se han caracterizado las funciones de diversas entidades de intermediación turística.

-CE1.8. Se ha reconocido la normativa de ámbito europeo, estatal y autonómico aplicable a las entidades de intermediación turística.

-CE1.9. Se han definido las actitudes del personal profesional de la intermediación turística.

-CE1.10. Se han relacionado los organismos y las asociaciones de ámbito autonómico, estatal e internacional que regulan la actividad de intermediación de servicios turísticos y sus funciones.

*RA2. Organiza entidades de intermediación turística, para lo que analiza estructuras organizativas y los procesos de planificación empresarial.

-CE2.1. 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.

-CE2.2. Se han descrito los sistemas y los tipos de organización empresarial propios de las empresas del sector.

-CE2.3. Se han definido las estructuras organizativas propias de las empresas de intermediación turística.

-CE2.4. Se han caracterizado las áreas y los departamentos, así como las relaciones interdepartamentales.

-CE2.5. Se han diseñado organigramas atendiendo a la tipología y a las características de empresas de intermediación turística.

-CE2.6. Se han descrito las funciones, las responsabilidades y las tareas que se desempeñan en los puestos de trabajo.

-CE2.7. Se ha definido el concepto de planificación empresarial.

-CE2.8. Se han establecido las etapas del proceso de planificación.

-CE2.9. Se ha valorado la importancia de la planificación como herramienta de la gestión empresarial.

*RA3. Controla la rentabilidad de las entidades de intermediación turística caracterizando los procesos económicos y financieros.

-CE3.1. Se ha descrito el concepto de gestión económica y financiera en entidades de intermediación turística.

-CE3.2. Se ha interpretado el concepto de patrimonio y se han identificado sus elementos y las masas patrimoniales.

-CE3.3. Se ha caracterizado la estructura financiera de las empresas de intermediación turística.

-CE3.4. Se han definido y se han clasificado los costes de explotación de este tipo de empresas.

-CE3.5. Se han aplicado los procedimientos para el cálculo y la imputación de costes.

-CE3.6. Se ha analizado el concepto de presupuesto y su función y clasificación.

-CE3.7. Se han calculado y se han interpretado ratios, margen de beneficio y umbral de rentabilidad.

-CE3.8. Se ha analizado la rentabilidad de las empresas de intermediación turística.

-CE1.9. Se han elaborado presupuestos de diversos tipos y se han aplicado medidas correctoras.

-CE3.10. Se han utilizado aplicaciones informáticas de gestión.

-CE3.11. Se ha caracterizado la estructura financiera de las empresas de intermediación turística.

*RA4. Realiza la gestión administrativa y comercial, caracterizando los procesos de las empresas de intermediación.

-CE4.1. Se han identificado y se han caracterizado los procesos administrativos en empresas de intermediación turística derivados de las relaciones con proveedores de servicios y con clientes.

-CE4.2. Se ha cumplimentado la documentación relativa a la gestión administrativa de clientes y proveedores.

-CE4.3. Se ha analizado la normativa fiscal y el régimen especial de las agencias de viajes.

-CE4.4. Se ha reconocido el procedimiento para la gestión administrativa de las incidencias.

-CE4.5. Se han identificado y se han caracterizado las operaciones habituales de caja y con entidades bancarias.

-CE4.6. Se han identificado los procedimientos de aprovisionamiento, inventario y control de documentos internos y de proveedores de servicios.

-CE4.7. Se han reconocido estrategias comerciales y de distribución de entidades de intermediación turística.

-CE4.8. Se han aplicado sistemas informáticos de gestión administrativa y comercial.

*RA5. Dirige los recursos humanos, reconociendo y caracterizando los métodos para la organización, la selección y la formación del personal.

-CE5.1. Se han definido los sistemas de dirección de equipos de trabajo más apropiados en función del tipo de empresa de intermediación turística.

-CE5.2. Se han diseñado turnos y horarios, y se han planificado las vacaciones del personal dependiendo del tipo de empresa, con arreglo a la normativa.

-CE5.3. Se ha tenido en cuenta la necesidad de personal según variables como la mayor demanda, los nuevos productos etc.

-CE5.4. Se han establecido los métodos más idóneos para la selección de personal en función del tipo de empresa y del puesto que haya que desempeñar.

-CE5.5. Se ha definido el concepto de manual de empresa y se ha analizado su contenido y su función.

-CE5.6. Se han caracterizado las estrategias relacionadas con la motivación del personal.

-CE5.7. Se ha tenido en cuenta la necesidad de la formación y desarrollo de carreras profesionales en el ámbito de las empresas de intermediación turística.

*RA6. Gestiona la calidad de los servicios de intermediación turística analizando, seleccionando y aplicando el sistema de calidad que mejor se adapte a la empresa.

-CE6.1. Se ha identificado el concepto de calidad y sus objetivos en el subsector de las empresas de intermediación turística.

-CE6.2. Se ha valorado la aplicación de diversos sistemas de calidad.

-CE6.3. Se ha reconocido la aplicación de un sistema de calidad basado en las normas estandarizadas.

-CE6.4. Se han determinado los sistemas previos a la implantación de un sistema de calidad: formación del personal, equipos de calidad y de mejora en la organización de las empresas.

-CE6.5. Se ha establecido el diseño y la elaboración de los procesos de las áreas y de los departamentos.

-CE6.6. Se han identificado las herramientas de gestión de la calidad: autoevaluación, planificación de la mejora, sistemas de indicadores, sistemas de encuesta y sistemas de quejas y sugerencias.

-CE6.7. Se ha aplicado el sistema de gestión de calidad.

1.10.2. Contenidos básicos.

BC1. 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: concepto, tipos de especialización y servicios que ofrecen.

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

*Centrales de reservas.

*Normativa de ámbito europeo, estatal y autonómico aplicable a la actividad de intermediación de servicios turísticos.

*Deontología profesional.

*Organismos y asociaciones de ámbito autonómico, estatal e internacional.

BC2. Organización de entidades de intermediación turística.

*Empresas de intermediación turística: concepto, funciones y principios.

*Sistemas y tipos de organización.

*Estructuras organizativas: tipología.

*Departmentalización o áreas: relaciones interdepartamentales.

*Diseño de organigramas: 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.

BC3. Control de la rentabilidad en entidades de intermediación turística.

*Concepto de gestión económica y financiera en las empresas de intermediación turística.

*Patrimonio: concepto, elementos y masas patrimoniales.

*Financiación: concepto, estructura financiera de la empresa y fuentes de financiación.

*Análisis de balances y cuentas de resultados de las empresas de intermediación turística.

*Análisis de la estructura de ingresos y gastos de las empresas de intermediación turística.

*Presupuestos: concepto y función, tipos, elaboración, control, desviaciones y medidas correctoras.

*Análisis de la rentabilidad económica y financiera: concepto; cálculo de ratios económicas y financieras; margen de beneficio y umbral de rentabilidad en empresas de intermediación turística.

*Costes: tipos de costes. Cálculo e imputación de costes derivados de la gestión de empresas de intermediación turística.

*Aplicaciones informáticas de gestión económico-financiera.

BC4. 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, etc.

*IVA: concepto, tipos impositivos, régimen especial de las agencias de viajes y normativa.

*Procesos administrativos derivados de las relaciones con clientes: tipos, procedimiento y documentos.

*Control de cajas y bancos. Registro de operaciones. Análisis de la información bancaria.

*Gestión de impagos y devoluciones: procedimientos.

*Gestión del almacén: aprovisionamiento e inventarios. Control de existencias de documentos internos y externos.

*Gestión comercial y canales de distribución: concepto y estrategias de comercialización y distribución.

*Aplicaciones informáticas de gestión administrativa y comercial.

BC5. Dirección de recursos humanos 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 etc.

*Previsión de plantillas: variables que hay que tener en cuenta.

*Selección de personal: métodos.

*Manual de empresa: concepto, contenido y función.

*Motivación: concepto; estrategias de incentivos a la producción.

*Formación: programas de formación y carreras profesionales.

BC6. Calidad en los servicios de intermediación turística.

*Calidad: concepto, evolución, elementos y finalidad. Principios rectores de la calidad en el sector turístico y valoración de su importancia.

*Objetivos generales en el subsector de las empresas de intermediación turística.

*Implantación de un sistema de control de calidad. Análisis y fases: sistemas previos y auditoría 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, etc.

1.10.3. Orientaciones pedagógicas.

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

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

-Organización y planificación empresarial.

-Gestión económico-financiera, administrativa, comercial y de recursos humanos.

-Control de la calidad en los procesos.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

-Realización de las actividades de organización, planificación y control empresarial en unidades de producción de servicios de intermediación y distribución turísticas.

-Análisis de los estados contables y financieros de la empresa.

-Evaluación de costes, y cálculo de presupuestos y de márgenes de beneficios.

-Control de los procesos administrativos derivados de las relaciones con clientes, intermediarios y proveedores.

-Aplicación de métodos para la gestión comercial.

-Selección, dirección, liderazgo y motivación de los recursos humanos.

-Aplicación de sistemas de calidad en el ámbito de la empresa.

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

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza y 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, administrativa, comercial y de recursos humanos.

-Operaciones con aplicaciones ofimáticas. Uso de nuevas tecnologías de la información y de 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.

Se recomienda seguir la propuesta de los contenidos expuestos.

1.11. Módulo profesional: formación y orientación laboral.

*Equivalencia en créditos ECTS: 5.

*Código: MP0401.

*Duración: 107 horas.

1.11.1. Unidad formativa 1: prevención de riesgos laborales.

*Código: MP0401_12.

*Duración: 45 horas.

1.11.1.1. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

*RA1. Reconoce los derechos y las obligaciones de las personas trabajadoras y empresarias relacionados con la seguridad y la salud laboral.

-CE1.1. Se han relacionado las condiciones laborales con la salud de la persona trabajadora.

-CE1.2. Se han distinguido los principios de la acción preventiva que garantizan el derecho a la seguridad y a la salud de las personas trabajadoras.

-CE1.3. Se ha apreciado la importancia de la información y de la formación como medio para la eliminación o la reducción de los riesgos laborales.

-CE1.4. Se han comprendido las actuaciones adecuadas ante situaciones de emergencia y riesgo laboral grave e inminente.

-CE1.5. Se han valorado las medidas de protección específicas de personas trabajadoras sensibles a determinados riesgos, así como las de protección de la maternidad y la lactancia, y de menores.

-CE1.6. Se han analizado los derechos a la vigilancia y protección de la salud en el sector profesional del título de técnico superior en agencias de viajes y gestión de eventos.

-CE1.7. Se ha asumido la necesidad de cumplir las obligaciones de las personas trabajadoras en materia de prevención de riesgos laborales.

*RA2. Evalúa las situaciones de riesgo derivadas de su actividad profesional analizando las condiciones de trabajo y los factores de riesgo más habituales del sector de agencias de viajes.

-CE2.1. Se han determinado las condiciones de trabajo con significación para la prevención en los entornos de trabajo relacionados con el perfil profesional de técnico superior en agencias de viajes y gestión de eventos.

-CE2.2. Se han clasificado los factores de riesgo en la actividad y los daños derivados de los mismos.

-CE2.3. Se han clasificado y se han descrito los tipos de daños profesionales, con especial referencia a accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, relacionados con el perfil profesional de técnico superior en agencias de viajes y gestión de eventos.

-CE2.4. Se han identificado las situaciones de riesgo más habituales en los entornos de trabajo de las personas con la titulación de técnico superior en agencias de viajes y gestión de eventos.

-CE2.5. Se ha llevado a cabo la evaluación de riesgos en un entorno de trabajo, real o simulado, relacionado con el sector de actividad del título.

*RA3. Participa en la elaboración de un plan de prevención de riesgos e identifica las responsabilidades de todos los agentes implicados.

-CE3.1. Se ha valorado la importancia de los hábitos preventivos en todos los ámbitos y en todas las actividades de la empresa.

-CE3.2. Se han clasificado los modos de organización de la prevención en la empresa en función de los criterios establecidos en la normativa sobre prevención de riesgos laborales.

-CE3.3. Se han determinado los modos de representación de las personas trabajadoras en la empresa en materia de prevención de riesgos.

-CE3.4. Se han identificado los organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.

-CE3.5. Se ha valorado la importancia de la existencia de un plan preventivo en la empresa que incluya la secuencia de actuaciones para realizar en caso de emergencia.

-CE3.6. Se ha establecido el ámbito de una prevención integrada en las actividades de la empresa y se han determinado las responsabilidades y las funciones de cada uno.

-CE3.7. Se ha definido el contenido del plan de prevención en un centro de trabajo relacionado con el sector profesional de la titulación de técnico superior en agencias de viajes y gestión de eventos.

-CE3.8. Se ha proyectado un plan de emergencia y evacuación para una pequeña o mediana empresa del sector de actividad del título.

*RA4. Determina las medidas de prevención y protección en el entorno laboral de la titulación de técnico superior en agencias de viajes y gestión de eventos.

-CE4.1. Se han definido las técnicas y las medidas de prevención y de protección que se deben aplicar para evitar o disminuir los factores de riesgo, o para reducir sus consecuencias en el caso de materializarse.

-CE4.2. Se ha analizado el significado y el alcance de la señalización de seguridad de diversos tipos.

-CE4.3. Se han seleccionado los equipos de protección individual (EPI) adecuados a las situaciones de riesgo halladas.

-CE4.4. Se han analizado los protocolos de actuación en caso de emergencia.

-CE4.5. Se han identificado las técnicas de clasificación de personas heridas en caso de emergencia, donde existan víctimas de diversa gravedad.

-CE4.6. Se han identificado las técnicas básicas de primeros auxilios que se deben aplicar en el lugar del accidente ante daños de diversos tipos, así como la composición y el uso del botiquín de urgencias.

1.11.1.2. Contenidos básicos.

BC1. Derechos y obligaciones en seguridad y salud laboral.

*Relación entre trabajo y salud. Influencia de las condiciones de trabajo sobre la salud.

*Conceptos básicos de seguridad y salud laboral.

*Análisis de los derechos y de las obligaciones de las personas trabajadoras y empresarias en prevención de riesgos laborales.

*Actuación responsable en el desarrollo del trabajo para evitar las situaciones de riesgo en su entorno laboral.

*Protección de personas trabajadoras especialmente sensibles a determinados riesgos.

BC2. Evaluación de riesgos profesionales.

*Análisis de factores de riesgo ligados a condiciones de seguridad, medioambientales, ergonómicas y psicosociales.

*Determinación de los daños a la salud de la persona trabajadora que se pueden derivar de las condiciones de trabajo y de los factores de riesgo detectados.

*Riesgos específicos en el sector de agencias de viajes en función de las probables consecuencias, del tiempo de exposición y de los factores de riesgo implicados.

*Evaluación de los riesgos hallados en situaciones potenciales de trabajo en el sector de agencias de viajes.

BC3. Planificación de la prevención de riesgos en la empresa.

*Gestión de la prevención en la empresa: funciones y responsabilidades.

*Órganos de representación y participación de las personas trabajadoras en prevención de riesgos laborales.

*Organismos estatales y autonómicos relacionados con la prevención de riesgos.

*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 empresa del sector.

*Participación en la planificación y en la puesta en práctica de los planes de prevención.

BC4. Aplicación de medidas de prevención y protección en la empresa.

*Medidas de prevención y protección individual y colectiva.

*Protocolo de actuación ante una situación de emergencia.

*Aplicación de las técnicas de primeros auxilios.

*Actuación responsable en situaciones de emergencias y primeros auxilios.

1.11.2. Unidad formativa 2: equipos de trabajo, derecho del trabajo y de la seguridad social y búsqueda de empleo.

*Código: MP0401_22.

*Duración: 62 horas.

1.11.2.1. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

*RA1. Participa responsablemente en equipos de trabajo eficientes que contribuyan a la consecución de los objetivos de la organización.

-CE1.1. Se han identificado los equipos de trabajo en situaciones de trabajo relacionadas con el perfil de

técnico superior en agencias de viajes y gestión de eventos y se han valorado sus ventajas sobre el trabajo individual.

-CE1.2. Se han determinado las características del equipo de trabajo eficaz frente a las de los equipos ineficaces.

-CE1.3. Se han adoptado responsablemente los papeles asignados para la eficiencia y la eficacia del equipo de trabajo.

-CE1.4. Se han empleado adecuadamente las técnicas de comunicación en el equipo de trabajo para recibir y transmitir instrucciones y coordinar las tareas.

-CE1.5. Se han determinado procedimientos para la resolución de los conflictos identificados en el seno del equipo de trabajo.

-CE1.6. Se han aceptado de forma responsable las decisiones adoptadas en el seno del equipo de trabajo.

-CE1.7. Se han analizado los objetivos alcanzados por el equipo de trabajo en relación con los objetivos establecidos y con la participación responsable y activa de sus miembros.

*RA2. Identifica los derechos y las obligaciones que se derivan de las relaciones laborales y los reconoce en diferentes situaciones de trabajo.

-CE2.1. Se han identificado el ámbito de aplicación, las fuentes y los principios de aplicación del derecho del trabajo.

-CE2.2. Se han distinguido los principales organismos que intervienen en las relaciones laborales.

-CE2.3. Se han identificado los elementos esenciales de un contrato de trabajo.

-CE2.4. Se han analizado las principales modalidades de contratación y se han identificado las medidas de fomento de la contratación para determinados colectivos.

-CE2.5. Se han valorado los derechos y las obligaciones que se recogen en la normativa laboral.

-CE2.6. Se han determinado las condiciones de trabajo pactadas en el convenio colectivo aplicable o, en su defecto, las condiciones habituales en el sector profesional relacionado con el título de técnico superior en agencias de viajes y gestión de eventos.

-CE2.7. Se han valorado las medidas establecidas por la legislación para la conciliación de la vida laboral y familiar, y para la igualdad efectiva entre hombres y mujeres.

-CE2.8. Se ha analizado el recibo de salarios y se han identificado los principales elementos que lo integran.

-CE2.9. Se han identificado las causas y los efectos de la modificación, la suspensión y la extinción de la relación laboral.

-CE2.10. Se han identificado los órganos de representación de las personas trabajadoras en la empresa.

-CE2.11. Se han analizado los conflictos colectivos en la empresa y los procedimientos de solución.

-CE2.12. Se han identificado las características definitorias de los nuevos entornos de organización del trabajo.

*RA3. Determina la acción protectora del sistema de la Seguridad Social ante las contingencias cubiertas e identifica las clases de prestaciones.

-CE3.1. Se ha valorado el papel de la Seguridad Social como pilar esencial del estado social y para la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía.

-CE3.2. Se ha delimitado el funcionamiento y la estructura del sistema de la Seguridad Social.

-CE3.3. Se han identificado, en un supuesto sencillo, las bases de cotización de una persona trabajadora y las cuotas correspondientes a ella y a la empresa.

-CE3.4. Se han determinado las principales prestaciones contributivas de la Seguridad Social, sus requisitos y su duración, y se ha realizado el cálculo de su cuantía en algunos supuestos prácticos.

-CE3.5. Se han determinado las posibles situaciones legales de desempleo en supuestos prácticos sencillos y se ha realizado el cálculo de la duración y de la cuantía de una prestación por desempleo de nivel contributivo básico.

*RA4. Planifica su itinerario profesional seleccionando alternativas de formación y oportunidades de empleo a lo largo de la vida.

-CE4.1. Se han valorado las propias aspiraciones, motivaciones, actitudes y capacidades que permitan la toma de decisiones profesionales.

-CE4.2. Se ha tomado conciencia de la importancia de la formación permanente como factor clave para la empleabilidad y la adaptación a las exigencias del proceso productivo.

-CE4.3. Se han valorado las oportunidades de formación y empleo en otros Estados de la Unión Europea.

-CE4.4. Se ha valorado el principio de no discriminación y de igualdad de oportunidades en el acceso al empleo y en las condiciones de trabajo.

-CE4.5. Se han diseñado los itinerarios formativos profesionales relacionados con el perfil profesional de técnico superior en agencias de viajes y gestión de eventos.

-CE4.6. Se han determinado las competencias y las capacidades requeridas para la actividad profesional relacionada con el perfil del título y se ha seleccionado la formación precisa para mejorarlas y permitir una adecuada inserción laboral.

-CE4.7. Se han identificado las principales fuentes de empleo y de inserción laboral para las personas

con la titulación de técnico superior en agencias de viajes y gestión de eventos.

-CE4.8. Se han empleado adecuadamente las técnicas y los instrumentos de búsqueda de empleo.

-CE4.9. Se han previsto las alternativas de autoempleo en los sectores profesionales relacionados con el título.

1.11.2.2. Contenidos básicos.

BC1. Gestión del conflicto y equipos de trabajo.

*Diferenciación entre grupo y equipo de trabajo.

*Valoración de las ventajas y los inconvenientes del trabajo de equipo para la eficacia de la organización.

*Equipos en el sector de agencias de viajes según las funciones que desempeñen.

*Dinámicas de grupo.

*Equipos de trabajo eficaces y eficientes.

*Participación en el equipo de trabajo: desempeño de papeles, comunicación y responsabilidad.

*Conflicto: características, tipos, causas y etapas.

*Técnicas para la resolución o la superación del conflicto.

BC2. Contrato de trabajo.

*Derecho del trabajo.

*Organismos públicos (administrativos y judiciales) que intervienen en las relaciones laborales.

*Análisis de la relación laboral individual.

*Derechos y deberes derivados de la relación laboral.

*Análisis de un convenio colectivo aplicable al ámbito profesional de la titulación de técnico superior en agencias de viajes y gestión de eventos.

*Modalidades de contrato de trabajo y medidas de fomento de la contratación.

*Análisis de las principales condiciones de trabajo: clasificación y promoción profesional, tiempo de trabajo, retribución, etc.

*Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo.

*Sindicatos de trabajadores y asociaciones empresariales.

*Representación de las personas trabajadoras en la empresa.

*Conflictos colectivos.

*Nuevos entornos de organización del trabajo.

BC3. Seguridad social, empleo y desempleo.

*La seguridad social como pilar del estado social.

*Estructura del sistema de Seguridad Social.

*Determinación de las principales obligaciones de las personas empresarias y de las trabajadoras en materia de seguridad social.

*Protección por desempleo.

*Prestaciones contributivas de la Seguridad Social.

BC4. Búsqueda activa de empleo.

*Conocimiento de los propios intereses y de las propias capacidades formativo-profesionales.

*Importancia de la formación permanente para la trayectoria laboral y profesional de las personas con la titulación de técnico superior en agencias de viajes y gestión de eventos.

*Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa.

*Itinerarios formativos relacionados con la titulación de técnico superior en agencias de viajes y gestión de eventos.

*Definición y análisis del sector profesional del título de técnico superior en agencias de viajes y gestión de eventos.

*Proceso de toma de decisiones.

*Proceso de búsqueda de empleo en el sector de actividad.

*Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo.

1.11.3. Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para que el alumno o la alumna se pueda insertar laboralmente y desarrollar su carrera profesional en el sector de agencias de viajes.

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

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

-Manejo de las fuentes de información para la elaboración de itinerarios formativo-profesionalizadores, en especial en lo referente al sector de agencias de viajes.

-Puesta en práctica de técnicas activas de búsqueda de empleo:

-Realización de pruebas de orientación y dinámicas sobre las propias aspiraciones, competencias y capacidades.

-Manejo de fuentes de información, incluidos los recursos de internet para la búsqueda de empleo.

-Preparación y realización de cartas de presentación y currículos (se potenciará el empleo de otros idiomas oficiales en la Unión Europea en el manejo de información y elaboración del *curriculum vitae* Europass).

-Familiarización con las pruebas de selección de personal, en particular la entrevista de trabajo.

-Identificación de ofertas de empleo público a las que se puede acceder en función de la titulación, y respuesta a su convocatoria.

-Formación de equipos en el aula para la realización de actividades mediante el empleo de técnicas de trabajo en equipo.

-Estudio de las condiciones de trabajo del sector de agencias de viajes a través del manejo de la normativa laboral, de los contratos más comúnmente utilizados y del convenio colectivo de aplicación en el sector de agencias de viajes.

-Superación de cualquier forma de discriminación en el acceso al empleo y en el desarrollo profesional.

-Análisis de la normativa de prevención de riesgos laborales que permita la evaluación de los riesgos derivados de las actividades desarrolladas en el sector productivo, así como la colaboración en la definición de un plan de prevención para la empresa y de las medidas necesarias para su implementación.

El correcto desarrollo de este módulo exige la disposición de medios informáticos con conexión a internet y que al menos dos sesiones de trabajo semanales sean consecutivas.

1.12. Módulo profesional: empresa e iniciativa emprendedora.

*Equivalencia en créditos ECTS: 4.

*Código: MP0402.

*Duración: 53 horas.

1.12.1. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

*RA1. Desarrolla su espíritu emprendedor identificando las capacidades asociadas a él y definiendo ideas emprendedoras caracterizadas por la innovación y la creatividad.

-CE1.1. 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.

-CE1.2. Se ha analizado el concepto de cultura emprendedora y su importancia como dinamizador del mercado laboral y fuente de bienestar social.

-CE1.3. Se ha valorado la importancia de la iniciativa individual, la creatividad, la formación, la responsabilidad y la colaboración como requisitos indispensables para tener éxito en la actividad emprendedora.

-CE1.4. Se han analizado las características de las actividades emprendedoras en el sector agencias de viajes.

-CE1.5. Se ha valorado el concepto de riesgo como elemento inevitable de toda actividad emprendedora.

-CE1.6. Se han valorado ideas emprendedoras caracterizadas por la innovación, por la creatividad y por su factibilidad.

-CE1.7. Se ha decidido a partir de las ideas emprendedoras una determinada idea de negocio del ámbito de las agencias de viajes, que servirá de punto de partida para la elaboración del proyecto empresarial.

-CE1.8. Se ha analizado la estructura de un proyecto empresarial y se ha valorado su importancia como paso previo a la creación de una pequeña empresa.

*RA2. Decide la oportunidad de creación de una pequeña empresa para el desarrollo de la idea emprendedora, previo análisis de la relación entre la empresa y el entorno, del proceso productivo, de la organización de los recursos humanos y de los valores culturales y éticos.

-CE2.1. Se ha valorado la importancia de las pequeñas y medianas empresas en el tejido empresarial gallego.

-CE2.2. Se ha analizado el impacto medioambiental de la actividad empresarial y la necesidad de introducir criterios de sostenibilidad en los principios de actuación de las empresas.

-CE2.3. Se han identificado los principales componentes del entorno general que rodea la empresa y, en especial, en los aspectos tecnológico, económico, social, medioambiental, demográfico y cultural.

-CE2.4. Se ha apreciado la influencia en la actividad empresarial de las relaciones con la clientela, con proveedores, con las administraciones públicas, con las entidades financieras y con la competencia como principales integrantes del entorno específico.

-CE2.5. Se han determinado los elementos del entorno general y específico de una pequeña o mediana empresa de agencias de viajes en función de su posible emplazamiento.

-CE2.6. Se ha analizado el fenómeno de la responsabilidad social de las empresas y su importancia como un elemento de la estrategia empresarial.

-CE2.7. Se ha valorado la importancia del balance social de una empresa relacionada con las agencias de viajes y se han descrito los principales costes sociales en que incurren estas empresas, así como los beneficios sociales que producen.

-CE2.8. Se han identificado, en empresas de agencias de viajes, prácticas que incorporen valores éticos y sociales.

-CE2.9. Se han definido los objetivos empresariales incorporando valores éticos y sociales.

-CE2.10. Se han analizado los conceptos de cultura empresarial, y de comunicación e imagen corporativas, así como su relación con los objetivos empresariales.

-CE2.11. Se han descrito las actividades y los procesos básicos que se realizan en una empresa de

agencias de viajes, y se han delimitado las relaciones de coordinación y dependencia dentro del sistema empresarial.

-CE2.12. Se ha elaborado un plan de empresa que incluya la idea de negocio, la localización, la organización del proceso productivo y de los recursos necesarios, la responsabilidad social y el plan de marketing.

*RA3. Selecciona la forma jurídica teniendo en cuenta las implicaciones legales asociadas y el proceso para su constitución y puesta en marcha.

-CE3.1. Se ha analizado el concepto de persona empresarial, así como los requisitos para desarrollar la actividad empresarial.

-CE3.2. Se han analizado las formas jurídicas de la empresa y se han determinado las ventajas y las desventajas de cada una en relación con su idea de negocio.

-CE3.3. Se ha valorado la importancia de las empresas de economía social en el sector de agencias de viajes.

-CE3.4. Se ha especificado el grado de responsabilidad legal de las personas propietarias de la empresa en función de la forma jurídica elegida.

-CE3.5. Se ha diferenciado el tratamiento fiscal establecido para cada forma jurídica de empresa.

-CE3.6. Se han identificado los trámites exigidos por la legislación para la constitución de una pequeña o mediana empresa en función de su forma jurídica.

-CE3.7. Se han identificado las vías de asesoramiento y gestión administrativa externas a la hora de poner en marcha una pequeña o mediana empresa.

-CE3.8. Se han analizado las ayudas y subvenciones para la creación y puesta en marcha de empresas de agencias de viajes teniendo en cuenta su emplazamiento.

-CE3.9. Se ha incluido en el plan de empresa información relativa a la elección de la forma jurídica, los trámites administrativos, las ayudas y las subvenciones.

*RA4. Realiza actividades de gestión administrativa y financiera básica de una pequeña o mediana empresa, identifica las principales obligaciones contables y fiscales y cumplimenta la documentación.

-CE4.1. Se han analizado los conceptos básicos de contabilidad, así como las técnicas de registro de la información contable: activo, pasivo, patrimonio neto, ingresos, gastos y cuentas anuales.

-CE4.2. Se han descrito las técnicas básicas de análisis de la información contable, en especial en lo referente al equilibrio de la estructura financiera y a la solvencia, a la liquidez y a la rentabilidad de la empresa.

-CE4.3. Se han definido las obligaciones fiscales (declaración censal, IAE, liquidaciones trimestrales, resúmenes anuales, etc.) de una pequeña y de una mediana empresa relacionadas con agencias de viajes, y se han diferenciado los tipos de impuestos en el calendario fiscal (liquidaciones trimestrales y liquidaciones anuales).

-CE4.4. Se ha cumplimentado con corrección, mediante procesos informáticos, la documentación básica de carácter comercial y contable (notas de pedido, albaranes, facturas, recibos, cheques, pagarés y letras de cambio) para una pequeña y una mediana empresa de agencias de viajes, y se han descrito los circuitos que recorre esa documentación en la empresa.

-CE4.5. Se ha elaborado el plan financiero y se ha analizado la viabilidad económica y financiera del proyecto empresarial.

1.12.1. Contenidos básicos.

BC1. Iniciativa emprendedora.

*Innovación y desarrollo económico. Principales características de la innovación en la actividad de agencias de viajes (materiales, tecnología, organización de la producción etc.).

*Cultura emprendedora en la Unión Europea, en España y en Galicia.

*Factores clave de las personas emprendedoras: iniciativa, creatividad, formación, responsabilidad y colaboración.

*Actuación de las personas emprendedoras en el sector de agencias de viajes.

*El riesgo como factor inherente a la actividad emprendedora.

*Valoración del trabajo por cuenta propia como fuente de realización personal y social.

*Ideas emprendedoras: fuentes de ideas, maduración y evaluación de éstas.

*Proyecto empresarial: importancia y utilidad, estructura y aplicación en el ámbito de las agencias de viajes.

BC2. La empresa y su entorno.

*La empresa como sistema: concepto, funciones y clasificaciones.

*Análisis del entorno general de una pequeña o mediana empresa de agencias de viajes: aspectos tecnológico, económico, social, medioambiental, demográfico y cultural.

*Análisis del entorno específico de una pequeña o mediana empresa de agencias de viajes: clientes, proveedores, administraciones públicas, entidades financieras y competencia.

*Emplazamiento de la empresa.

*La persona empresaria. Requisitos para el ejercicio de la actividad empresarial.

*Responsabilidad social de la empresa y compromiso con el desarrollo sostenible.

*Cultura empresarial, y comunicación e imagen corporativas.

*Actividades y procesos básicos en la empresa. Organización de los recursos disponibles. Externalización de actividades de la empresa.

*Descripción de los elementos y estrategias del plan de producción y del plan de márketing.

BC3. Creación y puesta en marcha de una empresa.

*Formas jurídicas de las empresas.

*Responsabilidad legal de la persona empresaria.

*La fiscalidad de la empresa como variable para la elección de la forma jurídica.

*Proceso administrativo de constitución y puesta en marcha de una empresa.

*Vías de asesoramiento para la elaboración de un proyecto empresarial y para la puesta en marcha de la empresa.

*Ayudas y subvenciones para la creación de una empresa de agencias de viajes.

*Plan de empresa: elección de la forma jurídica, trámites administrativos y gestión de ayudas y subvenciones.

BC4. Función administrativa.

*Análisis de las necesidades de inversión y de las fuentes de financiación de una pequeña y de una mediana empresa en el sector de agencias de viajes.

*Concepto y nociones básicas de contabilidad: activo, pasivo, patrimonio neto, ingresos, gastos y cuentas anuales.

*Análisis de la información contable: equilibrio de la estructura financiera y ratios financieras de solvencia, liquidez y rentabilidad de la empresa.

*Plan financiero: estudio de la viabilidad económica y financiera.

*Obligaciones fiscales de una pequeña y de una mediana empresa.

*Ciclo de gestión administrativa en una empresa de agencias de viajes: documentos administrativos y documentos de pago.

*Cuidado en la elaboración de la documentación administrativo-financiera.

1.12.2. Orientaciones pedagógicas.

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

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

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

-Manejo de las fuentes de información sobre el sector de las empresas de agencias de viajes, incluyendo el análisis de los procesos de innovación sectorial en marcha.

-Realización de casos y dinámicas de grupo que permitan comprender y valorar las actitudes de las personas emprendedoras y ajustar su necesidad al sector de las agencias de viajes.

-Utilización de programas de gestión administrativa y financiera para pequeñas y medianas empresas del sector.

-Realización de un proyecto empresarial relacionado con la actividad de las agencias de viajes compuesto por un plan de empresa y un plan financiero y que incluya todas las facetas de puesta en marcha de un negocio.

El plan de empresa incluirá los siguientes aspectos: maduración de la idea de negocio, ubicación, organización de la producción y de los recursos, justificación de su responsabilidad social, plan de márketing, elección de la forma jurídica, trámites administrativos, y ayudas y subvenciones.

El plan financiero incluirá el plan de tesorería, la cuenta de resultados provisional y el balance provisional, así como el análisis de su viabilidad económica y financiera.

Es aconsejable que el proyecto empresarial se vaya realizando conforme se desarrollen los contenidos relacionados en los resultados de aprendizaje.

El correcto desarrollo de este módulo exige la disposición de medios informáticos con conexión a internet y que al menos dos sesiones de trabajo sean consecutivas.

1.13. Módulo profesional: proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos.

*Equivalencia en créditos ECTS: 5.

*Código: MP0400.

*Duración: 26 horas.

1.13.1. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

*RA1. Identifica necesidades del sector productivo en relación con proyectos tipo que las puedan satisfacer.

-CE1.1. Se han clasificado las empresas del sector por sus características organizativas y el tipo de producto o servicio que ofrecen.

-CE1.2. Se han caracterizado las empresas tipo y se ha indicado su estructura organizativa y las funciones de cada departamento.

-CE1.3. Se han identificado las necesidades más demandadas a las empresas.

-CE1.4. Se han valorado las oportunidades de negocio previsibles en el sector.

-CE1.5. Se ha identificado el tipo de proyecto requerido para dar respuesta a las demandas previstas.

-CE1.6. Se han determinado las características específicas requeridas al proyecto.

-CE1.7. Se han determinado las obligaciones fiscales, laborales y de prevención de riesgos, y sus condiciones de aplicación.

-CE1.8. Se han identificado las ayudas y las subvenciones para la incorporación de nuevas tecnologías de producción o de servicio que se propongan.

-CE1.9. Se ha elaborado el guión de trabajo a seguir en la elaboración del proyecto.

*RA2. Diseña proyectos relacionados con las competencias expresadas en el título, en donde incluye y desarrolla las fases que lo componen.

-CE2.1. Se ha recopilado información relativa a los aspectos que se vayan a tratar en el proyecto.

-CE2.2. Se ha realizado el estudio de la viabilidad técnica del proyecto.

-CE2.3. Se han identificado las fases o las partes del proyecto, así como su contenido.

-CE2.4. Se han establecido los objetivos buscados y se ha identificado su alcance.

-CE2.5. Se han previsto los recursos materiales y personales necesarios para realizar el proyecto.

-CE2.6. Se ha realizado el presupuesto correspondiente.

-CE2.7. Se han identificado las necesidades de financiación para la puesta en marcha del proyecto.

-CE2.8. Se ha definido y se ha elaborado la documentación necesaria para su diseño.

-CE2.9. Se han identificado los aspectos que se deben controlar para garantizar la calidad del proyecto.

*RA3. Planifica la puesta en práctica o la ejecución del proyecto, para lo que determina el plan de intervención y la documentación asociada.

-CE3.1. Se ha establecido la secuencia de actividades ordenadas en función de las necesidades de puesta en práctica.

-CE3.2. Se han determinado los recursos y la logística necesarios para cada actividad.

-CE3.3. Se han identificado las necesidades de permisos y autorizaciones para llevar a cabo las actividades.

-CE3.4. Se han determinado los procedimientos de actuación o ejecución de las actividades.

-CE3.5. Se han identificado los riesgos inherentes a la puesta en práctica y se ha definido el plan de prevención de riesgos, así como los medios y los equipos necesarios.

-CE3.6. Se ha planificado la asignación de recursos materiales y humanos y los tiempos de ejecución.

-CE3.7. Se ha hecho la valoración económica que dé respuesta a las condiciones de la puesta en práctica.

-CE3.8. Se ha definido y se ha elaborado la documentación necesaria para la puesta en práctica o ejecución.

*RA4. Define los procedimientos para el seguimiento y el control en la ejecución del proyecto, y justifica la selección de las variables y de los instrumentos empleados.

-CE4.1. Se ha definido el procedimiento de evaluación de las actividades o intervenciones.

-CE4.2. Se han definido los indicadores de calidad para realizar la evaluación.

-CE4.3. Se ha definido el procedimiento para la evaluación de las incidencias que se puedan presentar durante la realización de las actividades, así como su solución y su registro.

-CE4.4. Se ha definido el procedimiento para gestionar los cambios en los recursos y en las actividades, incluyendo el sistema para su registro.

-CE4.5. Se ha definido y se ha elaborado la documentación necesaria para la evaluación de las actividades y del proyecto.

-CE4.6. Se ha establecido el procedimiento para la participación en la evaluación de las personas usuarias o de la clientela y se han elaborado los documentos específicos.

-CE4.7. Se ha establecido un sistema para garantizar el cumplimiento del pliego de condiciones del proyecto, cuando éste exista.

*RA5. Elabora y expone el informe del proyecto realizado y justifica el procedimiento seguido.

-CE5.1. Se han enunciado los objetivos del proyecto.

-CE5.2. Se ha descrito el proceso seguido para la identificación de las necesidades de las empresas del sector.

-CE5.3. Se ha descrito la solución adoptada a partir de la documentación generada en el proceso de diseño.

-CE5.4. Se han descrito las actividades en las que se divide la ejecución del proyecto.

-CE5.5. Se han justificado las decisiones tomadas de planificación de la ejecución del proyecto.

-CE5.6. Se han justificado las decisiones tomadas de seguimiento y control en la ejecución del proyecto.

-CE5.7. Se han formulado las conclusiones del trabajo realizado en relación con las necesidades del sector productivo.

-CE5.8. Se han formulado, en su caso, propuestas de mejora.

-CE5.9. Se han realizado, en su caso, las aclaraciones solicitadas en la exposición.

-CE5.10. Se han empleado herramientas informáticas para la presentación de los resultados.

1.13.2. Orientaciones pedagógicas.

Este módulo complementa la formación de otros módulos profesionales en las funciones de análisis del contexto, diseño y organización de la intervención y planificación de su evaluación.

La función de análisis del contexto incluye las subfunciones de recopilación de información, identificación y establecimiento de prioridades de necesidades, e identificación de los aspectos que faciliten o dificulten el desarrollo de la intervención.

La función de diseño de la intervención tiene como objetivo establecer las líneas generales de ésta para dar respuesta a las necesidades detectadas, definiéndolo en todos sus aspectos. Incluye las subfunciones de definición o adaptación de la intervención, establecimiento de la secuencia y de las prioridades de las acciones, planificación de la intervención, determinación de recursos, planificación de la evaluación y diseño de documentación y del plan de atención a la clientela.

La función de organización de la intervención incluye las funciones de detección de demandas y necesidades, programación, gestión, coordinación y supervisión de la intervención, y elaboración de informes.

Se fomentará y se valorará la creatividad, el espíritu crítico y la capacidad de innovación en los procesos realizados, así como la adaptación de la formación recibida en supuestos laborales y en nuevas situaciones.

El equipo docente ejercerá la tutoría de las siguientes fases de realización del trabajo, que se realizarán fundamentalmente de modo no presencial: estudio de las necesidades del sector productivo, diseño, planificación y seguimiento de la ejecución del proyecto.

La exposición del informe, que realizará todo el alumnado, es parte esencial del proceso de evaluación y se defenderá ante el equipo docente.

Las actividades profesionales asociadas a estas funciones se desarrollan en el sector de las agencias de viajes y la gestión de eventos, e incluyen de modo integrado aspectos de otras funciones, como son la gestión de recursos turísticos, la gestión de los recur-

sos propios de los eventos, el máquetin, la comercialización y las reservas, la promoción del sector, la seguridad ambiental, la prevención de riesgos y la seguridad laboral.

Por sus propias características, la formación del módulo se relaciona con todos los objetivos generales del ciclo y con todas las competencias profesionales, personales y sociales siguientes, excepto en lo relativo a la puesta en práctica de diversos aspectos de la intervención diseñada.

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

- Ejecución de trabajos en equipo.
- Autoevaluación del trabajo realizado.
- Autonomía e iniciativa.
- Uso de las TIC.

1.14. Módulo profesional: formación en centros de trabajo.

*Equivalencia en créditos ECTS: 22.

*Código: MP0403.

*Duración: 384 horas.

1.14.1. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

*RA1. Identifica la estructura y la organización de la empresa en relación con el tipo de servicio que presta.

-CE1.1. Se ha identificado la estructura organizativa de la empresa y las funciones de cada área.

-CE1.2. Se ha comparado la estructura de la empresa con las organizaciones empresariales tipo existentes en el sector.

-CE1.3. Se han relacionado las características del servicio y el tipo de clientes con el desarrollo de la actividad empresarial.

-CE1.4. Se han identificado los procedimientos de trabajo en el desarrollo de la prestación de servicio.

-CE1.5. Se han valorado las competencias necesarias de los recursos humanos para el desarrollo óptimo de la actividad.

-CE1.6. Se ha valorado la idoneidad de los canales de difusión más frecuentes en esta actividad.

*RA2. Aplica hábitos éticos y laborales en el desarrollo de la propia actividad profesional de acuerdo con las características del puesto de trabajo y con los procedimientos establecidos en la empresa.

-CE2.1. Se han reconocido y se han justificado:

-Disponibilidad personal y temporal necesarias en el puesto de trabajo.

-Actitudes personales (puntualidad, empatía etc.) y profesionales (orden, limpieza, responsabilidad etc.) necesarias para el puesto de trabajo.

-Requisitos actitudinales ante la prevención de riesgos en la actividad profesional.

-Requisitos actitudinales referidos a la calidad en la actividad profesional.

-Actitudes relacionales con el propio equipo de trabajo y con la jerarquía establecida en la empresa.

-Actitudes relacionadas con la documentación de las actividades realizadas en el ámbito laboral.

-Necesidades formativas para la inserción y la reinserción laboral en el ámbito científico y técnico del buen hacer profesional.

-CE2.2. 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.

-CE2.3. Se han aplicado los equipos de protección individual según los riesgos de la actividad profesional y las normas de la empresa.

-CE2.4. Se ha mantenido una actitud de respeto por el medio ambiente en las actividades desarrolladas.

-CE2.5. Se han mantenido organizados, limpios y libres de obstáculos el puesto de trabajo y el área correspondiente al desarrollo de la actividad.

-CE2.6. Se ha responsabilizado del trabajo asignado y ha interpretado las instrucciones recibidas y las ha cumplido.

-CE2.7. Se ha establecido una comunicación eficaz con la persona responsable en cada situación y con los miembros del equipo.

-CE2.8. Se ha coordinado con el resto del equipo y ha comunicado las incidencias relevantes.

-CE2.9. Se ha valorado la importancia de la actividad propia y la necesidad de adaptación a los cambios de tareas.

-CE2.10. Se ha responsabilizado de la aplicación de las normas y de los procedimientos en el desarrollo del trabajo propio.

*RA3. Ejecuta las actividades del departamento de creación de viajes combinados utilizando medios, equipos e instrumentos de control, así como técnicas y procedimientos, con arreglo a las instrucciones y las normas establecidas, y a la situación de la clientela.

-CE3.1. Se han interpretado las instrucciones recibidas y la documentación asociada a cada proceso de diseño y cotización de viajes combinados.

-CE3.2. Se han aplicado técnicas de investigación de mercado previas al diseño de viajes combinados.

-CE3.3. Se han reconocido las condiciones y los acuerdos de la negociación con proveedores en base a diversos criterios.

-CE3.4. Se han cotizado los servicios y se han valorado los costes, los descuentos, las comisiones, el margen de beneficio, el umbral de rentabilidad, los impuestos y el precio de venta de los viajes combinados.

-CE3.5. Se han tenido en cuenta los aspectos relacionados con la atención a la clientela y la gestión de la calidad.

-CE3.6. Se han reconocido los procesos de reserva, la operativa y la coordinación con los proveedores de los viajes combinados.

-CE3.7. Se ha cumplimentado la documentación asociada.

-CE3.8. Se ha operado con las aplicaciones informáticas específicas.

*RA4. Realiza la gestión de eventos utilizando medios, equipos e instrumentos de control, y aplicando técnicas y procedimientos conforme a las instrucciones y a las normas establecidas.

-CE4.1. Se han interpretado las instrucciones recibidas y la documentación asociada a cada proceso de gestión de eventos ofrecido por la agencia.

-CE4.2. Se han tramitado las solicitudes de demandas de futuros eventos y su seguimiento.

-CE4.3. Se ha elaborado el presupuesto global y su desglose del evento que se vaya a contratar.

-CE4.4. Se ha participado en la supervisión y en el control del desarrollo del evento contratado.

-CE4.5. Se han realizado las operaciones posventa y seguimiento de satisfacción de la clientela.

-CE4.6. Se han tenido en cuenta los aspectos relacionados con la atención a la clientela y la gestión de la calidad.

-CE4.7. Se ha operado con las aplicaciones informáticas específicas.

Este módulo profesional contribuye a completar las competencias de este título y los objetivos generales del ciclo, tanto aquéllos que se hayan alcanzado en el centro educativo como los de difícil consecución en él.

2. ANEXO II

A) Espacios mínimos.

Espacio formativo	Superficie en m ² (30 alumnos/as)	Superficie en m ² (20 alumnos/as)	Grado de utilización
-Aula polivalente.	60	40	28%
-Aula de agencia e información turística.	60	40	72%

*La Consellería de Educación y Ordenación Universitaria podrá autorizar unidades para menos de treinta puestos escolares, por lo que será posible reducir los espacios formativos proporcionalmente al número de alumnos y alumnas, tomando como referencia para la determinación de las superficies necesarias las cifras indicadas en las columnas segunda y tercera de la tabla.

*El grado de utilización expresa en tanto por ciento la ocupación en horas del espacio prevista para la impartición de las enseñanzas en el centro educativo, por un grupo de alumnado, respecto a la duración total de éstas.

*En el margen permitido por el grado de utilización, los espacios formativos establecidos pueden ser ocupados por otros grupos de alumnos o alumnas que cursen el mismo u otros ciclos formativos, u otras etapas educativas.

*En todo caso, las actividades de aprendizaje asociadas a los espacios formativos (con la ocupación expresada por el grado de utilización) podrán realizarse en superficies utilizadas también para otras actividades formativas afines.

B) Equipos mínimos.

Equipamiento.

-Equipos informáticos y audiovisuales.

-Instalación de red con acceso a internet.

-Impresora láser con conexión a la red.

-Software.

-Paquete ofimático (tratamiento de textos, hojas de cálculo y gestor de presentaciones, etc.).

-Programa de gestión de grupos en agencias de viajes.

-Navegador web.

-Diseño gráfico.

-Programas de diseño HTML y FLASH.

-Creación de documentos en formato pdf.

-Planificador de rutas.

-SIG.

-Programa de gestión de redes en educación.

-Programa de contabilidad y facturación.

-SDG.

-Cámaras de vídeo y fotografía.

-Micrófonos portátiles.

-Guías, mapas, planos, revistas turísticas, audiovisuales de destinos y recursos turísticos, etc.

-PDA con GPS, o navegador GPS portátil con cartografía.

3. ANEXO III

A) Especialidades del profesorado con atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo de agencias de viajes y gestión de eventos.

Módulo profesional	Especialidad del profesorado	Cuerpo
-MP0171. Estructura del mercado turístico.	Hostelería y turismo.	Catedrático/a de enseñanza secundaria. Profesorado de enseñanza secundaria.
-MP0172. Protocolo y relaciones públicas.	Hostelería y turismo.	Catedrático/a de enseñanza secundaria. Profesorado de enseñanza secundaria.
-MP0173. Márquetin turístico.	Hostelería y turismo.	Catedrático/a de enseñanza secundaria. Profesorado de enseñanza secundaria.
-MP0179. Inglés.	Inglés.	Catedrático/a de enseñanza secundaria. Profesorado de enseñanza secundaria.
-MP0180. Segunda lengua extranjera.	Lengua extranjera.	Catedrático/a de enseñanza secundaria. Profesorado de enseñanza secundaria.
-MP0383. Destinos turísticos.	Hostelería y turismo.	Catedrático/a de enseñanza secundaria. Profesorado de enseñanza secundaria.
-MP0384. Recursos turísticos.	Hostelería y turismo.	Catedrático/a de enseñanza secundaria. Profesorado de enseñanza secundaria.
-MP0397. Gestión de productos turísticos.	Hostelería y turismo.	Catedrático/a de enseñanza secundaria. Profesorado de enseñanza secundaria.
-MP0398. Venta de servicios turísticos.	Hostelería y turismo.	Catedrático/a de enseñanza secundaria. Profesorado de enseñanza secundaria.
-MP0399. Dirección de entidades de intermediación turística.	Hostelería y turismo.	Catedrático/a de enseñanza secundaria. Profesorado de enseñanza secundaria.
-MP0400. Proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos.	Hostelería y turismo.	Catedrático/a de enseñanza secundaria. Profesorado de enseñanza secundaria.
-MP0401. Formación y orientación laboral.	Formación y orientación laboral.	Catedrático/a de enseñanza secundaria. Profesorado de enseñanza secundaria.
-MP0402. Empresa e iniciativa emprendedora.	Formación y orientación laboral.	Catedrático/a de enseñanza secundaria. Profesorado de enseñanza secundaria.

B) Titulaciones equivalentes a efectos de docencia.

Cuerpos	Especialidades	Titulaciones
-Profesorado de enseñanza secundaria.	Formación y orientación laboral.	-Diplomado/a en ciencias empresariales. -Diplomado/a en relaciones laborales. -Diplomado/a en trabajo social. -Diplomado/a en educación social. -Diplomado/a en gestión y Administración pública.
	Hostelería y turismo.	-Diplomado/a en turismo.

C) Titulaciones requeridas para la impartición de los módulos profesionales que conforman el título para los centros de titularidad privada y de otras administraciones distintas de la educativa, y orientaciones para la Administración educativa.

Módulos profesionales	Titulaciones
-MP0171. Estructura del mercado turístico. -MP0172. Protocolo y relaciones públicas. -MP0173. Márquetin turístico. -MP0179. Inglés. -MP0180. Segunda lengua extranjera. -MP0383. Destinos turísticos. -MP0384. Recursos turísticos. -MP0397. Gestión de productos turísticos. -MP0398. Venta de servicios turísticos. -MP0399. Dirección de entidades de intermediación turística. -MP0400. Proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos. -MP0401. Formación y orientación laboral. -MP0402. Empresa e iniciativa emprendedora.	-Licenciado/a, ingeniero/a, arquitecto/a o el título de grado correspondiente, u otros títulos equivalentes a efectos de docencia.

4. ANEXO IV

Convalidaciones entre módulos profesionales establecidos en el título de técnico superior en agencias de viajes al amparo de la Ley orgánica 1/1990 y los establecidos en el título de técnico superior en agencias de viajes y gestión de eventos al amparo de la Ley orgánica 2/2006.

Módulos profesionales del ciclo formativo (LOGSE): Agencias de viajes	Módulos profesionales del ciclo formativo (LOE): Agencias de viajes y gestión de eventos
-Producción y venta de servicios turísticos en agencias de viajes.	-MP0398. Venta de servicios turísticos. -MP0397. Gestión de productos turísticos.
-Gestión económico-administrativa en agencias de viajes. -Organización y control en agencias de viajes.	-MP0399. Dirección de entidades de intermediación turística. -MP0402. Empresa e iniciativa emprendedora.
-Comercialización de productos y servicios turísticos.	-MP0173. Márquetin turístico. -MP0171. Estructura del mercado turístico.
-Lengua extranjera.	-MP0179. Inglés.
-Segunda lengua extranjera.	-MP0180. Segunda lengua extranjera.
-Formación en centro de trabajo.	-MP0403. Formación en centros de trabajo.

5. ANEXO V

A) Correspondencia de las unidades de competencia acreditadas con arreglo a lo establecido en el artículo 8 de la Ley orgánica 5/2002, de 19 de junio, con los módulos profesionales para su convalidación.

Unidades de competencia acreditadas	Módulos profesionales convalidables
-UC0266_3: Vender servicios turísticos y viajes.	-MP0398. Venta de servicios turísticos.
-UC0267_2: Desarrollar la gestión económico-administrativa de agencias de viajes. -UC0268_3: Gestionar unidades de información y distribución turísticas.	-MP0399. Dirección de entidades de intermediación turística.
-UC1055_3: Elaborar y operar viajes combinados, excursiones y traslados.	-MP0397. Gestión de productos turísticos.
-UC1056_3: Gestionar eventos.	-MP0172. Protocolo y relaciones públicas.
-UC1072_3: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario competente, en los servicios turísticos de guía y animación.	-MP0179. Inglés. (*)
-UC1074_3: Gestionar información turística.	-MP0173. Márquetin turístico.
-UC1069_3: Interpretar el patrimonio y los bienes de interés cultural del ámbito de actuación a turistas y visitantes. -UC1070_3: Interpretar espacios naturales y otros bienes de interés natural del ámbito de actuación a turistas y visitantes.	-MP0384. Recursos turísticos.
-UC1073_3: Comunicarse en una lengua extranjera distinta del inglés, con un nivel de usuario competente, en los servicios turísticos de guía y animación.	-MP0180. Segunda lengua extranjera. (*)

* Podrá convalidarse de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 66.4º de la Ley orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de educación.

B) Correspondencia de los módulos profesionales con las unidades de competencia para su acreditación.

Módulos profesionales superados	Unidades de competencia acreditables
-MP0398. Venta de servicios turísticos.	-UC0266_3: Vender servicios turísticos y viajes.
-MP0399. Dirección de entidades de intermediación turística.	-UC0267_2: Desarrollar la gestión económico-administrativa de agencias de viajes. -UC0268_3: Gestionar unidades de información y distribución turísticas.
-MP0397. Gestión de productos turísticos.	-UC1055_3: Elaborar y operar viajes combinados, excursiones y traslados.
-MP0172. Protocolo y relaciones públicas.	-UC1056_3: Gestionar eventos.
-MP0384. Recursos turísticos.	-UC1069_3: Interpretar el patrimonio y los bienes de interés cultural del ámbito de actuación a turistas y visitantes. -UC1070_3: Interpretar espacios naturales y otros bienes de interés natural del ámbito de actuación a turistas y visitantes.
-MP0179. Inglés.	-UC1072_3: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario competente, en los servicios turísticos de guía y animación. -UC1057_2: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario independiente, en las actividades turísticas.
-MP0180. Segunda lengua extranjera.	-UC1073_3: Comunicarse en una lengua extranjera distinta del inglés, con un nivel de usuario competente, en los servicios turísticos de guía y animación.
-MP0173. Márquetin turístico	-UC1074_3: Gestionar información turística.

6. ANEXO VI

Organización de los módulos profesionales del ciclo formativo para el régimen ordinario

Curso	Módulo	Duración	Especialidad del profesorado
1º	-MP0171. Estructura del mercado turístico.	133	Hostelería y turismo.
1º	-MP0173. Márquetin turístico.	160	Hostelería y turismo.
1º	-MP0179. Inglés.	160	Inglés.
1º	-MP0383. Destinos turísticos.	213	Hostelería y turismo.
1º	-MP0384. Recursos turísticos.	187	Hostelería y turismo.
1º	-MP0401. Formación y orientación laboral.	107	Formación y orientación laboral.
Total 1º (FCE)		960	
2º	-MP0172. Protocolo y relaciones públicas.	105	Hostelería y turismo.
2º	-MP0180. Segunda lengua extranjera.	157	Lengua extranjera.
2º	-MP0397. Gestión de productos turísticos.	105	Hostelería y turismo.
2º	-MP0398. Venta de servicios turísticos.	123	Hostelería y turismo.
2º	-MP0399. Dirección de entidades de intermediación turística.	87	Hostelería y turismo.
2º	-MP0402. Empresa e iniciativa emprendedora.	53	Formación y orientación laboral.
Total 2º (FCE)		630	
2º	-MP0400. Proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos.	26	Hostelería y turismo.
2º	-MP0403. Formación en centros de trabajo.	384	

* Distribución semanal para los centros que impartan las enseñanzas del ciclo formativo por el régimen ordinario en sesiones de 50 minutos.

7. ANEXO VII

Organización de los módulos profesionales en unidades formativas de menor duración

Módulo profesional	Unidades formativas	Duración
-MP0397. Gestión de productos turísticos.	-MP0397_12. Gestión de viajes combinados.	55
	-MP0397_22. Gestión de eventos.	50
-MP0401. Formación y orientación laboral.	-MP0401_12. Prevención de riesgos laborales.	45
	-MP0401_22. Equipos de trabajo, derecho del trabajo y de la seguridad social, y búsqueda de empleo	62