



DECRETO 211/2010, de 19 de noviembre, por el que se establece el currículo del ciclo formativo de Grado Superior de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos en la Comunidad Autónoma de Extremadura. (2010040234)

El artículo 12.1 de la Ley Orgánica 1/1983, de 25 de febrero, de Estatuto de Autonomía de Extremadura, atribuye a la Comunidad Autónoma la competencia de desarrollo legislativo y ejecución de la enseñanza en toda su extensión, niveles y grados, modalidades y especialidades, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 27 de la Constitución y Leyes Orgánicas que, conforme al apartado 1 del artículo 81 de la misma, lo desarrollen.

Mediante Real Decreto 1801/1999, de 26 de noviembre, se traspasan a la Comunidad Autónoma de Extremadura funciones y servicios en materia de enseñanza no universitaria.

El artículo 6.1 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, define el currículo como el conjunto de objetivos, competencias básicas, contenidos, métodos pedagógicos y criterios de evaluación de cada una de las enseñanzas reguladas en la citada Ley. Por otra parte, su artículo 6.2 asigna al Gobierno la competencia para fijar los aspectos básicos del currículo que constituyen las enseñanzas mínimas, mientras corresponde a las Administraciones educativas competentes establecer el currículo del que formarán parte dichos aspectos básicos.

La Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional, establece en el artículo 10.1 que la Administración General del Estado, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 149.1.30.^a y 7.^a de la Constitución y previa consulta al Consejo General de la Formación Profesional, determinará los títulos y los certificados de profesionalidad, que constituirán las ofertas de formación profesional referidas al Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales.

El Real Decreto 1538/2006, de 15 de diciembre, ha establecido la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo y, define en el artículo 6 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.

Asimismo, el artículo 7 del citado real decreto establece que el perfil profesional de los títulos incluirá la competencia general, las competencias profesionales, personales y sociales, las cualificaciones y, en su caso, las unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluida en el título, de modo que cada título debe incorporar, al menos, una cualificación profesional completa, con el fin de lograr que los títulos de formación profesional respondan a las necesidades demandadas por el sistema productivo y a los valores personales y sociales para ejercer una ciudadanía democrática.

El Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio, establece el título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos y fija sus enseñanzas mínimas. La competencia general que se le atribuye a este título es programar y realizar viajes combinados y todo tipo de eventos, vender servicios turísticos en agencias de viajes y a través de otras unidades de distribución, proponiendo acciones para el desarrollo de sus programas de marketing y asegurando la satisfacción de los clientes.



El presente decreto tiene como objeto establecer el currículo del título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos que se imparta en la Comunidad Autónoma de Extremadura, determinando los objetivos generales, los módulos profesionales, sus objetivos específicos y criterios de evaluación expresados en términos de resultados de aprendizaje y de procedimientos, contenidos y actividades respectivamente.

En virtud de todo lo cual, previo informe del Consejo Escolar de Extremadura y del Consejo de Formación Profesional, a propuesta de la Consejera de Educación, previa deliberación el Consejo de Gobierno en su sesión de 19 de noviembre de 2010,

D I S P O N G O :

Artículo 1. Objeto y ámbito de aplicación.

El presente decreto tiene como objeto establecer el currículo correspondiente al Título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos en la Comunidad Autónoma de Extremadura, dentro de la Familia Profesional de Hostelería y Turismo, de acuerdo con 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.

Artículo 2. Competencia general.

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

Artículo 3. 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 los consumidores, las estrategias de los competidores y la evolución del sector, con objeto de encontrar oportunidades de negocio.
- b) Programar y ofertar viajes combinados y otros servicios turísticos complejos que se adecuen en calidad, tiempo y precios a las demandas del cliente.
- c) Programar y ofertar servicios para congresos, convenciones, ferias y otros eventos, que se adecuen a las expectativas y necesidades de los clientes.
- d) Seleccionar los proveedores, según su relación calidad precio, calculando tanto los costes como el beneficio, para fijar el precio final de la oferta.
- e) Proponer programas de promoción y comunicación así como canales de distribución, para dar a conocer la oferta de la empresa al mercado, controlando la efectividad de los mismos.



- f) Asesorar y proponer al cliente diferentes alternativas de servicios turísticos y análogos, interpretando sus solicitudes y calibrando sus necesidades, para cubrir sus expectativas.
- g) Reservar los derechos de uso de servicios y productos turísticos, calculando las tarifas a aplicar, emitir los bonos y documentos de confirmación de los mismos.
- h) Establecer estructuras organizativas y administrar departamentos de agencias de viajes, para optimizar los recursos tanto humanos como materiales y controlar los resultados.
- i) Aplicar asiduamente las diferentes herramientas de las tecnologías de la información y comunicación propias del sector en el desempeño de las tareas, así como mantenerse continuamente actualizado en las mismas.
- j) Poner en funcionamiento un servicio post-venta aparejado a la oferta y atender al cliente para dar respuesta a sus solicitudes y/o reclamaciones asegurando su satisfacción y la calidad de los servicios.
- k) Motivar al personal a su cargo, delegar funciones y tareas, promoviendo la participación y el respeto, las actitudes de tolerancia y los principios de igualdad de oportunidades.
- l) Mantener el espíritu empresarial para la generación de su propio empleo.
- m) Desarrollar tareas de administración para cumplir los requisitos legales, económicos y empresariales, incluyendo operaciones de facturación, cobros y pagos para así poder liquidar económicamente con clientes y proveedores.

Artículo 4. Cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales.

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



2. Asimismo, las cualificaciones profesionales incompletas son:

- a) Promoción turística local e información al visitante 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 (R.D. 1700/2007, de 14 de diciembre).

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

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

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

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

Artículo 5. 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 la normativa vigente para programar y ofertar viajes combinados y otros servicios turísticos complejos.
- c) Analizar información sobre el mercado de reuniones y demanda de clientes, determinando los recursos propios y ajenos y las necesidades de coordinación para programar y ofertar servicios para congresos, convenciones, ferias y otros eventos.
- d) Valorar variables económicas y de calidad, aplicando diferentes métodos para seleccionar los proveedores.
- e) Analizar las herramientas y estrategias del marketing reconociendo sus fases y aplicaciones para proponer programas de promoción, comunicación y distribución.
- f) Seleccionar servicios turísticos y análogos, identificando las necesidades, motivaciones y expectativas de los consumidores para asesorar y proponer la mejor alternativa al cliente, empleando al menos dos idiomas extranjeros.



- g) Identificar tarifas de diferentes servicios y proveedores, cotizando y/o calculando el importe teniendo en cuenta la normativa vigente para reservar los derechos de uso de servicios y productos turísticos.
- h) Caracterizar la documentación propia de las agencias de viajes y de los proveedores de servicios, aplicando diversos procedimientos para emitir la documentación oportuna relativa a viajes y otros servicios.
- i) Analizar recursos humanos y materiales, caracterizando puestos, funciones del personal y equipamiento para establecer estructuras organizativas y administrar departamentos de agencias de viajes.
- j) Analizar los procesos de facturación y liquidación con clientes y proveedores, identificando los requisitos legales, económicos y empresariales para desarrollar las tareas de administración en las agencias de viajes y la gestión de eventos.
- k) Caracterizar aplicaciones informáticas y de gestión, así como las tecnologías de la información y de la comunicación, reconociendo su utilidad para incrementar la eficacia de los servicios prestados.
- l) Caracterizar los procedimientos de los servicios y las actuaciones post-venta, seleccionando las técnicas más adecuadas para aplicar protocolos de calidad.
- m) Analizar las actitudes positivas, valorando la participación, respeto, tolerancia e igualdad de oportunidades entre las personas para motivar al personal a su cargo.
- n) Reconocer e identificar posibilidades de negocio, analizando el mercado y estudiando la viabilidad de los proyectos para mantener el espíritu empresarial.

Artículo 6. Estructura del ciclo.

1. Los módulos profesionales de este ciclo formativo desarrollados en el Anexo I del presente decreto, de conformidad con lo previsto en el artículo 14 del Real Decreto 1538/2006, de 15 de diciembre, son los siguientes:

0171 Estructura del mercado turístico.

0172 Protocolo y relaciones públicas.

0173 Marketing turístico.

0383 Destinos turísticos.

0384 Recursos turísticos.

0397 Gestión de productos turísticos.

0398 Venta de servicios turísticos.

0399 Dirección de entidades de intermediación turística.

0179 Inglés.

0180 Segunda lengua extranjera.

0400 Proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos.

0401 Formación y orientación laboral.



0402 Empresa e iniciativa emprendedora.

0403 Formación en centros de trabajo.

2. Los resultados de aprendizaje, los criterios de evaluación, los contenidos y las orientaciones pedagógicas de cada uno de los módulos profesionales, que constituyen el currículo del título de Formación Profesional de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos, se recoge en el Anexo I del presente decreto.
3. La organización de los módulos profesionales correspondientes a este ciclo formativo se recoge en el Anexo III de este decreto.
4. La distribución y duración por curso escolar, así como el horario semanal de cada uno de los módulos profesionales que componen las enseñanzas del título de Formación Profesional de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos, será el que aparece en el Anexo III de este decreto.

Artículo 7. Desarrollo curricular.

1. Los centros educativos, en virtud de su autonomía pedagógica, concretarán y desarrollarán las enseñanzas correspondientes al título mediante la elaboración de un proyecto curricular del ciclo formativo que responda a las necesidades del alumnado y a las características concretas del entorno socioeconómico, cultural y profesional, en el marco del proyecto educativo del centro.
2. El equipo docente responsable del desarrollo del ciclo formativo elaborará las programaciones para los distintos módulos profesionales. Estas programaciones didácticas deberán contener, al menos, la adecuación de las competencias profesionales, personales y sociales al contexto socioeconómico y cultural dentro del centro educativo y a las características de los alumnos y alumnas, la distribución y el desarrollo de los contenidos, la metodología de carácter general y los criterios sobre el proceso de evaluación, así como los materiales didácticos.

Artículo 8. Preferencias para el acceso.

Tendrán preferencia para acceder a este ciclo formativo aquellos alumnos que hayan cursado la modalidad de Bachillerato de Humanidades y Ciencias Sociales.

Artículo 9. Acceso a otros estudios.

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

Artículo 10. Evaluación.

1. El profesorado evaluará los aprendizajes del alumnado, los procesos de enseñanza y su propia práctica docente.



2. La evaluación en el ciclo formativo de grado superior de Agencias de Viajes y Gestión de Eventos, se realizará teniendo en cuenta los resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación establecidos en los módulos profesionales, así como los objetivos generales del ciclo formativo.
3. Dada la estructura modular de los ciclos formativos la evaluación de los aprendizajes del alumnado se realizará por módulos profesionales.
4. El alumnado que obtenga una evaluación positiva en todos los módulos profesionales correspondientes al ciclo formativo obtendrán el título de formación profesional de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.

Artículo 11. Convalidaciones, exenciones y correspondencias.

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 VI del presente 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 de acuerdo con el artículo 45.2 del Real Decreto 1538/2006, de 15 de diciembre, quienes hubieran 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, tendrán 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 45.3 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 de acuerdo con 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.
5. La correspondencia de las unidades de competencia con los módulos profesionales que forman las enseñanzas del título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos para su convalidación o exención queda determinada en el Anexo IV A) de este decreto.



6. La correspondencia de los módulos profesionales que forman las enseñanzas del título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos con las unidades de competencia para su acreditación, queda determinada en el Anexo IV B) de este decreto.

Artículo 12. Metodología didáctica.

1. La metodología didáctica tiene que adaptarse a las peculiaridades colectivas del grupo, así como a las peculiaridades individuales.
2. La tutoría, la orientación profesional y la formación para la inserción laboral, forman parte de la función docente. Corresponde a los equipos educativos la programación de actividades encaminadas a conseguir la optimización de los procesos de formación del alumnado.
3. La orientación profesional y la formación para la inserción laboral, serán desarrolladas de modo que al final del ciclo formativo los alumnos y las alumnas alcancen la madurez académica y profesional para realizar las opciones más acordes con sus habilidades e intereses.
4. La función docente incorporará la formación en prevención de riesgos laborales dentro de cada módulo profesional y será considerada como área prioritaria.

Artículo 13. Profesorado.

1. Las especialidades del profesorado con atribución docente en los módulos profesionales que constituyen las enseñanzas de este ciclo formativo, a efectos de docencia, son las recogidas en el Anexo V A) de este decreto, en concordancia con lo dispuesto en el Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio.
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. Las titulaciones equivalentes, a efectos de docencia, a las anteriores para las distintas especialidades del profesorado son las recogidas en el Anexo V B) del presente decreto.
3. Las titulaciones requeridas y los requisitos necesarios para la impartición de los módulos profesionales que conforman el título, para el profesorado de los centros de titularidad privada o de titularidad pública de otras administraciones distintas de las educativas, son las incluidas en el Anexo V C) del presente decreto. En todo caso, se exigirá que las enseñanzas conducentes a las titulaciones citadas engloben los objetivos de los módulos profesionales o se acredite, mediante "certificación", una experiencia laboral de, al menos tres años, en el sector vinculado a la familia profesional, realizando actividades productivas en empresas relacionadas implícitamente con los resultados de aprendizaje.

Artículo 14. Espacios y equipamientos.

1. Los espacios y equipamientos recomendados 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 podrán ser ocupados por diferentes grupos que cursen el mismo u otros ciclos formativos, o etapas educativas.



3. Los diversos espacios formativos identificados no deben diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

Disposición adicional primera. Calendario de implantación.

De acuerdo con lo dispuesto en la disposición final segunda del Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio, el currículo de establecido por este decreto se implantará en el curso escolar 2010/2011 para los módulos profesionales de primer curso y en el 2011/2012 para el resto de módulos.

Disposición adicional segunda. Oferta a distancia.

Los módulos profesionales que forman las enseñanzas de este ciclo formativo podrán ofertarse a distancia, siempre que se garantice que el alumnado puede conseguir los resultados de aprendizaje de los mismos, de acuerdo con lo dispuesto en el presente Decreto.

Disposición transitoria única. Vigencia por Real Decreto 144/1994.

1. El alumnado que durante el curso 2009/2010 haya estado matriculados en módulos profesionales correspondientes al primer curso del anterior título y no promocione, se podrá incorporar al primer curso de las enseñanzas reguladas por el presente decreto sin perjuicio de las convalidaciones o reconocimientos de módulos a los que se pudieran tener derecho, según lo previsto en el Anexo VI.
2. Durante los cursos 2010/2011 y 2011/2012 se organizarán dos convocatorias extraordinarias anuales de módulos profesionales de primer curso, a los que podrá concurrir, con los límites establecidos en las normas de evaluación, aquel alumnado que pueda promocionar a segundo curso pero tenga pendiente módulos profesionales de primer curso.
3. Durante los cursos 2011/2012 y 2012/2013 se organizarán dos convocatorias extraordinarias de módulos profesionales de segundo curso, a las que podrá concurrir, con los límites establecidos en las normas de evaluación, el alumnado con estos módulos profesionales pendientes.

Disposición final primera. Desarrollo reglamentario.

Se autoriza al titular de la Consejería competente en materia de educación para el desarrollo y ejecución del presente decreto.

Disposición final segunda. Entrada en vigor.

El presente decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de Extremadura.

Mérida, a 19 de noviembre de 2010.

El Presidente de la Junta de Extremadura,
GUILLERMO FERNÁNDEZ VARA

La Consejera de Educación,
EVA MARÍA PÉREZ LÓPEZ

**A N E X O I****MÓDULOS PROFESIONALES****MÓDULO PROFESIONAL: ESTRUCTURA DEL MERCADO TURÍSTICO**

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Código: 0171

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido las diferentes tipologías turísticas relacionándolas con las características básicas de las mismas.
- b) Se han localizado las distintas tipologías turísticas por su distribución geográfica.
- c) Se han relacionado los diferentes factores que influyen en la localización espacial según el tipo de turismo de la zona.
- d) Se han analizado las tendencias de las tipologías turísticas nacionales.
- e) Se han analizado las tendencias de las tipologías turísticas internacionales.
- f) Se han descrito las ventajas e inconvenientes del desarrollo turístico de una zona.



g) Se han valorado los factores que influyen en la demanda y la incidencia que podemos hacer sobre ellos y su distribución.

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

Criterios de evaluación:

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

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

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

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

e) Se ha caracterizado la oferta complementaria.

f) Se han descrito las peculiaridades del núcleo turístico.

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

h) Se ha reconocido y caracterizado la oferta turística en Extremadura.

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

Criterios de evaluación:

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

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

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

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

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

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

g) Se han investigado las tendencias actuales de la demanda, así como los mercados emergentes.

h) Se ha valorado la importancia de conocer a la clientela como elemento dinamizador de la demanda turística.

Duración: 128 horas.



Contenidos básicos:

1. Contextualización del sector turístico.

- Elementos básicos que caracterizan el sector turístico: turismo, turista, visitante, excursionista y otros. Definiciones y características.
- Evolución del turismo.
- Historia del turismo. Etapas.
- Normativa turística.
- Entidades públicas y privadas de ámbito local, regional, nacional e internacional relacionadas con el sector turístico.
- Eventos locales, regionales, nacionales e internacionales en materia de turismo.
- Valoración de la actividad turística en el desarrollo de un núcleo poblacional.
- Efectos económicos del turismo.
- Efectos sociales del turismo.
- Valoración de las nuevas tecnologías como fuentes de información y promoción turística.
- Valoración del profesional turístico en el ámbito de su profesión.

2. Identificación de las tipologías turísticas y sus tendencias.

- Principales tipologías turísticas: turismo de sol y playa, cultural, deportivo, rural, de congresos, otros. Definición y características.
- Localización geográfica de las principales tipologías turísticas.
- Factores de localización espacial según el tipo de turismo.
- Tendencias de las tipologías turísticas nacionales.
- Tendencias de las tipologías turísticas internacionales.
- El desarrollo turístico. Ventajas e inconvenientes. Impactos económicos, sociales, culturales y medioambientales del turismo, a nivel local, regional, nacional e internacional.
- Factores que influyen en la demanda. Valoración e incidencia sobre su distribución.

3. Análisis de la oferta turística.

- La oferta turística.
- Los recursos turísticos. Definición y tipos.
- Elementos que componen la oferta turística.
- La oferta básica.
- La intermediación turística. Canales de distribución.
- Agencias de viajes. Concepto y características.
- Tipos de agencias de viajes.
- Principales canales de distribución.
- Empresas de alojamientos turísticos.
- Alojamiento hotelero. Concepto, clasificación y características.
- Alojamiento extrahotelero. Concepto, clasificación y características.



- Los medios de transporte turísticos.
- Transporte aéreo, por ferrocarril, por carretera, marítimo y fluvial. Características y servicios que ofrecen.
- La oferta complementaria. Características. Empresas de restauración, oficinas de información turística, otros.
- El núcleo turístico. Características.
- Importancia económica del turismo para el núcleo turístico.
- La oferta turística en Extremadura. Características. Recursos turísticos.

4. Caracterización de la demanda turística.

- La demanda turística. Concepto y factores que la caracterizan.
- Los clientes. Tipología y características.
- La elasticidad de la demanda turística. Elementos de influencia.
- Motivaciones de la demanda turística.
- Estacionalidad de la demanda. Acciones de desestacionalización.
- Comportamientos de compra.
- Tendencias actuales de la demanda turística. Los mercados emergentes.
- La clientela como elemento dinamizador de la demanda.

Orientaciones pedagógicas.

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

Este módulo incluye aspectos como:

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

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

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

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



- El funcionamiento básico de los distintos sectores o empresas que configuran la oferta.
- La caracterización y elementos que condicionan la demanda del mercado turístico.

MÓDULO PROFESIONAL: PROTOCOLO Y RELACIONES PÚBLICAS

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Código: 0172

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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



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

Criterios de evaluación:

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

4. Establece comunicación con el cliente relacionando las técnicas empleadas con el tipo de usuario.

Criterios de evaluación:

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



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

Criterios de evaluación:

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

Criterios de evaluación:

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

Duración: 128 horas.

Contenidos básicos:

1. Aplicación del protocolo institucional.

— Protocolo. Definición. Tipos. Terminología.



- Protocolo institucional. Elementos.
- Presidencias en actos oficiales. Tipos.
- Sistemas de organización de invitados. Montaje de mesas.
- Interés por la normativa en materia de protocolo y precedencias oficiales de la Unión Europea, del Estado Español y de las Comunidades Autónomas.
- Proyección de actos protocolarios.
- Diseño de invitaciones.
- Ordenación de banderas dentro de los actos protocolarios.

2. Aplicación del protocolo empresarial.

- Tipos y objetivos de los actos protocolarios empresariales.
- Ruedas y conferencias de prensa.
- Mesas de firma.
- Celebraciones y banquetes.
- Otros.
- Manual protocolario y de comunicación de una empresa. Diseño.
- Identificación del público objetivo y adecuación del acto.
- Actos protocolarios empresariales. Diseño. Aplicación del protocolo durante el acto.
- Documentación necesaria.
- Elaboración del programa y cronograma del acto a organizar.
- Presupuesto económico del acto protocolario.

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

- Fundamentos y principios de las RR.PP.
- Aplicación y valoración de las RR.PP., en el ámbito turístico empresarial e institucional.
- Identidad corporativa en empresas e instituciones del sector turístico. Elementos de identidad.
- Identificación y caracterización de las principales marcas.
- La imagen corporativa. Definición. Componentes. Tipos.
- La imagen del turismo español y del turismo extremeño.
- Procesos y canales de comunicación. Selección de los medios de comunicación adecuados.
- La expresión corporal y la expresión verbal. Técnicas. La imagen personal. Habilidades sociales.
- Recursos de las relaciones públicas.

4. Comunicación con los clientes.

- Proceso de la comunicación.
- Comunicación no verbal.
- Comunicación verbal.
- Objetivos y variables de la atención al cliente.



- Modalidades de atención al cliente. Contacto directo y no directo. Técnicas.
- Tipos de clientes.
- Puntos clave de una buena atención al cliente según la fase de contacto de este con la empresa. Actitudes y aptitudes.
- Técnicas de dinamización e interacción grupal.

5. Gestión de quejas, reclamaciones y sugerencias.

- Quejas, reclamaciones y sugerencias. Definiciones. Diferencia entre queja y reclamación formal.
- Principales motivos de quejas del cliente de las empresas de hostelería y turismo.
- Elementos de recogida de quejas, reclamaciones o sugerencias.
- Importancia de las quejas, reclamaciones y sugerencias como elemento de mejora continua.
- Fases de la gestión de quejas y reclamaciones.
- Normativa legal vigente en materia de reclamaciones de clientes en establecimientos de empresas turísticas.
- Manual corporativo de atención al cliente y gestión de quejas y reclamaciones. Diseño de puntos clave.

6. Actitudes de atención al cliente.

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

Orientaciones pedagógicas.

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

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

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

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



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

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

MÓDULO PROFESIONAL: MARKETING TURÍSTICO

Equivalencia en créditos ECTS: 10

Código: 0173

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha conceptualizado y clasificado la segmentación de mercado.
- b) Se han definido los requisitos para que la segmentación sea efectiva.
- c) Se han analizado las variables de segmentación más utilizadas en turismo.

- d) Se ha reconocido la importancia de la segmentación para el diseño de la estrategia comercial de las empresas turísticas.
- e) Se han identificado y valorado los diferentes segmentos de mercado y su atractivo en función del producto-servicio.
- f) Se han definido las estrategias de cobertura de segmentos de mercado.
- g) Se ha identificado el posicionamiento del producto en el mercado.
- h) Se han valorado los instrumentos comerciales y su compatibilidad con los diferentes segmentos de mercado.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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



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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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



- b) Se han identificado las fases del proceso de decisión de compra en el consumidor.
- c) Se han caracterizado los agentes implicados en el proceso de decisión de compra.
- d) Se ha analizado el impacto psicosocial del marketing, la publicidad y las relaciones públicas, y su incidencia en el proceso de compra.
- e) Se han caracterizado los puntos clave en el proceso de postcompra y oportunidades de fidelización.
- f) Se han descrito y valorado la percepción y satisfacción de los consumidores mediante los procesos de control de calidad.

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

Criterios de evaluación:

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

Duración: 160 horas.

Contenidos básicos:

1. Caracterización del marketing turístico.

- Introducción al marketing turístico. Justificación.
- Marketing turístico. Conceptos, definiciones e instrumentos del marketing turístico.
- Etapas. Evolución de la función del marketing: orientación hacia el consumidor. El futuro del marketing.
- Marketing de productos versus marketing de servicios. Relación con el sector de la hostelería y el turismo.
- La función comercial del marketing. La investigación de mercados.
- Tipos de investigación.
- Métodos.
- Fuentes estadísticas.
- Etapas de una investigación de mercado.
- La dirección del marketing turístico. Estructuras organizativas. Enfoques de Dirección.

2. Interpretación de la segmentación de mercados turísticos.

- Segmentación de mercados.
- Concepto y clasificación de los segmentos.
- Requisitos estratégicos de los segmentos.
- 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. Métodos. Mapas perceptuales.
- Instrumentos comerciales y compatibilidad de los segmentos.

3. Identificación del marketing-mix y sus elementos.

- Marketing-mix. Concepto. Elementos. Aplicación y estrategias.
- El producto-servicio turístico. Niveles y elementos:
 - La "servucción".
 - La marca en los productos y servicios turísticos. Desarrollo y lanzamiento de los nuevos productos turísticos.
 - El ciclo de vida del producto y de los destinos turísticos. Etapas.
 - El precio turístico. Concepto. Factores a tener en consideración.
 - Métodos y estrategias para la fijación de los precios.
 - El Yield management. Concepto. Cálculo.
 - La distribución turística.
 - Canales de distribución en el sector turístico.
 - Sistemas globales de distribución.
 - La comunicación turística. Concepto. Funciones.
 - La promoción turística en el mix promocional: la publicidad, las RR.PP., las promociones de ventas/merchandising, las ferias turísticas, Work shops, Fam-trips y otros.

4. Análisis de las nuevas tecnologías aplicadas al marketing turístico.

- Marketing directo en turismo y nuevas tecnologías. Características. Desarrollo y evolución.
- Aplicaciones de las nuevas tecnologías en marketing turístico.
- Marketing en internet. Uso de la Red, páginas Web, comercio electrónico B2B y otros.
- Bases de datos. Objetivos generales del desarrollo de una base de datos de marketing. Creación, uso y mantenimiento de bases de datos.
- Marketing directo. Características. Desarrollo y evolución.
- Factores de influencia.
- Materiales de soporte y de desarrollo de políticas de marketing directo (Telemarketing, correo electrónico, CD's).
- Desarrollo de un marketing directo combinado.

5. Caracterización del plan de marketing.

- Plan de marketing. Elementos y finalidad. Valoración. Análisis de otros planes empresariales.
- Análisis de la situación.



- Análisis del mercado.
- Análisis del entorno.
- Análisis de la competencia.
- Análisis DAFO.
- Segmentación y público objetivo.
- Objetivos y cuotas de ventas.
- Planes de acción: estrategias y tácticas.
- Estrategias de ventas.
- Estrategias de publicidad y promoción.
- Estrategias de productos.
- Recursos necesarios para respaldar las estrategias y alcanzar los objetivos.
- Recursos humanos.
- Equipamientos y espacios.
- Otros recursos.
- Seguimiento y control del plan de marketing.
- Previsiones de ventas.
- Control presupuestario.
- Evaluación de los objetivos. Reajustes del plan de marketing.
- Control de calidad del plan.
- Presentación y promoción del plan.
- Auditoría ambiental del plan.

6. Interpretación del proceso de decisión en el consumidor.

- El consumidor de productos y servicios turísticos.
- Necesidades.
- Motivaciones.
- Factores de influencia externos.
- Los nuevos consumidores en el sector turístico.
- Fases del proceso de decisión de compra.
- Características que afectan al consumidor. Impacto de los factores culturales, sociales, personales y psicológicos.
- El proceso de postcompra y fidelización.
- La calidad en el sector turístico. La satisfacción del cliente.
- Herramientas de control de la calidad y la satisfacción del cliente. Implementación en empresas del sector turístico.

7. Caracterización de los criterios de consumerismo.

- La economía de mercado. Concepto. Características generales.
- El consumerismo.
- Concepto.



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

Orientaciones pedagógicas.

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

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

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

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

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

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

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

MÓDULO PROFESIONAL: DESTINOS TURÍSTICOS

Equivalencia en créditos ECTS: 12

Código: 0383

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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



Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado el concepto de geografía turística y su importancia para el conocimiento integral de los destinos.
 - b) Se ha identificado la organización territorial y administrativa de España, distinguiendo las comunidades autónomas, provincias y comarcas más representativas y los municipios turísticos más relevantes, ubicándolos en el espacio geográfico.
 - c) Se han identificado y descrito las principales características, unidades físicas y accidentes geográficos del relieve de España.
 - d) Se han identificado los principales elementos característicos de la hidrografía y el litoral.
 - e) Se han identificado y descrito los paisajes característicos y la vegetación autóctona, así como los principales espacios naturales protegidos.
 - f) Se han identificado y descrito las características generales del clima de España.
 - g) Se ha analizado la distribución de la población en el conjunto del Estado español.
 - h) Se han identificado los principales elementos característicos de las diferentes culturas y pueblos de España.
 - i) Se ha valorado la pluralidad de lenguas, culturas, costumbres, ritos y creencias de las comunidades autónomas españolas.
 - j) Se han identificado los materiales y fuentes para el estudio de los destinos turísticos.
2. Identifica los principales elementos de la geografía turística de Europa y del resto del mundo reconociendo la división política de los continentes y sus Estados, el relieve, la hidrografía y el clima.

Criterios de evaluación:

- a) Se han descrito las funciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en el contexto de la división territorial de los países en regiones y subregiones.
- b) Se han identificado las regiones y subregiones turísticas de la OMT, ubicándolas en el espacio geográfico.
- c) Se ha analizado la organización política y territorial de Europa.
- d) Se han identificado las principales unidades físicas de Europa.
- e) Se han distinguido los países comunitarios y los no comunitarios, así como los territorios dependientes de dentro y fuera de Europa, ubicándoles en el espacio geográfico.
- f) Se han descrito los elementos y características más relevantes y representativas del relieve, la hidrografía y el litoral europeos.
- g) Se han descrito las unidades físicas, paisajes y vegetación más relevantes; así como los principales espacios naturales protegidos y las características generales del clima europeo.



- h) Se han analizado las características más sobresalientes de las diferentes culturas y pueblos de Europa.
 - i) Se han descrito las características más relevantes del relieve, hidrografía, vegetación, clima y diversidad cultural del resto de regiones y subregiones del mundo.
 - j) Se ha valorado la pluralidad de lenguas, culturas, costumbres, ritos y creencias de los diferentes Estados de Europa.
3. Identifica los principales destinos turísticos de España describiendo y valorando sus recursos y oferta turística.

Criterios de evaluación:

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

Criterios de evaluación:

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

Duración: 192 horas.



Contenidos básicos:

1. Identificación de la geografía turística de España.

- Concepto de la geografía turística e identificación.
- Organización territorial y administrativa. Concepto de Autonomía, región, provincia, comarca y municipio. Identificación.
- Relieve. Características. Unidades físicas.
- Hidrografía y el litoral. Denominaciones geoturísticas de las costas.
- Vegetación, paisajes característicos y espacios naturales protegidos.
- Los diferentes climas de España.
- Demografía: distribución de la población.
- Respeto por las diferentes creencias, lenguas y elementos diferenciales de las distintas comunidades autónomas.
- Aplicaciones informáticas y otras fuentes para el estudio de la geografía turística.

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

- La organización internacional del turismo. La Organización Mundial del Turismo (OMT). Concepto y funciones. Regiones y subregiones.
- Organización política y territorial de Europa. Países comunitarios y no comunitarios. Territorios dependientes de dentro y fuera de Europa.
- Unidades físicas europeas. Hidrografía, costas y relieve.
- El paisaje, la vegetación, los espacios naturales y los climas europeos.
- Diversidad cultural europea. Culturas, pueblos, lenguas.
- Geografía turística del resto del mundo. Rasgos distintivos del relieve, hidrografía, vegetación, clima y diversidad cultural de las regiones y subregiones OMT, excepto Europa.
- Actitud de respeto por las diferentes razas, creencias y elementos diferenciadores de estos países.

3. Identificación de los principales destinos turísticos de España.

- Destinos españoles de sol y playa. Centros turísticos litorales peninsulares e islas.
- Destinos culturales españoles. Rutas culturales.
- Destinos urbanos españoles. Municipios turísticos. Negocios, reuniones, congresos e incentivos.
- Destinos rurales y de naturaleza españoles.
- Destinos españoles de espacios lúdicos y de ocio.
- Destinos deportivos (golf, esquí, náutico, ecuestre, aventura y nieve) y de salud y belleza.
- Grandes eventos en los destinos.

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

- Destinos de sol y playa. Centros turísticos litorales, islas y archipiélagos.
- Destinos culturales. Rutas culturales. Patrimonio de la Humanidad. Gastronomía. Enología. Fiestas. Ritos, costumbres y tradiciones.



- Destinos urbanos. La oferta turística en las ciudades. Negocios, reuniones, congresos e incentivos.
- Destinos rurales y de naturaleza. Parques naturales, parques nacionales y reservas de la biosfera.
- Destinos de espacios lúdicos y de ocio.
- Destinos deportivos (golf, esquí, náutico, ecuestre, aventura y nieve) y de salud y belleza.
- Grandes eventos en los destinos.

Orientaciones pedagógicas.

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

Las funciones de asesoramiento e información turística incluyen aspectos como:

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

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

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

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

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

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

MÓDULO PROFESIONAL: RECURSOS TURÍSTICOS

Equivalencia en créditos ECTS: 10.

Código: 0384

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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



Criterios de evaluación:

- a) Se han clasificado los recursos turísticos atendiendo a las tipologías y empleando la legislación vigente en cada caso.
- b) Se han detectado los recursos turísticos más destacados de cada CCAA.
- c) Se han detectado los recursos turísticos más destacados de Extremadura.
- d) Se ha determinado el tipo de recurso del que se trata y explicado atendiendo a sus peculiaridades y a la singularidad.
- e) Se han diseñado bases de datos de recursos turísticos por áreas o zonas, diferenciando así la tipología de espacios turísticos en relación con los recursos que existen en la zona.
- f) Se han reconocido los organismos e instituciones para la tutela de los recursos.
- g) Se ha definido cuál es la protección legal e institucional existente para los diferentes recursos.
- h) Se ha definido el proceso de petición para solicitar la declaración de un recurso en relación a su tipología y características.
- i) Se han recabado los documentos necesarios para solicitar la catalogación de un bien o recursos de la forma más adecuada.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los objetivos y los elementos clave para clasificar los distintos tipos de patrimonio histórico y cultural.



- b) Se han identificado las ciudades Patrimonio de la Humanidad de nuestro país, así como otros bienes inscritos en la Lista de Patrimonio Mundial, como "BIC" y otro tipo de bienes clasificados.
 - c) Se han diseñado fórmulas para clasificar e interpretar otro tipo de recursos como gastronomía, museos, etnografía, etnología y tradiciones de las localidades.
 - d) Se han identificado los principales museos y centros culturales del territorio nacional así como los contenidos genéricos de los mismos.
 - e) Se han clasificado las fiestas tradicionales de las distintas comunidades y se han diferenciado las de interés turístico Internacional, nacional y las que se celebran en las CC.AA.
4. Analiza el patrimonio natural-paisajístico de España caracterizándolo e interpretándolo como recurso turístico.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los objetivos y los elementos clave para clasificar los distintos tipos de recursos naturales y paisajísticos.
 - b) Se han clasificado los distintos tipos de espacios naturales protegidos y no protegidos (litoral, montaña, espacios húmedos y otros).
 - c) Se han definido las características de las diferentes clasificaciones legales existentes.
 - d) Se han utilizado los sistemas de información geográfica como herramienta de planificación y uso de los recursos naturales para uso turístico.
 - e) Se han propuesto métodos para sensibilizar al visitante y prevenir conflictos en la relación turismo-naturaleza.
 - f) Se ha definido cuál es la protección legal e institucional del patrimonio natural: organismos e instituciones en la tutela del patrimonio, acuerdos y convenios internacionales, normativa de la Unión Europea.
5. Interpreta globalmente el patrimonio artístico, sociocultural e histórico, analizando las estrategias necesarias para su aplicación como recurso turístico.

Criterios de evaluación:

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



f) Se han definido los métodos de evaluación y control en la interpretación.

g) Se han diseñado los correspondientes cuestionarios de satisfacción.

Duración: 128 horas.

Contenidos básicos:

1. Identificación de los recursos turísticos del territorio.

- Recursos turísticos. Clasificación y tipología.
- Características de los recursos en función de su tipología.
- Análisis de los recursos turísticos. Los recursos turísticos en Extremadura.
- Legislación que afecta a los recursos turísticos.
- Normativa de protección existente en Europa, España y Extremadura referente a los recursos turísticos, a su protección, mantenimiento y reconocimiento.
- Identificación de la Administración Pública de Turismo.

2. Interpretación de los conceptos básicos del arte.

- Turismo y patrimonio cultural.
- Arte y turismo en España y Extremadura.
- Diferentes movimientos y estilos artísticos en pintura, escultura y arquitectura y otras manifestaciones artísticas de España y Extremadura.
- Principales características del arte Prehistórico, Griego, Romano, Prerrománico, Islámico, Mudéjar, Románico, Gótico, Renacentista, Barroco, Neoclásico, Modernista o Contemporáneo. Nuevas tendencias o estilos.
- Análisis e interpretación de una obra de arte.

3. Identificación y análisis del Patrimonio sociocultural de España.

- Patrimonio y Bienes patrimoniales en España. Turismo cultural.
- Patrimonio de la Humanidad. Concepto, categorías, candidaturas. Bienes españoles incluidos en la lista Patrimonio de la Humanidad.
- Museos y otros centros culturales.
- Fiestas y declaraciones de interés turístico regional, nacional e internacional. Normativa.
- Gastronomía de España. Elaboraciones y productos tradicionales.
- Enología de España. Zonas vinícolas y denominaciones de origen.
- Etnografía y artesanía. Productos propios de cada zona. Tipos.
- Patrimonio Inmaterial. Descripción y contenido. Música popular. Danza. Tradiciones. Otras expresiones culturales.
- Tipología de la arquitectura popular en las CCAA.

4. Patrimonio natural y paisajístico.

- Concepto de recursos naturales y paisajísticos.
- Normativa extremeña.



- Espacios naturales protegidos españoles y su normativa.
- Programas europeos de ayuda al patrimonio natural y paisajístico.
- Nuevas tecnologías para detectar y localizar los espacios, programas de cartografía y los SIG.
- Medidas para mantener el medio ambiente. Turismo y sostenibilidad. Planificación, Certificaciones, Agenda Local 21 y Manuales de Buenas Prácticas.

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

- Métodos para acercar el legado natural y cultural al público visitante.
- La interpretación del patrimonio. Concepto y significado.
- La interpretación del patrimonio como sistema de gestión.
- Medios y planificación interpretativa más utilizada.
- Sugerencias para la interpretación. Supuestos prácticos.
- Diseño de los métodos de evaluación y control de los sistemas de interpretación. Control de calidad de los mismos.

Orientaciones pedagógicas.

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

Este módulo incluye aspectos como:

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

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

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

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

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

- La aplicación de las nuevas tecnologías y aplicaciones ofimáticas para detectar y analizar los distintos recursos.



- El conocimiento de la legislación aplicable. La investigación sobre las nuevas fórmulas de ofertar y acercar el legado cultural y patrimonial al visitante realizando trabajos de campo.
- Visitas guiadas a puntos de interés turístico por su patrimonio cultural o natural.

MÓDULO PROFESIONAL: GESTIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

Equivalencia en créditos ECTS: 6

Código: 0397

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido y clasificado los viajes combinados atendiendo a diferentes parámetros.
- b) Se han reconocido y analizado la normativa aplicable a los viajes combinados.
- c) Se han descrito los servicios turísticos principales y accesorios que conforman los viajes combinados.
- d) Se han identificado y descrito los elementos, contenidos y cláusulas que deben contener los programas y contratos de viajes combinados.
- e) Se ha caracterizado la tipología y definido las funciones de los intermediarios de transporte y alojamiento y las relaciones profesionales que se establecen con los organizadores de viajes combinados.
- f) Se han reconocido las relaciones profesionales, económicas y contractuales que se establecen entre los organizadores de viajes, los detallistas y los prestatarios de los servicios.
- g) Se han analizado las condiciones para la elección de los proveedores de servicios.
- h) Se han caracterizado las condiciones de los acuerdos/convenios entre prestatario del servicio y organizador.
- i) Se han descrito y analizado las funciones que deben desempeñar las agencias receptoras y los corresponsales.
- j) Se ha analizado el mercado de viajes combinados, las tendencias actuales y previsiones de este tipo de producto turístico.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han aplicado técnicas de investigación de mercado previas al diseño de viajes combinados.



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

Criterios de evaluación:

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han descrito y caracterizado diferentes tipos de eventos, así como la tipología de actos.
- b) Se ha analizado la oferta turística necesaria para el desarrollo de eventos.
- c) Se han enumerado y caracterizado los diferentes tipos de servicios que suelen ser requeridos en los eventos.
- d) Se han identificado y analizado la tipología y las funciones de los organismos y empresas públicas y privadas relacionadas con la captación de eventos.



- e) Se ha descrito la función de los patrocinadores y entidades colaboradoras en la celebración de eventos.
 - f) Se ha analizado el mercado actual de eventos y su previsible evolución.
 - g) Se ha analizado el impacto económico y social que producen los eventos en los destinos especializados.
 - h) Se han aplicado diversos sistemas informáticos para la búsqueda de información.
5. Organiza diversos tipos de eventos, estableciendo las características de la planificación, programación y dirección de los mismos.

Criterios de evaluación:

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han coordinado los recursos humanos durante el evento, asignando funciones y localización.
- b) Se ha supervisado la ubicación y disposición de equipos, mobiliario y otros elementos.
- c) Se ha supervisado el funcionamiento de los equipos técnicos.
- d) Se ha gestionado la documentación del evento: carpetas, credenciales y otros.



- e) Se han reconocido normas de protocolo referidas a los asistentes, las instalaciones y objetos usados para este fin.
- f) Se han definido y caracterizado los diferentes soportes publicitarios y su ubicación durante el desarrollo del evento.
- g) Se han identificado los procedimientos de atención al cliente en la acogida, durante el evento y a la finalización del mismo.
- h) Se han tenido en cuenta las actitudes propias del personal de asistencia en este tipo de actos.
- i) Se ha aplicado el procedimiento para elaborar la factura del servicio y para el pago a proveedores y personal contratado.
- j) Se han tenido en cuenta los aspectos relacionados con la atención al cliente y la gestión de la calidad.

Duración: 120 horas.

Contenidos básicos:

1. Análisis de los viajes combinados.

- Los viajes combinados. Concepto, tipología y normativa aplicable.
- Elementos de los viajes combinados. Servicios básicos y complementarios.
- El programa de viajes combinados. Elementos, contenidos y cláusulas.
- El contrato de viajes combinados. Contenidos y cláusulas.
- Intermediarios. Tipología. Funciones y relaciones con los organizadores de viajes combinados.
- Relaciones profesionales entre organizador, detallista y proveedores de servicios. Criterios de selección de proveedores. Convenios de colaboración y términos de retribución.
- Agencias receptoras y corresponsales. Funciones.
- El Mercado de viajes combinados. Análisis de las tendencias actuales y previsible evolución.

2. Diseño y cotización de viajes combinados.

- Aplicación de técnicas de investigación de mercado. Análisis de la oferta y de la demanda del mercado actual.
- Diseño del viaje combinado. Componentes. Fases y secuenciación.
- Determinación de destinos e itinerarios.
- Determinación de temporadas, fechas y número de personas.
- Determinación de la oferta básica: alojamiento y transporte.
- Determinación de la oferta complementaria: traslados, seguros, guías, excursiones, y otros.
- Selección de proveedores. Negociación. Criterios de selección.
- Cotización de los servicios:



- Componentes del precio. Cálculo del precio de los servicios básicos y complementarios.
 - Tarifas y condiciones especiales, descuentos, gratuidades y otros.
 - Costes. Margen de beneficio y punto muerto.
 - Comisiones.
 - Impuestos y tasas.
 - Cálculo del precio de venta final.
 - Documentación derivada del diseño y cotización de viajes combinados. Billetes, bonos y otros documentos.
 - La calidad en los viajes combinados. Cliente interno y cliente externo. Gestión de la calidad por procesos. La opinión del cliente en la mejora continua de la prestación del servicio.
 - Aplicaciones informáticas específicas en la búsqueda de información, diseño y cotización de viajes combinados.
3. Coordinación de viajes combinados con los prestatarios de los servicios.
- Operación y reserva de los viajes combinados. Fases y Procesos.
 - Organización y reserva de los servicios de transporte, alojamiento y otros servicios complementarios.
 - Coordinación con las agencias receptoras.
 - Documentación: tipo, finalidad y emisión.
 - Aplicaciones informáticas específicas de gestión y reserva de servicios turísticos.
4. Identificación del mercado de eventos.
- Los eventos. Tipología. Concepto y función.
 - Oferta turística necesaria para el desarrollo de eventos.
 - Servicios demandados según la tipología de eventos.
 - La captación de eventos: organismos y empresas públicas y privadas intervinientes.
 - Patrocinadores y entidades colaboradoras.
 - Mercado actual y previsible evolución del sector. Impacto económico y social en los destinos.
 - Aplicaciones informáticas de búsqueda de información.
5. Organización de eventos.
- Proyecto: fases y metodología para su desarrollo.
 - Funciones de la organización contratante y del organizador del evento.
 - Recursos humanos, técnicos y materiales para la organización de eventos.
 - Selección de proveedores. Selección de personal.
 - Formalización de la documentación.
 - Cálculo de costes: presupuestos, valoración y margen de beneficios.
 - Coordinación entre clientes y organizador del evento.



- Plan de seguridad. Actuaciones en situaciones de emergencia.
- Gestión de la documentación del evento.
- Gestión de la calidad en la organización de eventos.
- Aplicaciones informáticas de gestión en la organización de eventos.

6. Supervisión de eventos.

- Coordinación y control durante el evento:
 - Personal. Funciones y ubicación.
 - Equipos técnicos, mobiliario y material diverso.
 - Documentación del evento: carpetas, credenciales y otros.
 - Aplicación de normas de protocolo en diversos tipos de actos.
- Soportes publicitarios e informativos en eventos.
- Acogida, atención durante el evento y despedida. Procedimiento. Deontología profesional.
- Facturación a clientes. Pago a proveedores de servicios y personal contratado.
- La gestión de la calidad en la prestación de los servicios de eventos.

Orientaciones pedagógicas.

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

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

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

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

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

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

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

- Aplicar la metodología para planificar y elaborar viajes combinados de diferente tipología.



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

MÓDULO PROFESIONAL: VENTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Código: 0398

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado y caracterizado los distintos medios de transporte susceptibles de ser vendidos en las agencias de viajes.
- b) Se han identificado los principales proveedores de transporte y los productos/servicios que ofertan.
- c) Se han analizado las principales tarifas y las condiciones del servicio, así como los impuestos y tasas que se les aplican.
- d) Se ha interpretado la normativa vigente aplicable al transporte de personas en diversos medios.
- e) Se han identificado y caracterizado los servicios/productos que ofertan y las tarifas que se aplican en el alojamiento turístico.
- f) Se ha interpretado la normativa básica de regulación de alojamientos turísticos.
- g) Se ha caracterizado la venta de viajes combinados, así como los principales proveedores y productos del mercado.
- h) Se han caracterizado otros servicios susceptibles de ser vendidos en las agencias de viajes, sus tarifas y condiciones.
- i) Se han reconocido los principales sistemas globales de distribución.
- j) Se ha analizado la venta de servicios turísticos a través de internet y la función de las agencias virtuales.



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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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



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

Criterios de evaluación:

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

Duración: 140 horas.

Contenidos básicos:

1. Tipología de servicios en las agencias de viajes.

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



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

2. Aplicación de técnicas de venta.

- El cliente. Tipología. Necesidades y motivos de compra.
- Técnicas de venta. Principios básicos. Etapas.
- Preparación de la venta. El lenguaje del cuerpo.
- Presentación y toma de contacto. Generación de confianza en el cliente.
- Inicio de la venta. Indagación de necesidades y deseos del cliente.
- Presentación del producto/servicio.
- Cierre de la venta.
- La negociación. Proceso y técnicas.
- Venta telefónica. Procedimiento.
- Gestión comercial de las agencias de viajes. Valoración de la importancia de las técnicas de venta.

3. Venta de servicios.

- Fuentes de información para la venta de servicios en agencias de viajes. Tipología. Características.
- Información y asesoramiento de servicios/productos, condiciones específicas, tarifas y destinos.
- La venta de servicios en agencias de viajes.
- Técnicas de comunicación y atención al cliente. Procedimiento.
- Asesoramiento. Características generales y específicas del producto, servicio o destino.
- Reserva de productos/servicios. Características. Sistemas de reservas:
 - Procedimiento de reserva y confirmación.
 - Procedimiento de no-confirmación. Alternativas.
- Registro de datos. Soportes documentales. Ficha de cliente, hoja de reserva, expediente y otros. Procedimiento de uso y archivo.
- Normativa vigente en la venta de servicios/productos en agencias de viajes.
- La calidad en la venta de servicios en agencias de viajes.
- Equipos informáticos, terminales y GDS en la gestión de las reservas.

4. Operaciones de cierre y post-venta.

- Documentos para prestación de servicios. Características. Tipología.
- Procedimiento de gestión y emisión de documentos: Bonos, billetes, pasajes y títulos de transporte. Localizadores.
- Procedimiento de facturación. Documentos de venta. Tipología. Funciones. Emisión de documentos.
- Sistemas y formas de cobro de servicios. Políticas de crédito. Riesgos.
- Cancelaciones. Procedimiento. Aplicación de la normativa vigente.
- Instrucciones previas al servicio/viaje.



- Procesos post-venta y valoración comercial. Acciones de fidelización de clientes.
- Aplicaciones informáticas, terminales y GDS en la emisión de documentación.

Orientaciones pedagógicas.

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

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

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

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

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

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

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

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

MÓDULO PROFESIONAL: DIRECCIÓN DE ENTIDADES DE INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Código: 0399

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado el concepto de entidades de intermediación de servicios y productos turísticos.



- b) Se ha descrito la evolución experimentada por el sector desde el inicio de la actividad.
 - c) Se han clasificado las agencias de viajes según la normativa vigente y caracterizado las funciones que realizan.
 - d) Se han caracterizado las funciones de los diferentes tipos de entidades de intermediación turística.
 - e) Se han analizado los requisitos específicos para su funcionamiento.
 - f) Se han caracterizado otras tipologías de agencias de viajes atendiendo a su especialización y a los servicios que ofertan.
 - g) Se han identificado otras tipologías de entidades de intermediación según la especialización de sus servicios.
 - h) Se ha reconocido la normativa europea, nacional y autonómica aplicable a las entidades de intermediación turística.
 - i) Se han definido las actitudes del profesional de la intermediación turística.
 - j) Se han relacionado los organismos y asociaciones nacionales e internacionales que regulan la actividad de intermediación de servicios turísticos y sus funciones.
2. Organiza entidades de intermediación turística analizando estructuras organizativas y los procesos de planificación empresarial.

Criterios de evaluación:

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



i) Se ha valorado la importancia de la planificación como herramienta de la gestión empresarial.

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

Criterios de evaluación:

a) Se ha descrito el concepto de gestión económica y financiera en entidades de intermediación turística.

b) Se ha interpretado el concepto de patrimonio e identificado sus elementos y las masas patrimoniales.

c) Se ha analizado la rentabilidad de las empresas de intermediación turística.

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

e) Se ha caracterizado la estructura financiera de las empresas de intermediación turística.

f) Se han definido y clasificado los costes de explotación de este tipo de empresas.

g) Se han aplicado los procedimientos para el cálculo e imputación de costes.

h) Se ha analizado el concepto de presupuesto y su función.

i) Se han clasificado y elaborado distintos tipos de presupuestos y la aplicación de medidas correctoras.

j) Se han utilizado aplicaciones informáticas de gestión económico-financiera.

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

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado y caracterizado los procesos administrativos en empresas de intermediación turística derivados de las relaciones con proveedores de servicios y con clientes.

b) Se ha formalizado la documentación relativa a la gestión administrativa de clientes y proveedores.

c) Se ha reconocido el procedimiento para la gestión administrativa de las incidencias.

d) Se ha analizado la normativa fiscal y el régimen especial de las agencias de viajes.

e) Se han identificado y caracterizado las operaciones habituales de caja y con entidades bancarias.

f) Se han identificado los procedimientos de aprovisionamiento, inventario y control de documentos internos y de proveedores de servicios.



g) Se han reconocido diversas estrategias comerciales y de distribución de entidades de intermediación turística.

h) Se han aplicado sistemas informáticos de gestión administrativa y comercial.

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

Criterios de evaluación:

a) Se han definido los sistemas de dirección de equipos de trabajo más apropiados en función del tipo de empresa de intermediación turística.

b) Se han diseñado turnos, horarios y planificado las vacaciones del personal dependiendo del tipo de empresa y aplicando la normativa vigente.

c) Se ha tenido en cuenta la necesidad de personal según diversas variables como mayor demanda, nuevos productos y otras.

d) Se han establecido los métodos más idóneos para la selección de personal en función del tipo de empresa y del puesto a desempeñar.

e) Se ha definido el concepto de manual de empresa y se ha analizado su contenido y función.

f) Se han caracterizado las diversas estrategias relacionadas con la motivación del personal.

g) Se ha tenido en cuenta la necesidad de la formación y desarrollo de carreras profesionales en el ámbito de las empresas de intermediación turística.

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

Criterios de evaluación:

a) Se ha identificado el concepto de calidad y sus objetivos en el subsector de las empresas de intermediación turística.

b) Se ha valorado la aplicación de diferentes sistemas de calidad.

c) Se han determinado los sistemas previos a la implantación de un sistema de calidad.

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

e) Se han definido y aplicado las herramientas de gestión de la calidad.

f) Se ha reconocido la aplicación de un sistema de gestión de la calidad basado en las normas estandarizadas.

g) Se ha aplicado el sistema de gestión de calidad.

Duración: 160 horas.



Contenidos básicos:

1. Caracterización de entidades de intermediación turística.

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

2. Organización de entidades de intermediación turística.

- Empresas de intermediación turística. Concepto. Funciones. Principios.
- Sistemas y tipos de organización.
- Estructuras organizativas en empresas de intermediación turística.
- Departamentalización o áreas. Criterios de departamentalización. Relaciones interdepartamentales.
- Diseño de organigramas. Estructuras organizativas según puestos y funciones.
- Planificación y planes empresariales. Concepto, etapas y niveles. Estrategias y políticas.
- Valoración de la importancia de la planificación en la gestión empresarial.

3. Control de la rentabilidad en entidades de intermediación turística.

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



4. Realización de la gestión administrativa y comercial.

- Procesos administrativos derivados de las relaciones con proveedores de servicios. Características. Procedimientos. Formalización de documentos: liquidaciones, pago de facturas, BSP y otros.
- Procesos administrativos derivados de las relaciones con clientes. Características. Procedimiento. Formalización de documentos. Hoja de recogida de datos, Hoja de reserva, albarán, factura y otros.
- Gestión administrativa de las incidencias. Procedimiento.
- IVA Concepto. Hecho imponible. Sujeto pasivo. Base imponible. Devengo del impuesto. Tipos impositivos. Régimen especial de las agencias de viajes. Normativa.
- Control de cajas y bancos. Registro de operaciones. Análisis de la información bancaria. Gestión de impagos y devoluciones. Características. Procedimiento.
- Gestión del almacén. Aprovisionamiento. Inventarios. Control de existencias de documentos internos y externos.
- Gestión comercial y canales de distribución. Estrategias.
- Aplicaciones informáticas de gestión administrativa y comercial.

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

- Dirección de equipos de trabajo: sistemas de dirección, tipos de mando y liderazgo.
- Organización del personal: diseño y planificación de turnos, horarios, calendarios y otros. Previsión de plantillas según necesidades. Normativa vigente.
- Selección de personal. Planificación de las necesidades. Análisis de los puestos de trabajo. Definición del perfil profesional. Métodos de selección y elección del candidato.
- Manual de empresa. Concepto, contenido y función.
- La motivación en el trabajo. Concepto. Características. Teorías de la motivación. Estrategias de incentivos a la producción.
- La formación. Programas de formación. Carreras profesionales en el ámbito de las empresas de intermediación turística.

6. Calidad en los servicios de intermediación turística.

- Concepto, evolución, elementos y principios rectores de la calidad en el sector turístico.
- Objetivos generales en el subsector de las empresas de intermediación turística. Valoración de la implantación de un sistema de calidad.
- Implantación de un sistema de control de calidad. Condiciones básicas: Formación del personal, factores de organización empresarial.
- Diagnóstico, planificación y control de la calidad. Fases para el desarrollo de un sistema de calidad en empresas del sector turístico.
- Diagnóstico de la situación.
- Definición del sistema de calidad que se va a implantar.
- Implantación del sistema de calidad seleccionado.



- Auditoría de una consultora externa a la empresa y proceso de mejora continuo.
- Manejo de las herramientas de gestión de la calidad: Autoevaluación, planificación de la mejora, sistemas indicadores, sistema de encuesta, sistema de quejas y sugerencias.
- Normalización y certificación de la calidad.

Orientaciones pedagógicas.

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

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

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

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

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

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

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

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

**MÓDULO PROFESIONAL: INGLÉS**

Equivalencia en créditos ECTS: 7

Código: 0179

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado la idea principal del mensaje.
 - b) Se ha reconocido la finalidad de los mensajes radiofónicos y de otro material grabado o retransmitido pronunciado en lengua estándar identificando el estado de ánimo y el tono del hablante.
 - c) Se ha extraído información de grabaciones en lengua estándar relacionadas con la vida social, profesional o académica.
 - d) Se han identificado los puntos de vista y las actitudes del hablante.
 - e) Se han identificado las ideas principales de declaraciones y mensajes sobre temas concretos y abstractos, en lengua estándar y con un ritmo normal.
 - f) Se ha comprendido con todo detalle lo que se le dice en lengua estándar, incluso en un ambiente con ruido de fondo.
 - g) Se han extraído las ideas principales de conferencias, charlas e informes, y otras formas de presentación académica y profesional lingüísticamente complejas.
 - h) Se ha tomado conciencia de la importancia de comprender globalmente un mensaje, sin entender todos y cada uno de los elementos del mismo.
2. Interpreta información profesional contenida en textos escritos complejos, analizando de forma comprensiva sus contenidos.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha leído con un alto grado de independencia, adaptando el estilo y la velocidad de la lectura a distintos textos y finalidades y utilizando fuentes de referencia apropiadas de forma selectiva.
- b) Se ha interpretado la correspondencia relativa a su especialidad, captando fácilmente el significado esencial.
- c) Se han interpretado, con todo detalle, textos extensos y de relativa complejidad, relacionados o no con su especialidad, siempre que pueda volver a leer las secciones difíciles.
- d) Se ha relacionado el texto con el ámbito del sector a que se refiere.



- e) Se ha identificado con rapidez el contenido y la importancia de noticias, artículos e informes sobre una amplia serie de temas profesionales y decide si es oportuno un análisis más profundo.
 - f) Se han realizado traducciones de textos complejos utilizando material de apoyo en caso necesario.
 - g) Se han interpretado mensajes técnicos recibidos a través de soportes telemáticos: e-mail, fax.
 - h) Se han interpretado instrucciones extensas y complejas, que estén dentro de su especialidad.
3. Emite mensajes orales claros y bien estructurados, analizando el contenido de la situación y adaptándose al registro lingüístico del interlocutor.

Criterios de evaluación:

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han redactado textos claros y detallados sobre una variedad de temas relacionados con su especialidad, sintetizando y evaluando información y argumentos procedentes de varias fuentes.
- b) Se ha organizado la información de manera coherente y cohesionada.



- c) Se han redactado informes, destacando los aspectos significativos y ofreciendo detalles relevantes que sirvan de apoyo.
 - d) Se ha cumplimentado documentación específica de su campo profesional.
 - e) Se han aplicado las fórmulas establecidas y el vocabulario específico en la cumplimentación de documentos.
 - f) Se han resumido artículos, manuales de instrucciones y otros documentos escritos, utilizando un vocabulario amplio para evitar la repetición frecuente.
 - g) Se han utilizado las fórmulas de cortesía propias del documento a elaborar.
5. Aplica actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación, describiendo las relaciones típicas características del país de la lengua extranjera.

Criterios de evaluación:

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

Duración: 128 horas.

Contenidos básicos:

1. Análisis de mensajes orales.

- Obtención de información global y específica de conferencias y discursos sobre temas concretos y con cierta abstracción.
- Estrategias para comprender e inferir significados no explícitos: ideas principales. Claves contextuales en textos orales sobre temas diversos o para comprobar la comprensión.
- Comprensión global de un mensaje, sin necesidad de entender todos y cada uno de los elementos del mismo.
- Comprensión de mensajes profesionales y cotidianos.
 - Mensajes directos, telefónicos, radiofónicos, grabados.
 - Terminología específica del sector de las agencias de viajes y la gestión de eventos.



- Ideas principales y secundarias. Identificación del propósito comunicativo de los elementos del discurso oral.
- Recursos gramaticales: Tiempos verbales, preposiciones, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos preposicionales, verbos modales y otros.
- Otros recursos lingüísticos: gustos y preferencias, sugerencias, argumentaciones, instrucciones acuerdos y desacuerdos, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia.
- Diferentes acentos de lengua oral.
- Identificación de registros con mayor o menor grado de formalidad en función de la intención comunicativa y del contexto de comunicación.
- Utilización de estrategias para comprender e inferir significados por el contexto de palabras, expresiones desconocidas e información implícita en textos orales sobre temas profesionales.

2. Interpretación de mensajes escritos.

- Predicción de información a partir de elementos textuales y no textuales en textos escritos sobre temas diversos.
- Recursos digitales, informáticos y bibliográficos, para solucionar problemas de comprensión o para buscar información, ideas y opiniones necesarias para la realización de una tarea.
- Comprensión de mensajes, textos, artículos básicos profesionales y cotidianos.
- Soportes telemáticos: fax, e-mail, burofax.
- Terminología específica del sector de las agencias de viajes y la gestión de eventos. Análisis de los errores más frecuentes. Sinónimos y antónimos, adjetivos descriptivos.
- Idea principal y secundaria. Identificación del propósito comunicativo de los elementos textuales y de la forma de organizar la información distinguiendo las partes del texto.
- Recursos gramaticales: Tiempos verbales, preposiciones, verbos preposicionales, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales verbos seguidos de infinitivo o formas en "-ing", usos de las formas en "-ing" después de ciertos verbos, preposiciones y con función de sujeto, participios en "-ing" o en "-ed" y otros.
- Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.
- Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.
- Comprensión de sentidos implícitos, posturas o puntos de vista en artículos e informes referidos a temas profesionales concretos o de actualidad.
- Estrategias de lectura según el género textual, el contexto de comunicación y la finalidad que se persiga.

3. Emisión de mensajes orales.

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



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

4. Emisión de textos escritos.

- Composición de una variedad de textos de cierta complejidad. Planificación y revisión. Uso de mecanismos de organización, articulación y cohesión del texto.
- Expresión y cumplimentación de documentos y textos profesionales y cotidianos:
- Currículum vitae y soportes telemáticos: fax, e-mail, burofax.
 - Terminología específica del sector del turismo.
 - Idea principal y secundaria. Propósito comunicativo de los elementos textuales y de la forma de organizar la información distinguiendo las partes del texto.
 - Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, verbos preposicionales, verbos modales, locuciones, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto. Nexos: "Because of", "since", "although", "even if", "in spite of", "despite", "however", "in contrast" y otros.



- Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.
 - Secuenciación del discurso escrito: “first”, “after”, “then”, “finally”.
 - Derivación: sufijos para formar adjetivos y sustantivos.
 - Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.
 - Coherencia textual:
 - Adecuación del texto al contexto comunicativo.
 - Tipo y formato de texto.
 - Variedad de lengua. Registro. Uso apropiado al lector al que va dirigido el texto.
 - Selección léxica, de estructuras sintácticas y de contenido relevante.
 - Estructuras formales en los textos escritos. Selección y aplicación.
 - Ordenación lógica de frases y párrafos. Textos coherentes. Elementos de enlace adecuados.
 - Inicio del discurso e introducción del tema. Desarrollo y expansión:
Ejemplificación.
Conclusión y/o resumen del discurso.
 - Uso de los signos de puntuación.
 - Redacción, en soporte papel y digital, de textos de cierta complejidad: correspondencia, informes, resúmenes, noticias o instrucciones, con claridad, razonable corrección gramatical y adecuación léxica al tema.
 - Elementos gráficos para facilitar la comprensión: ilustraciones, tablas, gráficos o tipografía, en soporte papel y digital.
 - Argumentos: razonamientos a favor o en contra de un punto de vista concreto y explicación de las ventajas y desventajas de varias opciones.
5. Identificación e interpretación de los elementos culturales más significativos de los países de lengua extranjera (inglesa).
- Valoración de las normas socioculturales y protocolarias en las relaciones internacionales.
 - Uso de los recursos formales y funcionales en situaciones que requieren un comportamiento 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, el interlocutor y la intención de los interlocutores.
 - Interés por la buena presentación de los textos escritos tanto en soporte papel como digital, con respeto a las normas gramaticales, ortográficas y tipográficas.

Orientaciones pedagógicas.

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



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

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

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

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

MÓDULO PROFESIONAL: SEGUNDA LENGUA EXTRANJERA

Equivalencia en créditos ECTS: 7

Código: 0180

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha leído de forma comprensiva textos específicos de su ámbito profesional.
- b) Se ha identificado con precisión la terminología utilizada.



- c) Se ha extraído la información más relevante de un texto relativo a su profesión.
 - d) Se han realizado traducciones directas e inversas de textos específicos sencillos, utilizando materiales de consulta y diccionarios técnicos.
 - e) Se ha interpretado el mensaje recibido a través de soportes telemáticos: e-mail, fax.
 - f) Se ha relacionado el texto con el ámbito del sector a que se refiere.
 - g) Se han leído con cierto grado de independencia distintos tipos de textos, adaptando el estilo y la velocidad de lectura aunque pueda presentar alguna dificultad con modismos poco frecuentes.
3. Emite mensajes orales sencillos, claros y bien estructurados, relacionando el propósito del mensaje con las estructuras lingüísticas adquiridas.

Criterios de evaluación:

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha cumplimentado información básica requerida en distintos tipos de documentos.
- b) Se ha elaborado una solicitud de empleo a partir de una oferta de trabajo dada.
- c) Se ha redactado un breve currículum.
- d) Se ha cumplimentado un texto dado con apoyos visuales y claves lingüísticas aportadas.
- e) Se ha elaborado un pequeño informe con un propósito comunicativo específico.



- f) Se ha redactado una carta comercial a partir de instrucciones detalladas y modelos dados.
 - g) Se han realizado resúmenes breves de textos sencillos, relacionados con su entorno profesional.
5. Aplica actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación, describiendo las relaciones típicas características del país de la lengua extranjera.

Criterios de evaluación:

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

Duración: 120 h.

Contenidos básicos:

1. Reconocimiento de mensajes orales.

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

2. Interpretación de mensajes escritos.

- Comprensión global de documentos sencillos relacionados con situaciones tanto de la vida profesional como cotidiana (hojas de reclamaciones, quejas, solicitudes de reserva, cuestionario de satisfacción, entre otros).
- Terminología específica del sector turístico.
- Ideas principales.
- Síntesis de ideas al leer documentos escritos (correos electrónicos, faxes, reclamaciones, entre otros).



- Recursos gramaticales: estructura de la oración, tiempos verbales y nexos.
- Relaciones temporales básicas: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.

3. Emisión de mensajes orales.

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

4. Elaboración de textos escritos.

- Redacción de documentos "modelo" específicos relacionados con aspectos profesionales.
- Currículum vitae y soportes telemáticos: fax, e-mail, burofax.
- Terminología específica, seleccionando la acepción correcta en el diccionario técnico según el contexto.
- Aplicación de estructuras típicas y fundamentales formales (estructura de la oración, tiempos verbales y nexos).
- Relaciones temporales básicas: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.
- Aplicación de fórmulas y estructuras hechas utilizadas en la comunicación escrita.
- Fórmulas epistolares: estructuras de encabezamiento, desarrollo y despedida.
- Estructura de un e-mail, fax y burofax, así como de otros documentos estándar.
- Coherencia textual.
- Tipo y formato de texto.
- Selección léxica de estructuras sintácticas y de contenido relevante.
- Uso de los signos de puntuación.

5. Aplicación de actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación.

- Identificación e interpretación de los elementos culturales más significativos.
- Valoración de las normas socioculturales y protocolarias en las relaciones internacionales.
- Uso de los recursos formales y funcionales en situaciones que requieren un comportamiento 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, el interlocutor y la intención de los interlocutores.

Orientaciones pedagógicas.

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

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

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

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

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

MÓDULO PROFESIONAL: PROYECTO DE AGENCIAS DE VIAJES Y GESTIÓN DE EVENTOS

Equivalencia en créditos ECTS: 5

Código: 0400

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han clasificado las empresas del sector por sus características organizativas y el tipo de producto o servicio que ofrecer.
- b) Se han caracterizado las empresas tipo indicando la estructura organizativa y las funciones de cada departamento.
- c) Se han identificado las necesidades más demandadas a las empresas.
- d) Se han valorado las oportunidades de negocio previsibles en el sector.



- e) Se ha identificado el tipo de proyecto requerido para dar respuesta a las demandas previstas.
 - f) Se han determinado las características específicas requeridas al proyecto.
 - g) Se han determinado las obligaciones fiscales, laborales y de prevención de riesgos y sus condiciones de aplicación.
 - h) Se han identificado posibles ayudas o subvenciones para la incorporación de nuevas tecnologías de producción o de servicio que se proponen.
 - i) Se ha elaborado el guión de trabajo que se va a seguir para la elaboración del proyecto.
2. Diseña proyectos relacionados con las competencias expresadas en el título, incluyendo y desarrollando las fases que lo componen.

Criterios de evaluación:

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han secuenciado las actividades ordenándolas en función de las necesidades de implementación.
- b) Se han determinado los recursos y la logística necesaria para cada actividad.
- c) Se han identificado las necesidades de permisos y autorizaciones para llevar a cabo las actividades.
- d) Se han determinado los procedimientos de actuación o ejecución de las actividades.



- e) Se han identificado los riesgos inherentes a la implementación definiendo el plan de prevención de riesgos y los medios y equipos necesarios.
 - f) Se ha planificado la asignación de recursos materiales y humanos y los tiempos de ejecución.
 - g) Se ha hecho la valoración económica que da respuesta a las condiciones de la implementación.
 - h) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para la ejecución.
4. Define los procedimientos para el seguimiento y control en la ejecución del proyecto, justificando la selección de variables e instrumentos empleados.

Criterios de evaluación:

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

Duración: 40 horas.

Orientaciones pedagógicas.

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

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

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

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



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

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

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

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

MÓDULO PROFESIONAL: FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN LABORAL

Equivalencia en créditos ECTS: 5

Código: 0401

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han determinado las aptitudes y actitudes requeridas para la actividad profesional relacionada con el perfil del título.
- b) Se han identificado los itinerarios formativo-profesionales relacionados con el perfil profesional del Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- c) Se ha valorado la importancia de la formación permanente como factor clave para la empleabilidad y la adaptación a las exigencias del proceso productivo.
- d) Se han determinado las técnicas utilizadas en el proceso de búsqueda de empleo.
- e) Se han identificado los principales yacimientos de empleo y de inserción laboral para el Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- f) Se han previsto las alternativas de autoempleo en los sectores profesionales relacionados con el título.
- g) Se ha realizado la valoración de la personalidad, aspiraciones, actitudes y formación propia para la toma de decisiones.



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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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



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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha valorado el papel de la Seguridad Social como pilar esencial para la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos.
 - b) Se han identificado los regímenes existentes en el sistema de Seguridad Social.
 - c) Se han identificado las obligaciones de empresario y trabajador dentro del sistema de Seguridad Social.
 - d) Se han identificado en un supuesto sencillo las bases de cotización de un trabajador y las cuotas correspondientes a trabajador y empresario.
 - e) Se han enumerado las diversas contingencias que cubre el sistema de Seguridad Social.
 - f) Se han clasificado las prestaciones del sistema de Seguridad Social, identificando los requisitos.
 - g) Se han determinado las posibles situaciones legales de desempleo en supuestos prácticos.
 - h) Se ha realizado el cálculo de la duración y cuantía de una prestación por desempleo de nivel contributivo básico.
5. Evalúa los riesgos derivados de su actividad, analizando las condiciones de trabajo y los factores de riesgo presentes en su entorno laboral.

Criterios de evaluación:

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



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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

Duración: 96 horas.

Contenidos básicos:

1. Búsqueda activa de empleo.

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



- Análisis de los intereses, aptitudes y motivaciones personales para la carrera profesional.
- Identificación de itinerarios formativos relacionados con el Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa.
- Valoración de la importancia de la formación permanente para la trayectoria laboral y profesional de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos. La adaptación a la evolución de las exigencias del mercado de trabajo.
- Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo. La preparación para la entrevista de trabajo.
- Proceso de búsqueda de empleo en empresas del sector.
- Nuevos yacimientos de empleo y de inserción laboral del Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos. Intraemprendedores y autoempleo.
- Valoración de acceso al empleo en condiciones de no discriminación.
- El proceso de toma de decisiones.

2. Gestión del conflicto y equipos de trabajo.

- La comunicación eficaz como instrumento fundamental en la relación con los miembros del equipo. Barreras en la comunicación. Comunicación asertiva. Comunicación no verbal.
- Trabajo en equipo. Concepto. Valoración de las ventajas e inconvenientes del trabajo de equipo para la eficacia de la organización.
- Tipos de equipos de trabajo. Características.
- Equipos en el sector de las agencias de viajes y gestión de eventos, según las funciones que desempeñan.
- La participación en el equipo de trabajo. Diversidad de roles. Tipología de los miembros de un equipo. Técnicas para dinamizar la participación en el equipo. Herramientas para trabajar en equipo.
- Conflictos interpersonales: características, fuentes y etapas.
- Métodos para la resolución o supresión del conflicto.
- La negociación: concepto, elementos, proceso y cualidades del negociador.

3. Contrato de trabajo.

- El derecho del trabajo. Concepto. Fuentes. Jerarquía Normativa.
- La Administración Laboral. La Jurisdicción Social.
- Derechos y deberes derivados de la relación laboral.
- Análisis de un convenio colectivo aplicable al ámbito profesional del Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- El tiempo de trabajo y su retribución. Jornada laboral. Análisis de la jornada determinada en Convenios Colectivos aplicables en sectores en los que pueden ser contratados. El salario: elementos que lo integran. La nómina: análisis de nóminas



de acuerdo con las percepciones salariales determinadas en convenios colectivos que les sean de aplicación.

- Análisis de la relación laboral individual. Sujetos del contrato de trabajo. Forma, duración, periodo de prueba.
- Modalidades de contrato de trabajo y medidas de fomento de la contratación. Medidas establecidas para la conciliación de la vida laboral y familiar. Normativa autonómica.
- Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo. Consecuencias económicas derivadas: el finiquito y la indemnización.
- El procedimiento para reclamar contra el despido: órganos competentes, plazos, resoluciones y consecuencias económicas, indemnización y salarios de tramitación.
- Representación de los trabajadores. Participación de los trabajadores en la empresa.
- La Negociación Colectiva. Sindicatos y Asociaciones Empresariales. Conflictos colectivos. La huelga y el cierre patronal. Procedimientos legales de solución de conflictos colectivos.
- Nuevos entornos de organización del trabajo. Beneficios para los trabajadores: flexibilidad y beneficios sociales entre otros. Posibilidades de aplicación en los puestos de trabajo correspondientes al perfil del título.
- Uso de una terminología adecuada.

4. Seguridad Social, Empleo y Desempleo.

- Estructura del Sistema de la Seguridad Social. Acción protectora y regímenes. El Servicio Extremeño de Salud.
- Determinación de las principales obligaciones de empresarios y trabajadores en materia de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización.
- La cotización a la Seguridad Social: bases de cotización y cuotas, empresarial y del trabajador, resultantes según el tipo de contrato.
- Contingencias cubiertas por la Seguridad Social. Prestaciones asociadas a dichas contingencias.
- Las prestaciones económicas de la Seguridad Social: requisitos y cuantía.
- Situaciones protegibles en la prestación por desempleo. Modalidades. Cálculo de la duración y cuantía.

5. Evaluación de riesgos profesionales.

- Valoración de la relación entre trabajo y salud. Importancia de la cultura preventiva en todas las fases de la actividad. Sensibilización de la necesidad de hábitos y actuaciones seguras a través de las estadísticas de siniestralidad laboral nacional y en Extremadura.
- Condiciones de Trabajo y Salud. Riesgo y daños sobre la salud: accidente laboral y enfermedad profesional.
- Análisis de los factores de riesgo laboral y de sus efectos.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones de seguridad.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones ambientales.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones ergonómicas.

- Análisis de riesgos ligados a la organización del trabajo: carga de trabajo y factores psico-sociales.
- Riesgos específicos en las actividades de agencias de viajes y gestión de eventos.
- Principal normativa de aplicación directa en entornos de trabajo relacionados con el perfil profesional del Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- La prevención: significado y consecuencias.
- La evaluación de riesgos en la empresa como elemento básico de la actividad preventiva. Técnicas de evaluación de riesgos. Aplicación en entornos de trabajo relacionados con el perfil profesional del Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- Determinación de los posibles daños a la salud del trabajador que pueden derivarse de las situaciones de riesgo detectadas en dichos entornos.

6. Aplicación de medidas de prevención y protección en la empresa.

- Determinación de las medidas de prevención y protección individual y colectiva para los diferentes tipos de riesgos.
- Señalización de Seguridad.
- Protocolo de actuación ante una situación de emergencia. Clasificación de emergencias y diferentes situaciones que las pueden provocar. Los equipos de emergencias.
- Técnicas de clasificación de heridos.
- Técnicas básicas de primeros auxilios.
- Composición y uso del botiquín.
- Vigilancia de la salud del trabajador. Los controles del estado de salud del trabajador: obligatoriedad y contenido. La protección de la maternidad. Valoración del respeto a la intimidad. La vigilancia del estado de salud del Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.

7. Planificación de la prevención de riesgos en la empresa.

- El marco normativo en materia de prevención de riesgos laborales.
- Derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales. Responsabilidades en materia de prevención de riesgos laborales.
- Representación de los trabajadores en la empresa en materia de prevención de riesgos laborales.
- Organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales. El Centro Extremeño de Seguridad y Salud Laboral.
- Gestión de la prevención en la empresa. Documentación.
- Planificación de la prevención en la empresa. El contenido del Plan de Prevención.
- Análisis de un Plan de Prevención de una "pyme" relacionada con el sector de las agencias de viajes y gestión de eventos.
- Planes de emergencia y de evacuación en entornos de trabajo.
- Elaboración de un plan de emergencia en una "pyme" relacionada con el ámbito profesional del Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.



Orientaciones pedagógicas.

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

La formación de este módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales i) y m) del ciclo formativo y las competencias profesionales personales y sociales i) y k) del título.

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

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

MÓDULO PROFESIONAL: EMPRESA E INICIATIVA EMPRENDEDORA

Equivalencia en créditos ECTS: 4

Código: 0402

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado el concepto de innovación y su relación con el progreso de la sociedad y el aumento en el bienestar de los individuos.
- b) Se ha analizado el concepto de cultura emprendedora y su importancia como fuente de creación de empleo y bienestar social.
- c) Se ha valorado la importancia de la iniciativa individual, la creatividad, la formación y la colaboración como requisitos indispensables para tener éxito en la actividad emprendedora.



- d) Se ha analizado la capacidad de iniciativa en el trabajo de una persona empleada en una empresa del sector de las agencias de viajes y gestión de eventos.
 - e) Se ha analizado el desarrollo de la actividad emprendedora de un empresario que se inicie en el sector de las agencias de viajes y la gestión de eventos.
 - f) Se ha analizado el concepto de riesgo como elemento inevitable de toda actividad emprendedora.
 - g) Se ha analizado el concepto de empresario y los requisitos y actitudes necesarios para desarrollar la actividad empresarial.
 - h) Se ha descrito la estrategia empresarial relacionándola con los objetivos de la empresa.
 - i) Se ha definido una determinada idea de negocio del ámbito de las agencias de viajes y gestión de eventos, que servirá de punto de partida para la elaboración de un plan de empresa.
2. Define la oportunidad de creación de una pequeña empresa, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han descrito las funciones básicas que se realizan en una empresa y se ha analizado el concepto de sistema aplicado a la empresa.
- b) Se han identificado los principales componentes del entorno general que rodea a la empresa, en especial el entorno económico, social, demográfico y cultural.
- c) Se ha analizado la influencia en la actividad empresarial de las relaciones con los clientes, con los proveedores y con la competencia, como principales integrantes del entorno específico.
- d) Se han analizado las estrategias y técnicas comerciales en una empresa del ámbito de las agencias de viaje y la gestión de eventos.
- e) Se han identificado los elementos del entorno de una empresa del ámbito de las agencias de viajes y gestión de eventos.
- f) Se han analizado los conceptos de cultura empresarial e imagen corporativa y su relación con los objetivos empresariales.
- g) Se ha analizado el fenómeno de la responsabilidad social de las empresas y su importancia como un elemento de la estrategia empresarial.
- h) Se ha elaborado el balance social de una empresa del ámbito de las agencias de viajes y la gestión de eventos, y se han descrito los principales costes sociales en que incurrían estas empresas, así como los beneficios sociales que producen.
- i) Se han identificado, en empresas del ámbito de las agencias de viajes y gestión de eventos, prácticas que incorporan valores éticos y sociales.
- j) Se ha llevado a cabo un estudio de viabilidad económica y financiera de una empresa del ámbito de las agencias de viaje y gestión de eventos.



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

Criterios de evaluación:

- a) Se han analizado las diferentes formas jurídicas de la empresa.
- b) Se ha especificado el grado de responsabilidad legal de los propietarios de la empresa, en función de la forma jurídica elegida.
- c) Se ha diferenciado el tratamiento fiscal establecido para las diferentes formas jurídicas de la empresa.
- d) Se han analizado los trámites exigidos por la legislación vigente para la constitución de una empresa.
- e) Se ha realizado una búsqueda exhaustiva de las diferentes ayudas para la creación de empresas del ámbito de las agencias de viajes y gestión de eventos en la localidad de referencia.
- f) Se ha incluido en el plan de empresa todo lo relativo a la elección de la forma jurídica, estudio de viabilidad económico-financiera, trámites administrativos, ayudas y subvenciones.
- g) Se han identificado las vías de asesoramiento y gestión administrativa externas existentes a la hora de poner en marcha una pyme.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han analizado los conceptos básicos de contabilidad, así como las técnicas de registro de la información contable.
- b) Se han descrito las técnicas básicas de análisis de la información contable, en especial en lo referente a la solvencia, liquidez y rentabilidad de la empresa.
- c) Se han definido las obligaciones fiscales de una empresa del ámbito de las agencias de viajes y la gestión de eventos.
- d) Se han diferenciado los tipos de impuestos en el calendario fiscal.
- e) Se han identificado los principales instrumentos de financiación bancaria.
- f) Se ha cumplimentado la documentación básica de carácter comercial y contable (facturas, albaranes, notas de pedido, letras de cambio, cheques, etc.) para una empresa del sector, y se han descrito los circuitos que dicha documentación recorre en la empresa.
- g) Se ha incluido la anterior documentación en el plan de empresa.

Duración: 60 horas.



Contenidos básicos:

1. Iniciativa emprendedora.

- Innovación y desarrollo económico. Principales características de la innovación en la prestación de servicios en las agencias de viajes y gestión de eventos (materiales, tecnología y organización de la producción, etc.). Procesos de innovación sectorial en marcha en Extremadura.
- La cultura emprendedora.
- Factores claves de los emprendedores: iniciativa, creatividad, formación y colaboración.
- Desarrollo del espíritu emprendedor a través del fomento de las actitudes de creatividad, iniciativa, autonomía y responsabilidad.
- La actuación de los emprendedores como empleados de una empresa del sector de las agencias de viajes y la gestión de eventos. Concepto de intraemprendedor.
- La actuación de los emprendedores como empresarios en el sector de las agencias de viaje y gestión de eventos.
- El riesgo como elemento inevitable de toda actividad emprendedora.
- La empresa como fuente de creación de empleo y bienestar social.
- El empresario. Requisitos y actitudes para el ejercicio de la actividad empresarial.
- La estrategia empresarial como medio para conseguir los objetivos de la empresa.
- Búsqueda de ideas de negocio. Análisis y viabilidad de las oportunidades de negocio en el sector de las agencias de viaje y gestión de eventos.
- Plan de empresa: la idea de negocio en el ámbito de las agencias de viajes y gestión de eventos. Definición de una determinada idea de negocio.

2. La empresa y su entorno.

- La empresa. Concepto.
- Funciones básicas de la empresa.
- La empresa como sistema. La estructura organizativa de la empresa.
- Análisis del entorno general de una empresa del ámbito de las agencias de viajes y gestión de eventos. Entorno económico, social, demográfico y cultural.
- Análisis del entorno específico de una empresa del ámbito de las agencias de viajes y gestión de eventos: los clientes, los proveedores y la competencia. Variables del marketing mix: precio, producto, comunicación y distribución.
- Relaciones de una pyme del sector con su entorno.
- Relaciones de una pyme del sector con el conjunto de la sociedad.
- Responsabilidad social de la empresa. Elaboración del balance social de la empresa: descripción de los principales costes y beneficios sociales que produce. Viabilidad medioambiental.
- La cultura empresarial y la imagen corporativa como instrumentos para alcanzar los objetivos empresariales.
- La ética empresarial. Identificación de prácticas que incorporan valores éticos y sociales. Aplicación a empresas del sector en Extremadura.



- Estudio y análisis de la viabilidad económica y financiera de una “pyme” del ámbito de las agencias de viajes y gestión de eventos.

3. Creación y puesta en marcha de una empresa.

- Tipos de empresa. Empresario individual y empresario social. La franquicia.
- Ventajas e inconvenientes de los distintos tipos de empresa. La responsabilidad de los propietarios de la empresa en función de la forma jurídica.
- La fiscalidad en las empresas. Impuesto de Sociedades e Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas.
- Elección de la forma jurídica.
- Trámites administrativos para la constitución de una empresa. Oficinas virtuales: Seguridad Social, INEM, NNCC en Extremadura, etc.
- Asesoramiento y gestión administrativa externos. La ventanilla única.
- Viabilidad económica y viabilidad financiera de una empresa del ámbito de las agencias de viaje y gestión de eventos.
- Plan de empresa: elección de la forma jurídica, estudio de viabilidad económica y financiera, trámites administrativos y gestión de ayudas y subvenciones.

4. Función administrativa.

- Concepto de contabilidad y nociones básicas. El registro de la información contable. Los libros contables.
- Análisis de la información contable. Cálculo e interpretación de los ratios de solvencia, liquidez y rentabilidad. Umbral de rentabilidad.
- Obligaciones fiscales de las empresas. Tipos de impuestos. Calendario fiscal.
- Principales instrumentos de financiación bancaria.
- Gestión administrativa de una empresa del ámbito de las agencias de viajes y gestión de eventos: cumplimentación de la documentación básica de carácter comercial y contable (facturas, albaranes, notas de pedido, letras de cambio, cheques y otros). Descripción de los circuitos que dicha documentación recorre en la empresa.
- Plan de empresa: documentación básica de las operaciones realizadas.

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.

Los objetivos generales a), b), c), d), e), f), g), h), j) y n) del ciclo formativo y las competencias profesionales, personales y sociales a), d), h), l) y m) del título.

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



- Manejo de las fuentes de información sobre el sector, incluyendo el análisis de los procesos de innovación sectorial en marcha.
- La realización de casos y dinámicas de grupo que permitan comprender y valorar las actitudes de los emprendedores y ajustar la necesidad de los mismos al sector de las agencias de viajes y gestión de eventos.
- La utilización de programas de gestión administrativa para pymes del sector.
- La realización de un proyecto de plan de empresa relacionada con la actividad de las agencias de viajes y la gestión de eventos y que incluya todas las facetas de puesta en marcha de un negocio, viabilidad, organización de la producción y los recursos humanos, acción comercial, control administrativo y financiero así como justificación de su responsabilidad social.

MÓDULO PROFESIONAL: FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO

Equivalencia en créditos ECTS: 22

Código: 0403

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han reconocido y justificado:
 - La disponibilidad personal y temporal necesaria en el puesto de trabajo.



- Las actitudes personales (puntualidad, empatía, entre otras) y profesionales (orden, limpieza, responsabilidad, entre otras) necesarias para el puesto de trabajo.
 - Los requerimientos actitudinales ante la prevención de riesgos en la actividad profesional.
 - Los requerimientos actitudinales referidos a la calidad en la actividad profesional.
 - Las actitudes relacionales con el propio equipo de trabajo y con las jerarquías establecidas en la empresa.
 - Las actitudes relacionadas con la documentación de las actividades realizadas en el ámbito laboral.
 - Las necesidades formativas para la inserción y reinserción laboral en el ámbito científico y técnico del buen hacer del profesional.
- b) Se han identificado las normas de prevención de riesgos laborales y los aspectos fundamentales de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales de aplicación en la actividad profesional.
- c) Se han aplicado los equipos de protección individual según los riesgos de la actividad profesional y las normas de la empresa.
- d) Se ha mantenido una actitud de respeto al medio ambiente en las actividades desarrolladas.
- e) Se ha mantenido organizado, limpio y libre de obstáculos el puesto de trabajo o el área correspondiente al desarrollo de la actividad.
- f) Se ha responsabilizado del trabajo asignado interpretando y cumpliendo las instrucciones recibidas.
- g) Se ha establecido una comunicación eficaz con la persona responsable en cada situación y con los miembros del equipo.
- h) Se ha coordinado con el resto del equipo comunicando las incidencias relevantes que se presenten.
- i) Se ha valorado la importancia de su actividad y la necesidad de adaptación a los cambios de tareas.
- j) Se ha responsabilizado de la aplicación de las normas y procedimientos en el desarrollo de su trabajo.
3. Ejecuta las diferentes actividades del departamento de creación de viajes combinados utilizando medios, equipos e instrumentos de control, así como técnicas y procedimientos, de acuerdo con instrucciones y normas establecidas y situación de los clientes.

Criterios de evaluación:

- a) Se han interpretado las instrucciones recibidas y la documentación asociada a cada uno de los procesos de diseño y cotización de viajes combinados.
- b) Se han aplicado técnicas de investigación de mercado previas al diseño de viajes combinados.



- c) Se han reconocido las condiciones y acuerdos de la negociación con proveedores en base a diferentes criterios.
 - d) Se han cotizado los servicios y valorado los costes, descuentos, comisiones, margen de beneficio, umbral de rentabilidad, impuestos y precio de venta de los viajes combinados.
 - e) Se han tenido en cuenta los aspectos relacionados con la atención al cliente y la gestión de la calidad.
 - f) Se han reconocido los procesos de reserva, operativa y coordinación con los proveedores de los viajes combinados.
 - g) Se ha cumplimentado la documentación asociada.
 - h) Se han operado aplicaciones informáticas específicas.
4. Realiza la gestión de eventos utilizando medios, equipos e instrumentos de control y aplicando técnicas y procedimientos de acuerdo a instrucciones y normas establecidas.

Criterios de evaluación:

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

Duración: 400 horas.

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

**ANEXO II****ESPACIOS Y EQUIPAMIENTOS RECOMENDADOS**

Espacios:

Espacio formativo	Superficie m²	Superficie m²
	30 alumnos	20 alumnos
Aula polivalente.	60	40
Aula de agencias /información turística.	90	60

Los diversos espacios formativos identificados no deben diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

Equipamientos:

Espacios Formativos	Equipamientos
Aula polivalente.	<ul style="list-style-type: none">- Equipamiento informático.- Conexión a Internet.- Mobiliario convencional.
Aula de agencias /información turística.	<ul style="list-style-type: none">- Pizarra blanca.- Equipamiento informático- Medios audiovisuales y dispositivos multimedia- Aplicaciones informáticas de ofimática- Aplicaciones informáticas de gestión de agencias de viajes.- Aplicaciones informáticas de gestión de eventos.- Conexión a Internet.- Mobiliario de recepción.- Estanterías.

**ANEXO III**

RELACIÓN DE MÓDULOS PROFESIONALES DEL CICLO DE GRADO SUPERIOR DE AGENCIAS DE VIAJES Y GESTIÓN DE EVENTOS

DURACIÓN Y DISTRIBUCIÓN POR CURSO ESCOLAR

Módulo Profesional	Primer curso		Segundo curso	
	Horas totales	Horas semanales	Horas totales	Horas semanales
0171. Estructura del mercado turístico.	128	4		
0172. Protocolo y relaciones públicas.	128	4		
0173. Marketing turístico.	160	5		
0383. Destinos turísticos.	192	6		
0384. Recursos turísticos.	128	4		
0397. Gestión de productos turísticos.			120	6
0398. Venta de servicios turísticos.			140	7
0399. Dirección de entidades de intermediación turística.			160	8
0179. Inglés.	64	2	60	3
0180. Segunda lengua extranjera.	64	2	60	3
0400. Proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos.			40	
0401. Formación y orientación laboral.	96	3		
0402. Empresa e iniciativa emprendedora.			60	3
0403. Formación en centros de trabajo.			400	
Totales.	960	30	1040	30

**ANEXO IV A)**

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

Unidades de competencia acreditadas	Módulos profesionales convalidables
UC0266_3: Vender servicios turísticos y viajes.	0398. Venta de servicios turísticos.
UC0267_2: Desarrollar la gestión económico-administrativa de agencias de viajes. UC0268_3: Gestionar unidades de información y distribución turísticas.	0399. Dirección de entidades de intermediación turística.
UCI055_3: Elaborar y operar viajes combinados, excursiones y traslados.	0397. Gestión de productos turísticos.
UCI056_3: Gestionar eventos.	0172. Protocolo y relaciones públicas.
UCI072_3: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario competente, en los servicios turísticos de guía y animación.	0179 Inglés. (*)
UCI074_3: Gestionar información turística.	0173. Marketing turístico.
UCI069_3: Interpretar el patrimonio y bienes de interés cultural del ámbito de actuación a turistas y visitantes. UCI070_3: Interpretar espacios naturales y otros bienes de interés natural del ámbito de actuación a turistas y visitantes.	0384. Recursos turísticos.
UCI073_3: Comunicarse en una lengua extranjera distinta del inglés, con un nivel de usuario competente, en los servicios turísticos de guía y animación.	0180. Segunda lengua extranjera. (*)

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

**ANEXO IV B)****CORRESPONDENCIA DE LOS MÓDULOS PROFESIONALES CON LAS UNIDADES DE COMPETENCIA PARA SU ACREDITACIÓN**

Módulos profesionales superados	Unidades de competencia acreditables
0398. Venta de servicios turísticos.	UC0266_3: Vender servicios turísticos y viajes.
0399. Dirección de entidades de intermediación turística.	UC0267_2: Desarrollar la gestión económico-administrativa de agencias de viajes. UC0268_3: Gestionar unidades de información y distribución turísticas.
0397. Gestión de productos turísticos.	UCI055_3: Elaborar y operar viajes combinados, excursiones y traslados.
0172. Protocolo y relaciones públicas.	UCI056_3: Gestionar eventos.
0384. Recursos turísticos.	UCI069_3: Interpretar el patrimonio y bienes de interés cultural del ámbito de actuación a turistas y visitantes. UCI070_3: Interpretar espacios naturales y otros bienes de interés natural del ámbito de actuación a turistas y visitantes.
0179 Inglés.	UCI072_3: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario competente, en los servicios turísticos de guía y animación. UCI057_2: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario independiente, en las actividades turísticas.
0180. Segunda lengua extranjera.	UCI073_3: Comunicarse en una lengua extranjera distinta del inglés, con un nivel de usuario competente, en los servicios turísticos de guía y animación.
0173. Marketing turístico.	UCI074_3: Gestionar información turística.

**ANEXO V A)****ESPECIALIDADES DEL PROFESORADO CON ATRIBUCIÓN DOCENTE EN
LOS MÓDULOS PROFESIONALES DEL CICLO FORMATIVO DE TÉCNICO SUPERIOR
EN AGENCIAS DE VIAJES Y GESTIÓN DE EVENTOS**

Módulo Profesional	Especialidad del Profesorado	Cuerpo
0171. Estructura del mercado turístico.	Hostelería y turismo.	Catedrático de Enseñanza Secundaria. Profesor de Enseñanza Secundaria.
0172. Protocolo y relaciones públicas.	Hostelería y turismo.	Catedrático de Enseñanza Secundaria. Profesor de Enseñanza Secundaria.
0173. Marketing turístico.	Hostelería y turismo.	Catedrático de Enseñanza Secundaria. Profesor de Enseñanza Secundaria.
0383. Destinos turísticos.	Hostelería y turismo.	Catedrático de Enseñanza Secundaria. Profesor de Enseñanza Secundaria.
0384. Recursos turísticos.	Hostelería y turismo.	Catedrático de Enseñanza Secundaria. Profesor de Enseñanza Secundaria.
0397. Gestión de productos turísticos.	Hostelería y turismo.	Catedrático de Enseñanza Secundaria. Profesor de Enseñanza Secundaria.
0398. Venta de servicios turísticos.	Hostelería y turismo.	Catedrático de Enseñanza Secundaria. Profesor de Enseñanza Secundaria.
0399. Dirección de entidades de intermediación turística.	Hostelería y turismo.	Catedrático de Enseñanza Secundaria. Profesor de Enseñanza Secundaria.
0179. Inglés.	Inglés.	Catedrático de Enseñanza Secundaria. Profesor de Enseñanza Secundaria.
0180. Segunda lengua extranjera.	Lengua extranjera.	Catedrático de Enseñanza Secundaria. Profesor de Enseñanza Secundaria.
0400. Proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos.	Hostelería y turismo.	Catedrático de Enseñanza Secundaria. Profesor de Enseñanza Secundaria.
0401. Formación y orientación laboral.	Formación y orientación laboral.	Catedrático de Enseñanza Secundaria. Profesor de Enseñanza Secundaria.
0402. Empresa e iniciativa emprendedora.	Formación y orientación laboral.	Catedrático de Enseñanza Secundaria. Profesor de Enseñanza Secundaria.

**ANEXO V B)**

TITULACIONES EQUIVALENTES A EFECTOS DE DOCENCIA

Cuerpos	Especialidades	Titulaciones
Profesores de Enseñanza Secundaria.	Formación y orientación laboral.	<ul style="list-style-type: none">- Diplomado en Ciencias Empresariales.- Diplomado en Relaciones Laborales.- Diplomado en Trabajo Social.- Diplomado en Educación Social.- Diplomado en Gestión y Administración Pública.
	Hostelería y turismo.	<ul style="list-style-type: none">- Diplomado en Turismo.

ANEXO V C)

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

Módulos profesionales	Titulaciones
0171. Estructura del mercado turístico. 0172. Protocolo y relaciones públicas. 0173. Marketing turístico. 0383. Destinos turísticos. 0384. Recursos turísticos. 0397. Gestión de productos turísticos. 0398. Venta de servicios turísticos. 0399. Dirección de entidades de intermediación turística. 0179. Inglés. 0180. Segunda lengua extranjera. 0400. Proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos. 0401. Formación y orientación laboral. 0402. Empresa e iniciativa emprendedora.	<ul style="list-style-type: none">- Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el título de grado correspondiente u otros títulos equivalentes a efecto de docencia.

**ANEXO VI**

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

Módulos profesionales del Ciclo Formativo (LOGSE 1/1990): Agencias de Viajes	Módulos profesionales del Ciclo Formativo (LOE 2/2006): Agencias de Viajes y Gestión de Eventos
Producción y venta de servicios turísticos en agencias de viajes.	0398. Venta de servicios turísticos. 0397. Gestión de productos turísticos.
Gestión económico-administrativa en agencias de viajes. Organización y control en agencias de viajes.	0399. Dirección de entidades de intermediación turística. 0402. Empresa e iniciativa emprendedora.
Comercialización de productos y servicios turísticos.	0173. Marketing turístico. 0171. Estructura del mercado turístico.
Lengua extranjera.	0179. Inglés.
Segunda lengua extranjera.	0180. Segunda lengua extranjera.
Formación en Centros de Trabajo.	0403. Formación en Centros de Trabajo.