

I.- DISPOSICIONES GENERALES

Consejería de Educación, Ciencia y Cultura

Decreto 197/2010, de 03/08/2010, por el que se establece el currículo del Ciclo Formativo de Grado Superior correspondiente al título de Técnico o Técnica Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos, en la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha, y se modifica el Decreto 110/2009, de 4 de agosto, por el que se establece el currículo del Ciclo Formativo de Grado Superior correspondiente al título de Técnico o Técnica Superior en Gestión de Alojamientos Turísticos, en la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha. [2010/13394]

La Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y la Formación Profesional, en su artículo 10.2 indica que las Administraciones educativas, en el ámbito de sus competencias, podrán ampliar los contenidos de los correspondientes títulos de formación profesional.

La Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, establece en su artículo 39 que la Formación Profesional en el sistema educativo tiene por finalidad preparar a los alumnos y las alumnas para la actividad en un campo profesional y facilitar su adaptación a las modificaciones laborales que pueden producirse a lo largo de su vida, así como contribuir a su desarrollo personal y al ejercicio de una ciudadanía democrática, y que el currículo de estas enseñanzas se ajustará a las exigencias derivadas del Sistema Nacional de las Cualificaciones y Formación Profesional. Por otra parte establece en su artículo 6, con carácter general para todas las enseñanzas, que se entiende por currículo el conjunto de objetivos, competencias básicas, contenidos, métodos pedagógicos y criterios de evaluación de cada una de las enseñanzas reguladas en la misma, así como que las Administraciones educativas establecerán el currículo de las distintas enseñanzas.

El Real Decreto 1538/2006, de 15 de diciembre, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, establece en su artículo 17 que el currículo de las enseñanzas de formación profesional se ajustará a las exigencias derivadas del Sistema Nacional de Cualificaciones y Formación Profesional. Igualmente dispone que las administraciones educativas establecerán los currículos correspondientes respetando lo dispuesto en esa norma y en las normas que regulen los títulos correspondientes y que las administraciones educativas, en el ámbito de sus competencias, podrán ampliar los contenidos de los correspondientes títulos de formación profesional. El artículo 18 de este Real Decreto, indica que las administraciones educativas tendrán en cuenta, al establecer el currículo de cada ciclo formativo, la realidad socioeconómica del territorio de su competencia, así como las perspectivas de desarrollo económico y social, con la finalidad de que las enseñanzas respondan en todo momento a las necesidades de cualificación de los sectores socioproductivos de su entorno, sin perjuicio alguno de la movilidad del alumnado.

Según establece el artículo 37.1 del Estatuto de Autonomía de Castilla-La Mancha, corresponde a la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha la competencia de desarrollo legislativo y ejecución de la enseñanza en toda su extensión, niveles y grados, modalidades y especialidades.

Una vez publicado el Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio, por el que se establece el título de Técnico Superior en Agencia de Viajes y Gestión de Eventos y se fijan sus enseñanzas mínimas, procede establecer el currículo del Ciclo Formativo de grado superior correspondiente al título de Técnico o Técnica Superior en Agencia de Viajes y Gestión de Eventos, en el ámbito territorial de esta Comunidad Autónoma, teniendo en cuenta los aspectos definidos en la normativa citada anteriormente.

Las agencias de viajes en Castilla-La Mancha deben afrontar el reto de las nuevas tecnologías, aprovechándolas al máximo, como herramientas básicas de un servicio que debe apostar por la calidad y, por tanto, por la formación, para sacar el máximo partido a la enorme información disponible también para el cliente. Por lo que se refiere a los proveedores, sin duda, la agencia sigue siendo una pieza clave de su red de ventas y de promoción comercial. Por otro lado el sector de eventos se ha convertido en uno de los de mejor proyección y que experimentará un mayor crecimiento en los próximos años, al convertirse en una de las herramientas de marketing más rentables para las empresas de la región.

En la definición del currículo de este ciclo formativo en Castilla-La Mancha se ha prestado especial atención a las áreas prioritarias definidas por la Disposición Adicional Tercera de la Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional, mediante la definición de contenidos de prevención de riesgos laborales, sobre todo en el módulo de Formación y Orientación Laboral, que permitan que todos los alumnos puedan obtener 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.

En el procedimiento de elaboración de este Decreto ha intervenido la Mesa Sectorial de Educación y han emitido dictamen el Consejo Escolar de Castilla-La Mancha y el Consejo de Formación Profesional de Castilla-La Mancha.

En su virtud, a propuesta de la Consejera de Educación, Ciencia y Cultura, de acuerdo con el Consejo Consultivo y, previa deliberación del Consejo de Gobierno en su reunión de 3 de agosto de 2010, dispongo:

Artículo 1. Objeto de la norma y ámbito de aplicación.

El presente Decreto tiene como objeto establecer el currículo del Ciclo Formativo de grado superior correspondiente al título de Técnico o Técnica Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos, en el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha, teniendo en cuenta sus características geográficas, socio-productivas, laborales y educativas, complementando lo dispuesto en 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. Identificación del título.

Según lo establecido en el artículo 2 del Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio, por el que se establece el título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos y se fijan sus enseñanzas mínimas, el título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos queda identificado por los siguientes elementos:

Denominación: Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.

Nivel: Formación Profesional de Grado Superior.

Duración: 2.000 horas.

Familia Profesional: Hostelería y Turismo.

Referente europeo: CINE - 5b (Clasificación Internacional Normalizada de la Educación).

Artículo 3. Titulación.

De conformidad con lo establecido en el artículo 44 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, los alumnos y las alumnas que superen las enseñanzas correspondientes al Ciclo Formativo de grado superior de Agencias de Viajes y Gestión de Eventos obtendrán el título de Técnico o Técnica Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.

Artículo 4. Otros referentes del título.

En 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, quedan definidos el perfil profesional, la competencia general, las competencias profesionales, personales y sociales, la relación de cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones incluidas en el mismo, entorno profesional, prospectiva en el sector o sectores, objetivos generales, accesos y vinculación a otros estudios, y correspondencia de módulos profesionales con las unidades de competencia, correspondientes al título.

Artículo 5. Módulos profesionales de primer y segundo curso: Duración y distribución horaria.

1. Son módulos profesionales de primer curso los siguientes:

- a) Estructura del mercado turístico.
- b) Protocolo y relaciones públicas.
- c) Marketing turístico.
- d) Destinos turísticos.
- e) Recursos turísticos.
- f) Segunda lengua extranjera.
- g) Formación y orientación laboral

2. Son módulos profesionales de segundo curso los siguientes:

- a) Gestión de productos turísticos.
- b) Venta de servicios turísticos.
- c) Dirección de entidades de intermediación turística.
- d) Inglés.
- e) Proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos.
- f) Empresa e iniciativa emprendedora.
- g) Formación en centros de trabajo.

3. La duración y distribución horaria semanal ordinaria de los módulos profesionales del Ciclo Formativo son las establecidas en el anexo I A de este Decreto.

Artículo 6. Oferta del Ciclo Formativo en tres cursos académicos.

1. De forma excepcional y previa autorización de la consejería con competencias en materia de educación se podrá ofertar el Ciclo Formativo distribuido en tres cursos académicos.

2. La distribución de los módulos profesionales por cursos es la siguiente:

2.1. Primer curso:

- a) Estructura del mercado turístico.
- b) Protocolo y relaciones públicas.
- c) Marketing turístico.
- d) Recursos turísticos.
- e) Formación y orientación laboral.

2.2. Segundo curso:

- a) Destinos turísticos.
- b) Dirección de entidades de intermediación turística.
- c) Inglés.
- d) Según lengua extranjera.

2.3. Tercer curso:

- a) Gestión de productos turísticos.
- b) Venta de servicios turísticos.
- c) Empresa e iniciativa emprendedora.
- d) Proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos.
- e) Formación en centros de trabajo.

3. La duración y distribución horaria semanal de los módulos profesionales del Ciclo Formativo para la oferta excepcional del Ciclo Formativo en tres cursos académicos son las establecidas en el anexo I B de este Decreto.

Artículo 7. Flexibilización de la oferta.

La Consejería con competencias en materia de educación, podrá diseñar otras distribuciones horarias semanales de los módulos Ciclo Formativo, distintas a las establecidas, encaminadas a la realización de una oferta más flexible y adecuada a la realidad social y económica del entorno. En todo caso se mantendrá la duración total para cada módulo profesional establecida en el presente Decreto.

Artículo 8. Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación, duración, contenidos y orientaciones pedagógicas de los módulos profesionales.

1.- Los resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y duración de los módulos profesionales de Formación en centros de trabajo y Proyecto de Agencias de Viajes y Gestión de Eventos así como los resultados de aprendizaje, criterios de evaluación, duración y contenidos del resto de módulos profesionales que forman parte del currículo del Ciclo Formativo de grado superior de Agencias de Viajes y Gestión de Eventos Castilla-La Mancha son los establecidos en el anexo II del presente Decreto.

2. Las orientaciones pedagógicas de los módulos profesionales que forman parte del título del Ciclo Formativo de grado superior de Agencias de Viajes y Gestión de Eventos son las establecidas en el anexo I del Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio.

Artículo 9. Profesorado.

1. La docencia de los módulos profesionales que constituyen las enseñanzas de este ciclo formativo corresponde al profesorado del Cuerpo Catedráticos de Enseñanza Secundaria, del Cuerpo de Profesores y Profesoras de Enseñanza Secundaria y del Cuerpo de Profesores Técnicos y Profesoras Técnicas de Formación Profesional, según proceda, de las especialidades establecidas en el Anexo III A) del 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, por el que se aprueba el Reglamento de ingreso, accesos y adquisición de nuevas especialidades en los cuerpos docentes a que se refiere la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, y se regula el régimen transitorio de ingreso a que se refiere la disposición transitoria decimoséptima de la citada Ley. Las titulaciones equivalentes, a efectos de docencia, a las anteriores son, para las distintas especialidades del profesorado, las recogidas en el Anexo III B) del Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio.

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 se concretan en el Anexo III C) del Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio, siempre que las enseñanzas conducentes a la titulación 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 10. Capacitaciones.

La formación establecida en este Decreto en el módulo profesional de formación y orientación laboral capacita para llevar a cabo responsabilidades profesionales equivalentes a las que precisan las actividades de nivel básico en prevención de riesgos laborales, establecidas en el Real Decreto 39/1997 de 17 de enero, por el que se aprueba el reglamento de los servicios de prevención, tal y como se establece en la disposición adicional tercera del Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio.

Artículo 11. Espacios y Equipamientos

1. Los espacios y equipamientos mínimos necesarios para el desarrollo de las enseñanzas del ciclo formativo de grado superior de Agencias de Viajes y Gestión de Eventos, son los establecidos en el Anexo III del presente Decreto.

2. Las condiciones de los espacios y equipamientos son las establecidas en el artículo 11 del Real Decreto 1254/2009, de 24 de Julio.

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

4. Los diversos espacios formativos identificados no deben diferenciarse necesariamente por cerramientos.

Disposición adicional única. Autonomía pedagógica de los Centros.

Los Centros autorizados para impartir el ciclo formativo de formación profesional de grado superior de Agencias de Viajes y Gestión de Eventos concretarán y desarrollarán las medidas organizativas y curriculares que resulten más adecuadas a las características de su alumnado y de su entorno productivo, de manera flexible y en uso de su autonomía pedagógica, en el marco legal del proyecto educativo, en los términos establecidos por la Ley Orgánica 2/2006 de 3 de mayo, de Educación.

Disposición final primera. Implantación del Currículo.

El presente currículo se implantará en la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha a partir del curso escolar 2010/2011, en todos los centros docentes autorizados para su impartición y de acuerdo al siguiente calendario:

- a) En el curso 2010/2011, se implantará el currículo de los módulos profesionales del primer curso del ciclo formativo.
- b) En el curso 2011/2012, se implantará el currículo de los módulos profesionales del segundo curso del ciclo formativo.
- c) Para el caso excepcional de la oferta del Ciclo Formativo en tres cursos académicos, en el curso 2012/2013 se implantará el currículo de los módulos profesionales del tercer curso.

Disposición final segunda. Modificación del Decreto 110/2009, de 4 de agosto, por el que se establece el Currículo del ciclo formativo de grado superior correspondiente al Título de Técnico o Técnica Superior en Gestión de Alojamientos Turísticos, en la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha.

1. Se modifica el Anexo II, en lo referido al módulo profesional de inglés, que queda con la siguiente redacción:

Módulo Profesional: Inglés
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 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 y utilizando para ello estrategias apropiadas al contexto de inicio y mantenimiento de conversaciones.
- d) Se han utilizado normas de protocolo en presentaciones formales e informales.
- e) Se ha utilizado correctamente la terminología de la profesión.
- f) Se han expresado y defendido puntos de vista con claridad, proporcionando explicaciones y argumentos adecuados.
- g) Se ha descrito y secuenciado un proceso de trabajo de su competencia.
- h) Se ha argumentado con todo detalle la elección de una determinada opción o procedimiento de trabajo elegido.
- i) Se ha solicitado la reformulación del discurso o parte del mismo cuando se ha considerado necesario.

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

Criterios de evaluación:

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

5. Reflexiona sobre las destrezas comunicativas que necesita adquirir para aplicar actitudes y comportamientos profesionales en las relaciones con las personas.

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido los rasgos más significativos de las costumbres y usos del sector profesional donde se utiliza la lengua extranjera.
- b) Se han descrito y aplicado los protocolos y normas de relación social propios del sector y de la cultura anglosajona.
- c) Se han determinado las situaciones más frecuentes en las que el idioma será necesario para su desempeño profesional y académico.
- d) Se han identificado las destrezas comunicativas que se deben mejorar de cara a responder a las necesidades planteadas.

Duración: 160 horas.

Contenidos:

1. Comprensión de mensajes orales profesionales y cotidianos:

Mensajes directos, telefónicos, radiofónicos, grabados.

Terminología específica del sector.

Identificación del objetivo y tema principal de las presentaciones y seguimiento del desarrollo del mismo.

La estructura habitual de los mensajes orales del sector: formulación de peticiones de clientes, llamadas para recabar información, para formular una petición.

Funciones y recursos lingüísticos para facilitar la comprensión: acuerdos y desacuerdos, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia, la deducción por el contexto.

Diferentes acentos de la lengua inglesa.

2. Interpretación de mensajes escritos:

Comprensión de mensajes, textos, artículos básicos profesionales y cotidianos:

La organización de la información en los textos del sector: índices, títulos, encabezamientos, tablas, esquemas y gráficos...

Tipología y estructura de los textos del sector en soportes telemáticos: páginas web, fax, e-mail para, solicitudes, textos de gestión y administración .

Vocabulario específico del entorno de trabajo y Estrategias de adquisición y desarrollo del vocabulario: Formación de palabras mediante el estudio de prefijos y sufijos, identificación de los tipos de palabras, nominalización, clasificaciones léxicas, "collocations", deducción del significado de palabras a través del contexto.

localización y selección de la información relevante: lectura rápida para la identificación del tema principal (skimming) y lectura orientada a encontrar una información específica (scanning).

Recursos lingüísticos y gramaticales: Tiempos verbales y su aplicación práctica (Ej: presente simple y el futuro de intención para describir y planificar actividades), preposiciones, phrasal verbs, fórmulas de cortesía en correspondencia profesional; uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales.

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

Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.

3. Producción de mensajes orales:

Mensajes orales:

Registros y fórmulas habituales para iniciar, mantener y terminar conversaciones en diferentes entornos (llamadas telefónicas, presentaciones, reuniones, entrevistas laborales...) atendiendo a las convenciones del ámbito laboral.

Estrategias para mantener la fluidez en las presentaciones: "rellenadores" del discurso (fillers), introducción de ejemplos, formulación de preguntas para confirmar comprensión, petición de aclaración ...

Recursos comunicativos aplicados a la expresión oral: Funciones de los marcadores del discurso y de las transiciones entre temas en las presentaciones orales, tanto formales como informales.

Estrategias de "negociación del significado" en las conversaciones: fórmulas de petición de clarificación, repetición y confirmación para la comprensión.

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

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

4. Emisión de textos escritos: expresión y cumplimentación de mensajes y textos profesionales y cotidianos.

Correspondencia y documentos profesionales. Estructura y normas de cartas, emails, folletos, documentos oficiales, Currículo vitae, memorándums, respuestas comerciales y otras formas de comunicación escrita entre trabajadores del sector.

Características de la comunicación escrita profesional: factores y estrategias que contribuyen a la claridad, unidad, coherencia, cohesión y precisión de los escritos, así como atención a las fórmulas y convenciones de cada sector.

Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado... y los marcadores y nexos que las determinan.

Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.

Coherencia textual:

Adecuación del texto al contexto comunicativo.

Tipo y formato de texto.

Variedad de lengua. Registro.

Selección léxica, de estructuras sintácticas y de contenido relevante.

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

Ejemplificación.

Conclusión y/ o resumen del discurso.

Uso de los signos de puntuación.

5. Identificación e interpretación de los elementos culturales y socio-lingüísticos más significativos de los países de lengua inglesa:

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

Uso de los recursos formales y funcionales en situaciones que requieren un comportamiento socioprofesional con el fin de proyectar una buena imagen de la empresa.

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

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

Disposición final tercera. Desarrollo.

Se autoriza a la persona titular de la Consejería competente en materia educativa, para dictar las disposiciones que sean precisas para la aplicación de lo dispuesto en este Decreto.

Disposición final cuarta. Entrada en vigor.

El presente Decreto entrará en vigor a los veinte días de su publicación en el Diario Oficial de Castilla-La Mancha.

Dado en Toledo, el 3 de agosto de 2010

El Presidente
JOSÉ MARÍA BARREDA FONTES

La Consejera de Educación, Ciencia y Cultura
MARÍA ÁNGELES GARCÍA MORENO

Anexo I A

Duración y distribución horaria semanal de los módulos profesionales del Ciclo Formativo.

Módulos	Distribución de horas		
	Horas Totales	Horas Semanales 1º Curso	Horas Semanales 2º Curso
0171. Estructura del mercado turístico.	128	4	
0172. Protocolo y relaciones públicas.	128	4	
0173. Marketing turístico.	156	5	
0383. Destinos turísticos.	175	5	
0384. Recursos turísticos.	131	4	
0397. Gestión de productos turísticos.	72		4
0398. Venta de servicios turísticos.	158		8
0399. Dirección de entidades de intermediación turística.	144		7
0179. Inglés	160		8
0180. Segunda lengua extranjera	160	5	
0400. Proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos.	40		
0401. Formación y orientación laboral.	82	3	
0402. Empresa e iniciativa emprendedora.	66		3
0403. Formación en centros de trabajo.	400		
Total	2000	30	30

Anexo I B

Duración y distribución horaria semanal de los módulos profesionales del
Ciclo Formativo en tres cursos académicos.

Módulos	Distribución de horas			
	Horas Totales	Horas Semanales 1º Curso	Horas Semanales 2º Curso	Horas Semanales 3º Curso
0171. Estructura del mercado turístico.	128	4		
0172. Protocolo y relaciones públicas.	128	4		
0173. Marketing turístico.	156	5		
0383. Destinos turísticos.	175		5	
0384. Recursos turístico.	131	4		
0397. Gestión de productos turísticos.	72			4
0398. Venta de servicios turísticos.	158			8
0399. Dirección de entidades de intermediación turística.	144		5	
0179. Inglés	160		5	
0180. Segunda lengua extranjera	160		5	
0400. Proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos.	40			
0401. Formación y orientación laboral	82	3		
0402. Empresa e Iniciativa emprendedora.	66			3
0403. Formación en centros de trabajo.	400			
Total	2000	20	20	15

Anexo II

Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación, duración y contenidos de los módulos profesionales

Módulo Profesional: Estructura del mercado turístico.

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

5 Analiza los procesos de programación y contratación entre los diferentes agentes que intervienen en la elaboración de productos turísticos.

Criterios de evaluación.

- a) Se han descrito los procesos de contratación entre hoteles y tour operadores
- b) Se han descrito los procesos de contratación entre medios de transporte y tour operadores.
- c) Se han analizado los procesos de contratación entre agencias de viajes y tour operadores

Duración: 128 horas

Contenidos:

1. Contextualización del sector turístico:

Definición y elementos que caracterizan al turismo

Diferencias entre turista, visitante y excursionista Evolución del turismo.

Entidades públicas y privadas de ámbito local, regional, nacional e internacional relacionadas con el sector turístico.

Valoración de la actividad turística en el desarrollo de un núcleo poblacional.

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

Valoración del y la profesional turístico en el ámbito de su profesión.

2. Identificación de las tipologías turísticas y sus tendencias:

Tipologías turísticas y sus características.

Localización geográfica de las principales tipologías turísticas.

Factores que influyen en la localización espacial de cada tipología turística.

Ventajas e inconvenientes del desarrollo turístico de una zona. Tendencias de las tipologías turísticas nacionales.

Tendencias de las tipologías turísticas internacionales.

Factores que influyen sobre la demanda e incidencia posible sobre ellos

3. Análisis de la oferta turística:

La oferta turística. Elementos y estructuras.

La intermediación turística. Canales de distribución.

Empresas de alojamientos turísticos. Definición Tipología Características distribución

Los medios de transporte turísticos.

La oferta complementaria.

El núcleo turístico.

Importancia económica del turismo para el núcleo turístico.

4. Caracterización de la demanda turística:

Definición. Factores de la demanda turística. Clasificación de los clientes y las clientas Elementos externos que influyen en la elasticidad de la demanda turística.

Motivaciones de la demanda turística.

Estacionalidad de la demanda. Acciones de desestacionalización.

Metodología de compra Tendencias actuales de la demanda turística.

Valoración de la importancia de conocer a la clientela como elemento dinamizador de la demanda.

5. Análisis de los procesos de programación y contratación entre las y los diferentes agentes del sistema turístico:

Contrataciones entre hoteles y turoperadores
Contrataciones entre medios de transporte y turoperadores:
Transporte aéreo
Transporte por carretera
Transporte marítimo
Transporte ferroviario
Contrataciones entre agencias de viajes y turoperadores.

Módulo Profesional: Protocolo y relaciones públicas.
Código: 0172

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Caracteriza el protocolo de las personas y los símbolos reconociendo los elementos básicos que lo componen.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha definido protocolo junto con los elementos y estructura básica del mismo.
- b) Se ha justificado la importancia del protocolo en el sector turístico.
- c) Se han diferenciado las etapas y la evolución del protocolo
- d) Se ha valorado la importancia de la aplicación del protocolo en diferentes situaciones.
- e) Se han definido los factores y criterios eficaces para orientar el protocolo y ceremonial en el sector turístico.
- f) Se ha identificado la necesidad del protocolo en la función comercial de la empresa turística.
- g) Se han analizado las tendencias del protocolo en Turismo.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido los elementos que conforman el protocolo institucional.
- b) Se han determinado los criterios para establecer la presidencia en los actos oficiales.
- c) Se han caracterizado los diferentes sistemas de ordenación de los invitados y las invitadas 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.

3. 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 e invitadas, 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.

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

Criterios de evaluación:

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

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

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

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 y las clientas 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.

7. Mantiene actitudes de correcta atención al cliente y la clienta analizando la importancia de superar las expectativas de los clientes y la clientas con relación al trato recibido.

Criterios de evaluación:

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

Duración: 128 horas

Contenidos:

1. Introducción al protocolo:

Definición y orígenes del protocolo de personas y símbolos.
Importancia de la utilización del protocolo en turismo.
Tendencias y evolución del protocolo y-.p ceremonial.

2. Aplicación del protocolo institucional:

Protocolo institucional.
Sistemas de organización de invitados.
Interés por la normativa en materia de protocolo y precedencias oficiales del Estado y de las Comunidades Autónomas.
Proyección de actos protocolarios.

3. Aplicación del protocolo empresarial:

Tipos y objetivos de los actos protocolarios empresariales.
Identificación del público objetivo y adecuación del acto
Manual protocolario y de comunicación de una empresa.
Actos protocolarios empresariales.
Elaboración del programa y cronograma del acto a organizar.

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

Aplicación y valoración de las RR.PP. en al ámbito turístico empresarial e institucional.
Recursos de las relaciones públicas.
La imagen corporativa.
La expresión corporal. La imagen personal. Habilidades sociales.
Tipos de imagen.
La imagen del turismo español.

5. Comunicación con los clientes:

Proceso de la comunicación.
Comunicación no verbal.
Comunicación verbal.
Variables de la atención al cliente.
Modalidades de atención al cliente.
Puntos clave de una buena atención al cliente según la fase de contacto de este con la empresa.

6. Gestión de quejas, reclamaciones y sugerencias:

Quejas, reclamaciones y sugerencias.
Principales motivos de quejas del cliente y de la clienta de las empresas de hostelería y turismo.
Elementos de recogida de quejas, reclamaciones o sugerencias.
Fases de la gestión de quejas y reclamaciones.
Normativa legal vigente en materia de reclamaciones de clientes en establecimientos de empresas turísticas.

7. Actitudes de atención al cliente y la clienta:

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

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

Duración: 156 horas

Contenidos:

1. Caracterización del Marketing turístico:

Marketing turístico.

Relación con el sector de la hostelería y el turismo

Etapas del marketing turístico.

Evolución de la función del marketing: Orientación hacia el consumidor y la consumidora

El futuro del marketing

2. Interpretación de la segmentación de mercados turísticos:

Investigación de mercados.

Variables de segmentación más utilizadas en turismo.

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

Instrumentos comerciales y compatibilidad de los segmentos.

Tipos de estrategias de cobertura del mercado.

Posicionamiento en el mercado: Conceptos. Estrategias. Métodos.

3. Identificación del marketing-mix y sus elementos:

El marketing-mix. Aplicación y estrategias

El producto-servicio. Niveles y elementos.

La "servucción".

El ciclo de vida del producto y de los destinos turísticos.

Desarrollo y lanzamiento de los nuevos productos turísticos.

Métodos y políticas para la fijación de precios en el sector turístico.

La promoción turística en el mix promocional: la publicidad, las RR.PP., las promociones de ventas/merchandising, las ferias turísticas, Works shops, Fam-trips y otros.

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

Marketing directo en turismo y nuevas tecnologías.

Marketing en internet.

Bases de datos.

Objetivos generales del desarrollo de una base de datos de marketing.

Marketing directo.

Materiales de soporte y de desarrollo de políticas de marketing directo.

El marketing directo y su desarrollo.

5. Caracterización del Plan Marketing:

Plan de marketing. Elementos y Finalidad.

Segmentación y público objetivo.

Planes de acción: estrategias y tácticas.

Objetivos y cuotas de ventas.

Recursos necesarios para respaldar las estrategias y alcanzar los objetivos.

Seguimiento y control del marketing.

Presentación y promoción del plan.

Auditoría ambiental del plan.

6. Interpretación del proceso de decisión en el consumidor y la consumidora:

Fases del proceso de decisión.

Postcompra y fidelización.

Los nuevos consumidores en el sector turístico.

Herramientas de control de la calidad y la satisfacción del cliente. Implementación en empresas del sector turístico.

7. Caracterización de los criterios de consumerismo:

El consumerismo.

La reacción de la empresa y su respuesta.

Normativa que regula al consumidor y la consumidora y sus derechos en la U.E y en España: legislación genérica y específica.

Derechos y deberes de las personas consumidoras

Módulo Profesional: Destinos turísticos.

Código: 0383

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Identifica la geografía turística general de España y específica de Castilla la Mancha, 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 ha identificado la organización territorial de Castilla La Mancha, distinguiendo las provincias y comarcas más representativas así como los municipios turísticos más relevantes, ubicándolos en el espacio geográfico.
- d) Se han identificado las diferentes políticas turísticas llevadas a cabo por las distintas Comunidades Autónomas.
- e) Se han identificado y descrito las principales características, unidades físicas y accidentes geográficos del relieve de España y de Castilla la Mancha.
- f) Se han identificado los principales elementos característicos de la hidrografía y el litoral
- g) Se han identificado y descrito las principales características del territorio, los accidentes geográficos del relieve de Castilla la Mancha y los principales elementos característicos de la hidrografía.
- h) Se han identificado y descrito los paisajes característicos y la vegetación autóctona, así como los principales espacios naturales protegidos de España y específico de Castilla la Mancha.
- i) Se han identificado y descrito las características generales del clima de España y específico de Castilla la Mancha.
- j) Se ha analizado la distribución de la población en el conjunto del Estado español.
- k) Se han identificado los principales elementos característicos de las diferentes culturas y pueblos de España.
- l) Se ha valorado la pluralidad de lenguas, culturas, costumbres, ritos y creencias de las Comunidades Autónomas españolas.
- m) 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 representativos del relieve, la hidrografía y el litoral europeos.
- g) Se han descrito las unidades físicas, paisajes y vegetación más relevantes; así como los principales espacios naturales protegidos y las características generales del clima europeo.
- h) Se han analizado las características más sobresalientes de las diferentes culturas y pueblos de Europa.
- i) Se ha valorado la pluralidad de lenguas, culturas, costumbres, ritos y creencias de los diferentes Estados de Europa.
- j) Se han descrito las características más relevantes de relieve, hidrografía, vegetación, clima y diversidad cultural del resto de regiones y subregiones del mundo.

3. Identifica los principales destinos turísticos de España y específico de Castilla La Mancha 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 han caracterizado los diferentes destinos turísticos castellano manchegos atendiendo a su especialización turística
- d) Se ha reconocido la oferta turística más relevante en cada tipología de destinos.
- e) Se han identificado los recursos culturales, naturales y de otro tipo en los diferentes destinos.
- f) Se han seleccionado los destinos más relevantes atendiendo a diversos factores: comercial, por tendencia o promocional.
- g) Se ha identificado la coincidencia de tipologías turísticas en un mismo destino.
- h) Se han identificado las potencialidades turísticas de las diferentes regiones.
- i) 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: 175 horas

Contenidos:

1. Identificación de la geografía turística de España:

Organización territorial y administrativa. Concepto de Autonomía, región, provincia, comarca y municipio. Identificación.

Aproximación al espacio turístico español. Políticas turísticas.

Relieve. Características. Unidades físicas. Uso turístico.

La red hidrográfica. Ríos, lagos, campos de nieve, manantiales y aguas termales.

El clima, paisajes vegetales, la fauna y los espacios protegidos.

Demografía: distribución de la población.

Factores culturales. Espacios monumentales, museísticos, gastronomía, arquitectura popular, artesanía, fiestas y folclore.

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.

Las Comunidades Autónomas y el turismo.

Aproximación a la realidad del turismo en la Comunidad Autónoma de Castilla la Mancha.

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

La organización internacional del turismo. La OMT. Concepto y funciones. Regiones y subregiones.

Organización política y territorial de Europa. Países comunitarios y no comunitarios. Territorios dependientes de dentro y fuera de Europa

Unidades físicas europeas.

Diversidad cultural europea: culturas, pueblos, lenguas.

Geografía turística de Europa. Recursos turísticos.

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 y específico de Castilla la Mancha:

Destinos españoles de sol y playa. Centros turísticos litorales peninsulares e islas.

Destinos culturales españoles. Rutas culturales.

Destinos urbanos españoles.

Destinos rurales y de naturaleza españoles.

Destinos españoles de espacios lúdicos y de ocio.

Destinos deportivos (golf, esquí, náutico, ecuestre, aventura y nieve) y de salud y belleza.

Grandes eventos en los destinos.

Turismo ferroviario: principales trenes turísticos nacionales.

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.

Destinos urbanos. La oferta turística en las ciudades.

Destinos rurales y de naturaleza.

Destinos de espacios lúdicos y de ocio.

Destinos deportivos (golf, esquí, náutico, ecuestre, aventura y nieve) y de salud y belleza.

Grandes eventos en los destinos.

Turismo de cruceros: marítimo, lacustre y fluvial.

Turismo ferroviario: principales trenes turísticos internacionales.

Módulo Profesional: Recursos turísticos.

Código: 0384

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:

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

Criterios de evaluación:

a) Se han detectado los recursos turísticos más destacados de cada una de las CC.AA y la estructura del Planeamiento Turístico en Castilla la Mancha.

b) Se han clasificado atendiendo a las tipologías y empleando la legislación vigente en cada caso.

c) Se ha determinado el tipo de recurso del que se trata y explicado atendiendo a sus peculiaridades y a la singularidad.

d) Se han diseñado bases de datos de recursos turísticos por áreas o zonas, diferenciando así la tipología de espacios turísticos en relación con los recursos que existen en la zona.

e) Se ha definido cual es la protección legal e institucional existente para los diferentes recursos.

f) Se han reconocido los organismos e instituciones para la tutela de los recursos.

g) Se ha definido el proceso de petición para solicitar la declaración de un recurso en relación a su tipología y características.

h) Se han recabado los documentos necesarios para solicitar la catalogación de un bien o recursos de la forma más adecuada.

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

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado los aspectos básicos del arte universal.

b) Se han detectado las principales manifestaciones artísticas del país.

c) Se han reconocido prototipos artísticos que constituyen los modelos universales y nacionales.

d) Se han discriminado las características técnicas y culturales de cada estilo.

- e) Se han identificado las principales líneas conceptuales que fundamentan una cultura donde se insertan las manifestaciones artísticas tanto de pintura como escultura y arquitectura.
- f) Se han reconocido los centros culturales de interés con actividad turística.
- g) Se han identificado las rutas e itinerarios relacionados con las principales manifestaciones artísticas del país.

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

Criterios de evaluación:

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

4. Analiza el patrimonio natural-paisajístico de España caracterizándolo e interpretándolo como recurso turístico y concretamente en Castilla la Mancha.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los objetivos y los elementos clave para clasificar los distintos tipos de recursos naturales y paisajísticos.
- b) Se han clasificado los distintos tipos de espacios naturales protegidos y no protegidos (litoral, montaña, espacios húmedos y otros).
- c) Se han definido las características de las diferentes clasificaciones legales existentes.
- d) Se han propuesto métodos para sensibilizar al visitante y prevenir conflictos en la relación turismo-naturaleza.
- e) Se han utilizado los sistemas de información geográfica como herramienta de planificación y uso de los recursos naturales para uso turístico.
- f) Se ha definido cual es la protección legal e institucional del patrimonio natural: Organismos e instituciones en la tutela del patrimonio, acuerdos y convenios internacionales, normativa de la Unión Europea.
- g) Se han identificado las figuras de protección de espacios naturales nacionales y supranacionales.

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

Criterios de evaluación:

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

Duración: 131 horas

Contenidos:

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. Valor del recurso y su relación como parte integrante de la oferta turística de una zona.

La legislación que afecta a los recursos turísticos y su aplicación a los mismos.

Normativa de protección existente en Europa y en España referente a los recursos turísticos, a su protección, mantenimiento y reconocimiento.

2. Interpretación de los conceptos básicos del arte:

Pintura

Escultura

Arquitectura

Patrimonio cultural: fuente turística

Turismo: reactivación del patrimonio cultural

Diferentes movimientos y estilos artísticos en pintura, escultura, arquitectura y otras manifestaciones artísticas de España:

El arte prehistórico. Definición y cronología.

Grecia. Definición y cronología. Manifestaciones artísticas. Rutas e itinerarios.

Roma. Definición y cronología. Manifestaciones artísticas. Rutas e itinerarios.

Arte prerrománico español: Arte visigodo, arte de la monarquía asturiana, arte del reino asturleonés, arte catalán carolingio. Definición y cronología.

Arte Islámico, Mudéjar y Mozárabe. Definición y cronología. Manifestaciones artísticas. Rutas e itinerarios.

Arte Románico. Definición y cronología. Manifestaciones artísticas. Rutas e itinerarios.

Arte Gótico. Definición y cronología. Manifestaciones artísticas. Rutas e itinerarios.

El Renacimiento. Definición y cronología. Manifestaciones artísticas. Rutas e itinerarios.

Arte Barroco. Definición y cronología. Manifestaciones artísticas. Rutas e itinerarios.

El Neoclasicismo. Definición y cronología. Manifestaciones artísticas. Rutas e itinerarios.

El Modernismo. Definición y cronología. Manifestaciones artísticas. Rutas e itinerarios.

Nuevas tendencias y estilos.

Especial referencia al entorno local y regional.

Otras manifestaciones artísticas.

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

Patrimonio y Bienes patrimoniales en España. Concepto. Turismo cultural.

Museos y otros centros culturales

Fiestas y declaraciones de interés turístico regional, nacional e internacional. Normativa.

Gastronomía de España. Elaboraciones y productos tradicionales. Rutas e itinerarios.

Enología de España. Zonas vinícolas y denominaciones de origen y otras clasificaciones. Clasificación. Rutas e itinerarios.

Etnografía y artesanía. Productos propios de cada zona. Tipos. Rutas e itinerarios.

Patrimonio Inmaterial. Música, danzas, tradiciones y otras expresiones populares. Descripción y contenido. Música popular. Danza. Tradiciones. Otras expresiones culturales. Teatro, literatura, leyendas y mitos populares.

Patrimonio Inmaterial. Descripción y contenido. Música popular. Danza. Tradiciones. Otras expresiones culturales.

Tipología de la arquitectura popular en las CCAA. Rutas e itinerarios.

Análisis del Patrimonio natural y paisajístico de España.

4. Patrimonio natural y paisajístico:

Concepto de recursos naturales y paisajísticos.

Figuras de protección de espacios naturales nacionales y supranacionales.

Normativa.

Espacios naturales protegidos españoles. Normativa:

Parques nacionales, parques naturales y otros.

Flora y fauna más destacada.

Programas europeos de ayuda al patrimonio natural y paisajístico

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

Nuevas tecnologías para detectar y localizar los espacios, programas de cartografía y otros. Utilización. Medidas para mantener el medio ambiente. Turismo y sostenibilidad.

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

Métodos para acercar el legado natural y cultural al público visitante.

Significado de la interpretación de patrimonio.

La interpretación del patrimonio como sistema de gestión.

Medios y planificación interpretativa más empleada.

Sugerencias para la interpretación. Casos prácticos.

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

Módulo Profesional: Gestión de productos turísticos.

Código: 0397

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado y definido las fases y procesos de la operación y reserva de los viajes combinados.
- b) Se han reconocido las operaciones de reservas de transporte, alojamiento y otros servicios complementarios.

- c) Se ha 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.
- f) Se han identificado los principales sistemas globales de distribución utilizados en los procesos de operación y reserva de los viajes combinados.

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

Criterios de evaluación:

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

5. Organiza diversos tipos de eventos caracterizando la planificación, programación y dirección de los mismos.

Criterios de evaluación:

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

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: 72 horas.

Contenidos:

1. Análisis de los viajes combinados:

Viajes combinados. Concepto. Tipología y normativa.

Elementos de los viajes combinados: transporte, alojamiento y otros servicios turísticos no accesorios.

El programa de viajes combinados. Información y contenido.

El contrato de viajes combinados: forma, contenido y otros aspectos legales. Seguros de viajes combinados. Tipos de cobertura. Cláusulas.

Intermediarios. Concepto. Tipología. Funciones y relaciones con los organizadores de viajes combinados.

Relaciones profesionales entre organizador, detallista y proveedores de servicios. Condiciones para su elección.

Convenios de colaboración y términos de retribución.

Agencias receptoras y corresponsales. Funciones. Condiciones para su elección.

Mercado de viajes combinados. Tendencias actuales y previsible evolución.

2. Diseño y cotización de viajes combinados:

Aplicación de técnicas de investigación de mercado: análisis de la demanda, oferta y distribución actual del mercado.

Diseño del viaje combinado. Concepto. Componentes. Fases y secuenciación:

-Elección de destinos e itinerarios.

-Fijación de calendarios, temporadas y fechas.

-Selección de los servicios principales: alojamiento y transporte.

-Determinación de servicios complementarios: excursiones, visitas, guías, traslados y otros.

Selección de proveedores. Negociación. Condiciones y criterios.

Cotización de los servicios. Componentes. Cálculos:

-Componentes del precio: transporte, alojamiento y otros servicios turísticos no accesorios.

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

-Impuestos y tasas.

-Costes. Clasificación de costes. Margen de beneficio y punto muerto.

-Descuentos, suplementos y comisiones a detallistas.

-Cálculo del precio de venta final.

Documentación derivada del diseño y cotización de viajes combinados.

La calidad en los viajes combinados. Concepto. Estándares de servicio

Aplicaciones informáticas.

3. Coordinación de viajes combinados con los prestatarios de los servicios:

Aplicaciones informáticas específicas de gestión y reserva de servicios turísticos.

Operación y reserva de los viajes combinados. Concepto. Fases. Procesos.

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

Coordinación con las agencias receptoras: traslados, guías, representantes, excursiones y visitas.

Documentación: tipo, finalidad y emisión.

4. Identificación del mercado de eventos:

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

Oferta turística necesaria para el desarrollo de eventos.

Servicios demandados según la tipología de eventos:

-Secretaría técnica y científica.

-Servicios turísticos.

-Servicios de interpretación/traducción.

-Servicios de imagen, sonido y TIC.

-Servicios de montaje de stands, decoración y señalización.

-Servicios de animación, espectáculos, guías y azafatas.

-Servicios diseño e impresión de materiales gráficos y audiovisuales.

-Servicios de seguridad.

-Otros.

La captación de eventos: organismos y empresas públicas y privadas intervinientes.
Patrocinadores y entidades colaboradoras.
Mercado actual y previsible evolución del sector. Impacto económico y social en los destinos.
Aplicaciones informáticas de información.

5. Organización de eventos:

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

6. Supervisión de eventos:

Coordinación y control durante el evento.
-Personal. Asignación de funciones y ubicación. Deontología.
-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. Tipos y funciones. Ubicación.
Acogida, atención durante el evento y despedida. Procedimiento.
Facturación a clientes. Pago a proveedores de servicios y personal contratado. Procedimiento.
La calidad en los servicios de eventos. Concepto. Estándares de servicio.

Módulo Profesional: Venta de servicios turísticos.
Código: 0398

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

5. Aplica la profesionalidad y la Inteligencia emocional en la venta de servicios turísticos

Criterios de evaluación

- a) Se ha descrito el concepto de profesionalidad y su aplicación en la venta de servicios turísticos en agencias de viajes.
- b) Se ha descrito el concepto de inteligencia emocional y su aplicación en la venta de servicios turísticos en agencias de viajes.
- c) Se ha reconocido la autoconciencia y su aplicación en la venta de servicios turísticos en agencias de viajes.
- d) Se ha analizado el autocontrol y su aplicación en la venta de servicios turísticos en agencias de viajes.
- e) Se ha analizado la empatía y su aplicación en la venta de servicios turísticos en agencias de viajes.
- f) Se ha analizado las habilidades sociales y sus aplicaciones en la venta de servicios turísticos en agencias de viajes.

Duración: 158 horas

Contenidos:

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.

Derechos y deberes de usuarios y transportistas.

Intermediación en la venta de alojamiento turístico.

Tipología. 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.

El lenguaje del cuerpo.

Generación de confianza en el cliente.

Indagación de necesidades y deseos del cliente.

Presentación del producto/servicio.

La negociación. Proceso y técnicas.

Venta telefónica.

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

3. Venta de servicios.

Fuentes de información para la venta de los servicios en agencias de viajes.

Tipología y uso.

Información y asesoramiento de servicios/productos y destinos.

Reserva de productos/servicios. Sistemas de reservas.

Procedimiento de reserva y confirmación

No-confirmación. Alternativas.

Registro de datos. Soportes documentales. Procedimiento de uso y archivo.-

Normativa vigente.

Equipos informáticos, terminales y GDS.

La calidad en la venta de servicios en agencias viajes.

4. Operaciones de cierre y post-venta.

Documentos para prestación de servicios. Tipología.

Procedimiento de emisión:

Bonos, billetes, pasajes y títulos de transporte. Localizadores.

Procedimiento de facturación.

Documentos de venta. Tipología. Funciones.

Sistemas y formas de cobro de servicios. Políticas de crédito.

Cancelaciones. Procedimiento. Aplicación de la normativa.

Instrucciones previas al servicio/viaje.

Procesos de post-venta y valoración desde un punto de vista comercial y de fidelización.

Aplicaciones informáticas, terminales y GDS.

5. La profesionalidad y la inteligencia emocional.

La profesionalidad en la venta de servicios turísticos.

La inteligencia emocional aplicada a la venta de servicios turísticos

La autoconciencia en el proceso de venta de servicios turísticos

El autocontrol en el proceso de venta de servicios turísticos

La empatía en el proceso de venta de servicios turísticos

Las habilidades sociales en el proceso de venta de servicios turísticos

Módulo Profesional: Dirección de entidades de intermediación turística.

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, en concreto la vigente en la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha.

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha definido el concepto de organización empresarial en el sector de la intermediación turística y los principios que deben regir en este tipo de organizaciones.
- b) Se han descrito los sistemas y los tipos de organización empresarial propios de las empresas del sector.
- c) Se han definido las estructuras organizativas propias de las empresas de intermediación turística.
- d) Se han caracterizado las áreas y/o departamentos y las relaciones interdepartamentales que existen entre ellos.
- e) Se han diseñado diferentes organigramas atendiendo a diferentes tipologías y características de empresas de intermediación turística.
- f) Se han descrito las funciones, responsabilidades y tareas a desempeñar en los distintos puestos de trabajo.
- g) Se ha definido el concepto de planificación empresarial y Análisis y/o Matriz DAFO.
- 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.
- j) Estrategia competitiva.
- k) Tendencias actuales y futuras de la gestión estratégica

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 estudiado la Cuenta de Pérdidas y Ganancias y el Balance de Situación de una empresa de intermediación turística.
- d) Se ha analizado el concepto de presupuesto y su función.
- e) Se han clasificado y elaborado distintos tipos de presupuestos y la aplicación de medidas correctoras.
- f) Se han identificado los diferentes tipos de inversiones, así como los métodos de selección y valoración de inversiones.
- g) Se ha caracterizado la estructura financiera de las empresas de intermediación turística.
- h) Se han establecido los métodos de selección de financiación más idónea y el coste de las diferentes fuentes de financiación.
- i) Se han definido y clasificado los costes de explotación de este tipo de empresas.
- j) Se han aplicado los procedimientos para el cálculo e imputación de costes.
- k) Se ha analizado la rentabilidad de las empresas de intermediación turística.
- l) Se han calculado e interpretado ratios, margen de beneficio y umbral de rentabilidad.
- m) Se han utilizado aplicaciones informáticas de gestión.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

- e) Se ha establecido el diseño y elaboración de los diferentes procesos de las áreas y/departamentos.
- f) Se han definido y aplicado las herramientas de gestión de la calidad (autoevaluación, planificación de la mejora, sistemas de indicadores, sistemas de encuesta, sistemas de quejas y sugerencias, hojas de reclamaciones.
- g) Se ha aplicado el sistema de gestión de calidad.
- h) Se ha estudiado la accesibilidad en las empresas de intermediación turística, así como la gestión medioambiental para este tipo de empresas.

Duración: 144 horas

Contenidos:

1. Caracterización de entidades de intermediación turística.

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

2. Organización y planificación de entidades de intermediación turística:

Empresas de intermediación turística. Principios.
Sistemas y tipos de organización.
Estructuras organizativas.
Departamentalización o áreas. Relaciones interdepartamentales.
Diseño de organigramas. Puestos y funciones.
Planificación y planes empresariales. Estrategias y políticas. Análisis y/o Matriz DAFO.
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 balances y cuentas de resultados de las empresas de intermediación turística.
Análisis de la estructura de ingresos y gastos de las empresas de intermediación turística.
Presupuestos. Tipos. Elaboración de presupuestos. Control, desviaciones y medidas correctoras.
Valoración y selección de inversiones.
Financiación. Estructura financiera de la empresa. Fuentes de financiación y sus costes.
Los costes. Tipos. Cálculo e imputación de costes derivados de la gestión de empresas de intermediación turística.
Análisis de la rentabilidad. Cálculo de ratios, margen de beneficio y umbral de rentabilidad.
Aplicaciones informáticas de gestión económico-financiera.

4. Realización de la gestión administrativa y comercial.

Procesos administrativos derivados de las relaciones con proveedores de servicios. Procedimientos. Documentos: liquidaciones, pago de facturas, BSP y otros.
I.V.A. Concepto. Tipos impositivos. Régimen especial de las agencias de viajes. Normativa.
Procesos administrativos derivados de las relaciones con clientes. Procedimiento. Documentos.
Control de cajas y bancos. Análisis de la información bancaria.
Gestión de impagos y devoluciones.
Gestión del almacén. 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: planificación de turnos, horarios, calendarios y otros.
Normativa vigente y convenios colectivos.
Previsión de plantillas.
Selección de personal. Métodos.
Manual de empresa. Concepto, contenido y función.
La motivación. Concepto. Estrategias de incentivos a la producción.
La formación. Programas de formación. Carreras profesionales.
Evaluación de desempeño

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.
Implantación y certificación de un sistema de(control) de calidad de una consultora externa a la empresa.
Manejo de las herramientas de gestión de la calidad: Autoevaluación, planificación de la mejora, sistemas indicadores, sistema de encuesta, sistema de quejas y sugerencias, hojas de reclamaciones.
Aplicación de la normativa sobre accesibilidad en entidades de intermediación turística.
Sistema de gestión integrada de calidad y medioambiental

Módulo Profesional: Inglés

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 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 y utilizando para ello estrategias apropiadas al contexto de inicio y mantenimiento de conversaciones.
- d) Se han utilizado normas de protocolo en presentaciones formales e informales.
- e) Se ha utilizado correctamente la terminología de la profesión.
- f) Se han expresado y defendido puntos de vista con claridad, proporcionando explicaciones y argumentos adecuados.
- g) Se ha descrito y secuenciado un proceso de trabajo de su competencia.
- h) Se ha argumentado con todo detalle la elección de una determinada opción o procedimiento de trabajo elegido.
- i) Se ha solicitado la reformulación del discurso o parte del mismo cuando se ha considerado necesario.

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

Criterios de evaluación:

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

5. Reflexiona sobre las destrezas comunicativas que necesita adquirir para aplicar actitudes y comportamientos profesionales en las relaciones con las personas.

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido los rasgos más significativos de las costumbres y usos del sector profesional donde se utiliza la lengua extranjera.
- b) Se han descrito y aplicado los protocolos y normas de relación social propios del sector y de la cultura anglosajona.
- c) Se han determinado las situaciones más frecuentes en las que el idioma será necesario para su desempeño profesional y académico
- d) Se han identificado las destrezas comunicativas que se deben mejorar de cara a responder a las necesidades planteadas.

Duración: 160 horas.

Contenidos:

1. Comprensión de mensajes orales profesionales y cotidianos:

Mensajes directos, telefónicos, radiofónicos, grabados.

Terminología específica del sector.

Identificación del objetivo y tema principal de las presentaciones y seguimiento del desarrollo del mismo.

La estructura habitual de los mensajes orales del sector: formulación de peticiones de clientes, llamadas para recabar información, para formular una petición .

Funciones y recursos lingüísticos para facilitar la comprensión: acuerdos y desacuerdos, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia, la deducción por el contexto
Diferentes acentos de la lengua inglesa.

2. Interpretación de mensajes escritos:

Comprensión de mensajes, textos, artículos básicos profesionales y cotidianos:

La organización de la información en los textos del sector: índices, títulos, encabezamientos, tablas, esquemas y gráficos...

Tipología y estructura de los textos del sector en soportes telemáticos: páginas web, fax, e-mail para, solicitudes, textos de gestión y administración .

Vocabulario específico del entorno de trabajo y Estrategias de adquisición y desarrollo del vocabulario: Formación de palabras mediante el estudio de prefijos y sufijos, identificación de los tipos de palabras, nominalización, clasificaciones léxicas, "collocations", deducción del significado de palabras a través del contexto.

localización y selección de la información relevante: lectura rápida para la identificación del tema principal (skimming) y lectura orientada a encontrar una información específica (scanning).

Recursos lingüísticos y gramaticales: Tiempos verbales y su aplicación práctica (Ej: presente simple y el futuro de intención para describir y planificar actividades), preposiciones, phrasal verbs, fórmulas de cortesía en correspondencia profesional; uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales.

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

Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.

3. Producción de mensajes orales:

Mensajes orales:

Registros y fórmulas habituales para iniciar, mantener y terminar conversaciones en diferentes entornos (llamadas telefónicas, presentaciones, reuniones, entrevistas laborales...) atendiendo a las convenciones del ámbito laboral.

Estrategias para mantener la fluidez en las presentaciones: "rellenadores" del discurso (fillers), introducción de ejemplos, formulación de preguntas para confirmar comprensión, petición de aclaración ...

Recursos comunicativos aplicados a la expresión oral: Funciones de los marcadores del discurso y de las transiciones entre temas en las presentaciones orales, tanto formales como informales.

Estrategias de "negociación del significado" en las conversaciones: fórmulas de petición de clarificación, repetición y confirmación para la comprensión.

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

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

4. Emisión de textos escritos: expresión y cumplimentación de mensajes y textos profesionales y cotidianos.

Correspondencia y documentos profesionales. Estructura y normas de cartas, emails, folletos, documentos oficiales, Currículo vitae, memorándums, respuestas comerciales y otras formas de comunicación escrita entre trabajadores del sector.

Características de la comunicación escrita profesional: factores y estrategias que contribuyen a la claridad, unidad, coherencia, cohesión y precisión de los escritos, así como atención a las fórmulas y convenciones de cada sector.

Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado... y los marcadores y nexos que las determinan.

Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.

Coherencia textual:

Adecuación del texto al contexto comunicativo.

Tipo y formato de texto.

Variedad de lengua. Registro.

Selección léxica, de estructuras sintácticas y de contenido relevante.

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

Ejemplificación.

Conclusión y/ o resumen del discurso.

Uso de los signos de puntuación.

5. Identificación e interpretación de los elementos culturales y socio-lingüísticos más significativos de los países de lengua inglesa:

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

Uso de los recursos formales y funcionales en situaciones que requieren un comportamiento socioprofesional con el fin de proyectar una buena imagen de la empresa.

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

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

Módulo Profesional: Segunda lengua extranjera.

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 currículo.
- 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.- Trata los diferentes tipos de quejas y reclamaciones que pueden surgir en un hotel:

Criterios de evaluación:

- a) Se han reconocido los pasos que hay que seguir a la hora de recibir una queja.
- b) Se han utilizado los mecanismos para expresar oralmente y por escrito la solución a una queja planteada.
- c) Se han utilizado los mecanismos para expresar la disculpa ante un error cometido.

6.- Reconoce las diferentes normas y expresiones de cortesía para despedir clientes.

Criterios de evaluación:

- a) Se facilita la despedida del cliente.
- b) Se han utilizado las expresiones de cortesía y de excusa ante un servicio no prestado.

7.- Mantiene correspondencia comercial:

Criterios de evaluación:

- a) Se han elaborado cartas comerciales.
- b) Se han elaborado currículum vitae.

8.- 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.

9.- Transmite información turística:

Criterios de evaluación:

- a) Se han explicado al cliente folletos turísticos sobre la zona o sobre actividades que se realizan en la misma.

10.- Elabora información turística:

Criterios de evaluación:

- a) Se ha traducido a la lengua extranjera los folletos de información.

11.- Identifica una página web de un establecimiento hostelero:

Criterios de evaluación:

a) Se han estudiado diferentes páginas web de hoteles y otras empresas relacionadas

12.- Participa en congresos y convenciones:

a) Se han realizado congresos simulados.

b) Se han estudiado los diferentes servicios que puede ofrecer un hotel en dichos eventos.

Duración: 160 horas.

Contenidos:

1. Bienvenidos al hotel:

Presentar.

Presentar su trabajo.

Presentar las principales características de un hotel.

Presentar las principales características de los oficios de la hostelería y de la restauración. Conocer y analizar sus necesidades y expectativas profesionales.

Recepción de mensajes orales sencillos en la segunda lengua extranjera.

2. Reservas:

Reservar una habitación.

Reservar una habitación por teléfono.

Reservar una mesa en el restaurante.

Reservar por Internet.

Confirmar una reserva.

Rechazar o modificar una reserva.

3. Gestionar las entradas en un alojamiento:

Acoger un cliente o una clienta

Acoger un grupo.

Instalar un cliente o una clienta en su habitación.

Informar sobre el restaurante.

Diferentes situaciones en la recepción

Informar al cliente sobre el emplazamiento y los horarios de los establecimientos más demandados en un hotel: comercios, farmacias, boîtes de Nuit

Informar sobre el tiempo atmosférico y la temperatura.

4. Servicios:

Presentar los equipamientos de un hotel.

Atender peticiones formuladas por teléfono.

Tomar nota de una comanda del desayuno por teléfono.

Formulas de cortesía.

Asegurar el servicio en la planta.

Abreviaturas más frecuentes en anuncios y folletos de propaganda turística.

Redacción de:

Publicidad del establecimiento.

Ofertas de servicio según temporada.

Relación de actividades recreativas.

5. Gestionar el uso de las reclamaciones:

Comprensión de mensajes emitidos por el cliente o la clienta explicando que algo no funciona bien o que algo falta en la habitación y gestionar su reparación

Modos de argumentar, respuestas a objeciones. Críticas.
Fórmulas de información y de disculpa.
Respuestas a reclamaciones escritas (correo tradicional y correo electrónico)

6. Despedida:

Preparar la marcha del cliente o de la clienta.
Evaluar las prestaciones del establecimiento
Expresiones de agradecimiento por haber escogido el establecimiento en cuestión.
Expresiones de excusa ante partidas por servicios que no se han producido.
Redacción de cartas a la atención de antiguos clientes o clientas sobre las ofertas de la nueva temporada.

7. Correspondencia comercial en hostelería:

Comprensión de diferentes anuncios de oferta de empleo.
Elaboración de cartas de solicitud de empleo
Elaboración de currícula vitae
Estudio y elaboración de diversos modelos de cartas comerciales relacionadas directamente con el sector.
Estudio y elaboración de diferentes correos electrónicos profesionales
Comprensión de diferentes textos relacionados con el entorno profesional.
Elaboración de resúmenes de textos sencillos relacionados con el entorno profesional.

8. Conocimiento de las sociedades en que se usa la segunda lengua extranjera:

Comparación de los gustos y hábitos de dicha clientela con la española y con la de los clientes de habla inglesa (1ª lengua).
Explicación de las creencias religiosas mayoritarias en los países en que se hable la segunda lengua
Identificación de los valores éticos que rigen las sociedades de la lengua extranjera.
Comparación de dichos valores con los españoles y los de los países de la 1ª lengua extranjera.
Identificación de las normas de protocolo y de relación social del país de la segunda lengua extranjera.
Simulación de situaciones profesionales en las que el alumnado ponga en práctica las normas de protocolo y relación social propios del país de la segunda lengua extranjera.
Presentación de ciertos marcadores lingüísticos regionales, circunscribiéndonos a aquéllos procedentes de las principales zonas del país o países en cuestión.
Identificación de dichos marcadores regionales en diversos tipos de documentos (entrevistas, recepción de clientes, etc.)

9. Transmisión de información turística:

Atención al cliente, telefónicamente o cara a cara, ante sus demandas de información sobre actividades lúdico-deportivas que ofrece el establecimiento.
Información oral al cliente sobre posibilidades de conocimiento de la zona: desplazamientos, prácticas deportivas, espectáculos, restauración, entorno cultural y monumental, etc.
Presentación y explicación al cliente de trípticos turísticos explicativos sobre la zona o sobre actividades que se realizan en la misma.
Comprensión de correos electrónicos y cartas de petición de información, por parte de organismos, agencias, etc., sobre las posibilidades turísticas de la zona.
Redacción de un correo electrónico como respuesta a la petición de información por parte de agencias, clientes, etc, en el que se explique brevemente las posibilidades turísticas de la zona.
Redacción de una carta que explique brevemente los atractivos turísticos de la zona, como respuesta a la petición de información por parte de diferentes organismos.

10. Elaboración de información turística:

Comprensión de diferentes folletos turísticos sobre la zona.
Presentación de una zona concreta del propio país con relación exhaustiva de posibilidades de visitas culturales o de realización de actividades lúdico-deportivas.
Establecer orden de prioridades para la realización de actividades según el tipo de clientela al que va dirigido.

Exposición de las diferencias de paisaje, costumbres, opciones culturales de la zona, etc. con respecto a los países de la lengua extranjera y valoración positiva de ambos tipos de características.

Traducción a la lengua extranjera de trípticos turísticos sencillos para facilitar la estancia del cliente .

Adaptación de trípticos turísticos a las características de los clientes de los países de la lengua extranjera.

Elaboración de trípticos turísticos sencillos.

11. Aprovechamiento de las nuevas tecnologías para la difusión de información sobre un hotel, una empresa de alojamientos rurales o cualquier otro establecimiento o empresa de hostelería. Las páginas web en hostelería:

Estudio de diferentes páginas web de hoteles y otras empresas turísticas en la segunda lengua extranjera.

Simulación de reservas o de petición de información on-line en páginas web de diferentes establecimientos hosteleros.

Traducción de una página web sencilla de un establecimiento o empresa hosteleros a la segunda lengua extranjera.

Simulación de elaboración de una página web sencilla de un establecimiento hostelero en la segunda lengua extranjera.

12. Atención a congresos y convenciones:

Presentación de los diferentes tipos de encuentros que pueden tener lugar en un hotel (conferencias, congresos, seminarios, talleres de trabajo, etc.)

Estudio de los servicios que puede ofrecer un hotel en dichos eventos en la segunda lengua extranjera.

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

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 previsible en el sector.

e) Se ha identificado el tipo de proyecto requerido para dar respuesta a las demandas previstas.

f) Se han determinado las características específicas requeridas al proyecto.

g) Se han determinado las obligaciones fiscales, laborales y de prevención de riesgos y sus condiciones de aplicación.

h) Se han identificado posibles ayudas o subvenciones para la incorporación de nuevas tecnologías de producción o de servicio que se proponen.

i) Se ha elaborado el guión de trabajo que se va a seguir para la elaboración del proyecto.

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

Criterios de evaluación:

a) Se ha recopilado información relativa a los aspectos que van a ser tratados en el proyecto.

b) Se ha realizado el estudio de viabilidad técnica del mismo.

c) Se han identificado las fases o partes que componen el proyecto y su contenido.

d) Se han establecido los objetivos que se pretenden conseguir identificando su alcance.

e) Se han previsto los recursos materiales y personales necesarios para realizarlo.

f) Se ha realizado el presupuesto económico correspondiente.

g) Se han identificado las necesidades de financiación para la puesta en marcha del mismo.

h) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para su diseño.

i) Se han identificado los aspectos que se deben controlar para garantizar la calidad del proyecto.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

5. Diseña, elabora y defiende el proyecto.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha elaborado la documentación necesaria para la realización del proyecto.
- b) Se ha elaborado el proyecto en formato digital con su imagen corporativa.
- c) Se han elaborado las técnicas de comunicación, empatía y asertividad.
- d) Se han diseñado técnicas para la presentación del proyecto utilizando de forma adecuada las T.I.C.
- e) Se han diseñado estrategias adecuadas para la exposición y defensa del proyecto.

Duración: 40 horas.

Módulo Profesional: Formación y orientación laboral.

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 ha valorado la importancia de la formación permanente como factor clave para la empleabilidad y la adaptación a las exigencias del proceso productivo.
- b) Se han identificado los itinerarios formativos-profesionales relacionados con el perfil profesional del Técnico o Técnica Superior en Agencias de Viajes y Gestión de eventos.

- c) Se han determinado las aptitudes y actitudes requeridas para la actividad profesional relacionada con el perfil del título.
- d) Se han identificado los principales yacimientos de empleo, autoempleo, así como de inserción laboral para el Técnico o Técnica superior en Agencias de Viajes y Gestión de eventos.
- e) Se han determinado las técnicas utilizadas en el proceso de búsqueda de empleo.
- f) Se ha valorado la importancia de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para la búsqueda activa de empleo.
- g) Se han previsto las alternativas de autoempleo en los sectores profesionales relacionados con el título.
- h) Se ha realizado la valoración de la personalidad, aspiraciones, intereses, actitudes y formación propia para la toma de decisiones, evitando, en su caso, los condicionamientos por razón de sexo o de otra índole.
- i) Se han identificado las posibilidades del Técnico o Técnica superior en Agencias de Viajes y Gestión de eventos en las ofertas de empleo público de las diferentes Administraciones.
- j) Se han valorado las oportunidades del Técnico o Técnica superior Agencias de Viajes y Gestión de eventos en un contexto global así como las posibilidades de transferencia de las cualificaciones que lo integran, a través del principio de libertad de circulación de servicios en la Unión Europea.
- k) Se han identificado las habilitaciones especiales requeridas para el desempeño de determinadas actividades profesionales en el sector de Hostelería y turismo.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han valorado las ventajas de trabajo en equipo en situaciones de trabajo relacionadas con el perfil del Técnico o Técnica superior en Agencias de Viajes y Gestión de eventos, frente al trabajo individual.
- b) Se han identificado los equipos de trabajo que pueden constituirse en una situación real de trabajo.
- c) Se han identificado las fases que atraviesa el desarrollo de la actividad de un equipo de trabajo.
- d) Se han aplicado técnicas de dinamización de grupos de trabajo.
- e) Se han determinado las características del equipo de trabajo eficaz frente a los equipos ineficaces mediante la adecuada gestión del conocimiento en los mismos.
- f) Se ha valorado positivamente la necesaria existencia de diversidad de roles y opiniones asumidos por los miembros de un equipo.
- g) Se ha descrito el proceso de toma de decisiones en equipo, valorando convenientemente la participación y el consenso de sus miembros.
- h) Se ha valorado la necesidad de adaptación e integración en aras al funcionamiento eficiente de un equipo de trabajo.
- i) Se han analizado los procesos de dirección y liderazgo presentes en el funcionamiento de los equipos de trabajo
- j) Se ha reconocido la posible existencia de conflicto entre los miembros de un grupo como un aspecto característico de las organizaciones.
- k) Se han identificado los tipos de conflictos, etapas que atraviesan y sus fuentes.
- l) Se han determinado procedimientos para la resolución del conflicto.
- m) Se han analizado las distintas tácticas y técnicas de negociación tanto para la resolución de conflictos como para el progreso profesional.

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 y sus normas fundamentales.
- b) Se han distinguido los principales organismos que intervienen en las relaciones entre empresarios y trabajadores y las fuentes legales que las regulan.
- c) Se han diferenciado las relaciones laborales sometidas a la regulación del estatuto de los trabajadores de las relaciones laborales especiales y excluidas.
- d) Se han determinado los derechos y obligaciones derivados de la relación laboral.
- 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 personal, laboral y familiar.

- g) Se han identificado las causas y efectos de la modificación, suspensión y extinción de la relación laboral.
- h) Se ha analizado el recibo de salarios, identificando los principales elementos que lo integran.
- i) Se han analizado los elementos que caracterizan al tiempo de la prestación laboral.
- j) Se han determinado las distintas formas de representación de los trabajadores para la defensa de sus intereses laborales.
- k) Se han analizado las diferentes medidas de conflicto colectivo y los procedimientos de solución de conflictos
- l) Se han determinado las condiciones de trabajo pactadas en un convenio colectivo aplicable a un sector profesional relacionado con el título de Técnico o Técnica superior en Agencias de Viajes y Gestión de eventos.
- m) Se han identificado las características definitorias de los nuevos entornos de organización del trabajo.
- n) Se han identificado los principales beneficios que las nuevas organizaciones han generado a favor de los trabajadores.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha valorado el papel de la Seguridad Social como pilar esencial para la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía.
- b) Se han enumerado las diversas contingencias que cubre el sistema de Seguridad Social.
- c) Se han identificado los regímenes existentes en el sistema de la Seguridad Social especialmente el régimen general y en el régimen especial de trabajadores autónomos.
- d) Se han identificado las obligaciones de empresario o empresaria y trabajador o trabajadora dentro del sistema de Seguridad Social.
- e) Se han identificado en un supuesto sencillo las bases de cotización de un trabajador o trabajadora y las cuotas correspondientes a trabajador o trabajadora y empresario o empresaria.
- f) Se han clasificado las prestaciones del sistema de Seguridad Social, identificando los requisitos.
- g) Se han determinado las posibles situaciones legales de desempleo en supuestos prácticos sencillos.
- h) Se ha realizado el cálculo de la duración y cuantía de una prestación por desempleo de nivel contributivo básico.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha valorado la importancia de la cultura preventiva en todos los ámbitos y actividades de la empresa.
- b) Se han relacionado las condiciones laborales con la salud del trabajador y de la trabajadora
- c) Se han clasificado los factores de riesgo ligados a condiciones de seguridad, ambientales, ergonómicas y psicosociales en la actividad, así como los daños derivados de los mismos.
- d) Se han identificado las situaciones de riesgo más habituales en los entornos de trabajo del Técnico o Técnica superior en Agencias de Viajes y Gestión de eventos.
- e) Se han definido las distintas técnicas de motivación y su determinación como factor clave de satisfacción e insatisfacción laboral.
- f) Se ha determinado la evaluación de riesgos en la empresa.
- g) Se han determinado las condiciones de trabajo con significación para la prevención en los entornos de trabajo relacionados con el perfil profesional del Técnico o Técnica superior en Agencias de Viajes y Gestión de eventos.
- h) 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 o Técnica superior en Agencias de Viajes y Gestión de eventos.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado la normativa básica en materia de prevención de riesgos laborales.
- b) Se han descrito las funciones específicas de nivel básico en prevención de riesgos laborales.

- c) Se han determinado los principales derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales, así como las responsabilidades derivadas del incumplimiento de las obligaciones preventivas.
- 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 han determinado las formas de representación de los trabajadores en la empresa en materia de prevención de riesgos.
- f) Se han identificado los organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
- g) Se ha valorado la importancia de la existencia de un plan preventivo en la empresa, que incluya la secuenciación de actuaciones a realizar en caso de emergencia.
- h) 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.
- i) Se ha proyectado un plan de emergencia y evacuación en una pequeña y mediana empresa.

7. Aplica las medidas de prevención y protección, analizando las situaciones de riesgo en el entorno laboral del Técnico o Técnica superior en Agencias de Viajes y Gestión de eventos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido las técnicas de prevención y de protección, individuales y colectivas, 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 y transporte de personas heridas en caso de emergencia donde existan víctimas de diversa gravedad.
- e) Se han identificado las técnicas básicas de primeros auxilios que han de ser aplicadas en el lugar del accidente ante distintos tipos de daños y la composición y uso del botiquín.
- f) Se han determinado los requisitos y condiciones para la vigilancia de la salud del trabajador y su importancia como medida de prevención.

Duración: 82 horas

Contenidos:

1. Búsqueda activa de empleo:

Valoración de la importancia de la formación permanente para la trayectoria laboral y profesional del Técnico o Técnica Superior en Agencias de Viajes y Gestión de eventos.

La Formación Profesional para el empleo.

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

Identificación de itinerarios formativos relacionados con el Técnico o Técnica Superior en Agencias de Viajes y Gestión de eventos.

Definición y análisis del sector profesional del título de Técnico o Técnica Superior en Agencias de Viajes y Gestión de eventos.

Análisis de las competencias profesionales del título de Técnico o Técnica Superior en Agencias de Viajes y Gestión de eventos.

Habilitaciones especiales y posible regulación de las profesiones en el sector.

Planificación de la propia carrera profesional. Polivalencia y especialización profesional.

Proceso de búsqueda de empleo en empresas del sector de las agencias y gestión de eventos. Principales yacimientos de empleo y de autoempleo en el sector.

Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa.

Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo.

Las ofertas de empleo público relacionadas con el sector de las agencias y gestión de eventos.

El proceso de toma de decisiones.

2. Gestión del conflicto y equipos de trabajo:

Valoración de las ventajas e inconvenientes del trabajo de equipo para la eficacia de la organización, frente al trabajo individual.

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. Análisis de los posibles roles de sus integrantes. Dirección y liderazgo.
Conflicto: características, fuentes y etapas.
Tipos de conflicto en la empresa.
Métodos para la resolución o supresión del conflicto: mediación, conciliación y arbitraje.
La negociación en la empresa.

3. Contrato de trabajo:

El derecho del trabajo. Conceptos generales y normas fundamentales.
Intervención de los poderes públicos en las relaciones laborales. La protección del trabajador.
Análisis de la relación laboral individual.
Determinación de las relaciones laborales excluidas y relaciones laborales especiales.
Modalidades de contrato de trabajo y medidas de fomento de la contratación.
Derechos y deberes derivados de la relación laboral.
Condiciones de trabajo. Salario y tiempo de trabajo. Conciliación de la vida laboral y familiar.
Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo.
Representación de los trabajadores y de las trabajadoras.
Negociación colectiva como medio para la conciliación de los intereses de trabajadores y trabajadoras y empresarios y empresarias.
Análisis de un convenio colectivo aplicable al ámbito profesional del Técnico o Técnica Superior en Agencias de Viajes y Gestión de eventos.
Conflictos colectivos de trabajo: identificación y mecanismos para evitarlos.
Nuevas formas de organización del trabajo: subcontratación, teletrabajo.
Beneficios para los trabajadores en las nuevas organizaciones: flexibilidad, beneficios sociales, etc.

4. Seguridad Social, Empleo y Desempleo:

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

5. Evaluación de riesgos profesionales:

Importancia de la cultura preventiva en todas las fases de la actividad laboral.
Valoración de la relación entre trabajo y salud.
Análisis y determinación de las condiciones de trabajo.
El concepto de riesgo profesional. Análisis de factores de riesgo.
La evaluación de riesgos en la empresa como elemento básico de la actividad preventiva.
Análisis de riesgos ligados a las condiciones de seguridad.
Análisis de riesgos ligados a las condiciones ambientales.
Análisis de riesgos ligados a las condiciones ergonómicas y psico-sociales. La motivación como factor determinante de satisfacción e insatisfacción laboral.
Riesgos específicos en el sector de las agencias de viajes y gestión de eventos.
Determinación de los posibles daños a la salud del trabajador o de la trabajadora que pueden derivarse de las situaciones de riesgo detectadas. Estudio específico del accidente de trabajo y de la enfermedad profesional.

6. Planificación de la prevención de riesgos en la empresa:

Normativa básica en materia de prevención de riesgos laborales.
Derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales. Protección de colectivos específicos.
Responsabilidades en materia de prevención de riesgos laborales.
Gestión de la prevención en la empresa.
Funciones específicas de nivel básico en prevención de riesgos laborales.
Representación de los trabajadores y de las trabajadoras en materia preventiva.
Organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
Planificación de la prevención en la empresa.

Planes de emergencia y de evacuación en entornos de trabajo.
Elaboración de un plan de emergencia en una empresa del sector.

7. Aplicación de medidas de prevención y protección en la empresa:

Determinación de las medidas de prevención y protección individual y colectiva.
Protocolo de actuación ante una situación de emergencia.
Primeros auxilios.
Formación a los trabajadores y a las trabajadoras en materia de planes de emergencia y aplicación de técnicas de primeros auxilios.
Vigilancia de la salud de los trabajadores y de las trabajadoras.

Módulo Profesional: Empresa e iniciativa emprendedora.
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 y la competitividad empresarial, en el ámbito de la actividad de las agencias de viajes y gestión de eventos.
- b) Se ha analizado el concepto de cultura emprendedora y su importancia como fuente de creación de empleo y bienestar social, así como las buenas prácticas que han de inspirar su implementación.
- c) Se ha valorado la importancia de la iniciativa individual, la creatividad, la formación y la colaboración como requisitos indispensables para tener éxito en la actividad emprendedora.
- d) Se ha analizado la capacidad de iniciativa en el trabajo de una persona empleada en el sector de las actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos.
- e) Se ha analizado el desarrollo de la actividad emprendedora de un empresario o empresaria que se inicie en el sector de las Agencias de viajes y gestión de eventos y los factores más influyentes en la consolidación de la empresa creada.
- f) Se ha analizado el concepto de riesgo como elemento inevitable de toda actividad emprendedora.
- g) Se ha analizado el concepto de empresario o empresaria y los requisitos y actitudes necesarios para desarrollar la actividad empresarial.
- h) Se ha valorado la importancia de la cualificación profesional en el proceso de creación de una empresa.
- i) Se ha descrito la estrategia empresarial relacionándola con los objetivos de la empresa.
- j) Se ha definido una determinada idea de negocio del ámbito de las agencias de viajes y gestión de eventos, así como su viabilidad, que servirá de punto de partida para la elaboración de un plan de empresa.
- k) Se han identificado los factores diferenciadores del negocio del ámbito de las agencias de turismo y gestión de eventos que pretende constituirse, respecto de otros sectores.

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, analizando el impacto de la empresa sobre el mismo, así como su incidencia en los nuevos yacimientos de empleo.
- c) Se ha analizado la influencia en la actividad empresarial de las relaciones con los clientes, con los proveedores y con la competencia como principales integrantes del entorno específico.
- d) Se han identificado los elementos del entorno de una pequeña y mediana empresa de actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos.

- e) Se han analizado los conceptos de cultura empresarial e imagen corporativa, y su relación con los objetivos empresariales.
- f) Se ha analizado el fenómeno de la responsabilidad social y ética de las empresas y su importancia como un elemento de la estrategia empresarial.
- g) Se ha elaborado el balance social de una empresa de agencia de viajes y gestión de eventos, y se han descrito los principales costes sociales en que incurren estas empresas, así como los beneficios sociales que producen.
- h) Se han identificado, en empresas de actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos, prácticas que incorporan valores éticos y sociales.
- i) Se ha llevado a cabo un estudio de viabilidad económica y financiera de una pequeña y mediana empresa de actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos.
- j) Se han definido los aspectos más relevantes a incorporar en el plan de empresa referente al marketing mix.
- k) Se han identificado los programas y planes específicos de fomento del autoempleo en Castilla La Mancha así como el resto de las políticas activas de fomento del autoempleo.
- l) Se han identificado las diferentes organizaciones empresariales del entorno socioeconómico y las ventajas del asociacionismo empresarial.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han analizado las diferentes formas jurídicas de la empresa.
- b) Se ha especificado el grado de responsabilidad legal de los propietarios o propietarias 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 y puesta en marcha de una empresa.
- e) Se ha realizado una búsqueda exhaustiva de las diferentes ayudas, subvenciones e incentivos fiscales para la creación de empresas relacionadas con la actividad de las agencias de viajes y gestión de eventos en la localidad de referencia.
- f) Se ha incluido en el plan de empresa todo lo relativo a la elección de la forma jurídica, estudio de viabilidad económico-financiera, trámites administrativos, ayudas y subvenciones.
- g) Se han identificado las vías de asesoramiento y gestión administrativa externos existentes a la hora de poner en marcha una pequeña y mediana empresa.
- h) Se han analizado las fuentes de financiación y las inversiones necesarias en una pequeña y mediana empresa actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos.
- i) Se ha incluido en plan de empresa todo lo relativo a la selección, formación y desarrollo de la carrera profesional de sus recursos humanos, haciendo especial hincapié en la utilización de la entrevista como instrumento para el conocimiento de los futuros trabajadores de la empresa.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han analizado los conceptos básicos de contabilidad, así como las técnicas de registro de la información contable.
- b) Se han descrito las técnicas básicas de análisis de la información contable, en especial en lo referente a la solvencia, liquidez y rentabilidad de la empresa.
- c) Se han definido las obligaciones fiscales de una empresa de actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos.
- d) Se han diferenciado los tipos de impuestos, así como el plazo de presentación de documentos oficiales teniendo en cuenta el calendario fiscal vigente.
- e) Se ha cumplimentado la documentación básica de carácter comercial y contable (facturas, albaranes, notas de pedido, letras de cambio, cheques y otros) para una pequeña y mediana empresa de actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos, y se han descrito los circuitos que dicha documentación recorre en la empresa.
- f) Se han incluido los planes específicos requeridos por la normativa aplicable referentes a prevención de riesgos, igualdad de oportunidades y protección del medio ambiente.

- g) Se han identificado los principales instrumentos de financiación bancaria.
- h) Se ha incluido la anterior documentación en el plan de empresa.

5. Define su inserción en el mercado laboral como trabajadora o trabajador autónomo, analizando el régimen jurídico de su actividad, así como la realidad de las trabajadoras y los trabajadores autónomos económicamente dependientes.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha analizado el régimen profesional y los derechos colectivos de la trabajadora y del trabajador autónomo, conforme a la legislación vigente.
- b) Se han descrito los trámites requeridos para el establecimiento de la trabajadora y del trabajador autónomo, así como las subvenciones y ayudas con las que cuenta para el desarrollo de su actividad.
- c) Se han analizado las obligaciones fiscales de la trabajadora y del trabajador autónomo.
- d) Se han identificado los aspectos esenciales de la acción protectora del Régimen Especial de la Seguridad Social de los Trabajadores por Cuenta Propia o Autónomos.
- e) Se han analizado los principales aspectos del régimen profesional de las trabajadoras y los trabajadores autónomos económicamente dependientes.

Duración: 66 horas

Contenidos:

1. Iniciativa emprendedora:

Innovación y desarrollo económico. Principales características de la innovación en las actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos (materiales, tecnología, organización etc).

La cultura emprendedora como necesidad social. Buenas prácticas de cultura emprendedora en las actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos y en el ámbito local.

El carácter emprendedor: iniciativa, creatividad y formación. El riesgo en la actividad emprendedora.

La actuación de las personas emprendedoras como empleadas de una PYME de actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos.

La actuación de las personas emprendedoras como empresarias en el sector de las actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos.

El empresario o empresaria. Requisitos para el ejercicio de la actividad empresarial.

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

Sus factores diferenciadores respecto a otros sectores.

2. La empresa y su entorno:

Concepto y Funciones básicas de la empresa.

La empresa como sistema. Estructura organizativa de la empresa.

Análisis del entorno general de una pequeña y mediana empresa de actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos

El entorno específico de la empresa.

Análisis del entorno específico de una pequeña y mediana empresa de actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos

Relaciones de una pequeña y mediana empresa de actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos con su entorno.

Relaciones de una pequeña y mediana empresa de actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos con el conjunto de la sociedad.

La cultura de la empresa y su imagen corporativa.

Las políticas activas favorecedoras del emprendimiento. Programas y planes específicos para la creación de empresas en Castilla la Mancha.

La responsabilidad social corporativa. Responsabilidad social y ética de las empresas del sector de las agencias de viajes y gestión de eventos

El balance social de la empresa.

El marketing mix y su aplicación práctica en el propio plan de empresa.

Las organizaciones empresariales. Ventajas del asociacionismo empresarial.

3. Creación y puesta en marcha de una empresa:

Tipos de empresa.

La fiscalidad en las empresas.

Elección de la forma jurídica. Dimensión, número de socios y responsabilidad de los propietarios de la empresa.

Trámites administrativos para la constitución y puesta en marcha de una empresa.

Viabilidad económica y viabilidad financiera de una pequeña y mediana empresa de actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos.

Análisis de las fuentes de financiación y de inversiones de una pequeña y mediana empresa de actividades de las agencias de viajes y gestión de eventos.

Plan de empresa: elección de la forma jurídica, estudio de viabilidad económica y financiera, trámites administrativos y gestión de ayudas y subvenciones. Otros planes específicos.

Recursos humanos en la empresa: selección, formación y desarrollo de carrera profesional.

4. Función administrativa:

Concepto de contabilidad y nociones básicas.

Registro y análisis de la información contable.

Obligaciones fiscales de las empresas.

Requisitos y plazos para la presentación de documentos oficiales. El calendario fiscal de la empresa.

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

5. La trabajadora y el trabajador autónomo.

El estatuto de la trabajadora y del trabajador autónomo.

Trámites, ayudas y subvenciones específicas para el establecimiento como trabajadora o trabajador autónomo.

Régimen fiscal de la trabajadora y del trabajador autónomo.

Protección social de la trabajadora y del trabajador autónomo.

Las trabajadoras y los trabajadores autónomos económicamente dependientes.

Módulo Profesional: Formación en centros de trabajo.

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, y según la normativa vigente nacional y de la Comunidad Autónoma de Castilla La Mancha.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado la estructura organizativa de la empresa y las funciones de cada área de la misma.
- b) Se ha comparado la estructura de la empresa con las organizaciones empresariales tipo existentes en el sector.
- c) Se han relacionado las características del servicio y el tipo de clientes con el desarrollo de la actividad empresarial.
- d) Se han identificado los procedimientos de trabajo en el desarrollo de la prestación de servicio.
- e) Se ha desarrollado la gestión administrativa con proveedores y clientes, así como la gestión contable-administrativa en agencias de viajes.
- f) Se han valorado las competencias necesarias de los recursos humanos para el desarrollo óptimo de la actividad.
- g) Se ha valorado la idoneidad de los canales de difusión más frecuentes en esta actividad y se ha participado en la elaboración de los programas de acción comercial.
- h) Se ha analizado la gestión medioambiental y la accesibilidad en las empresas de intermediación turística.

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, manteniendo correctas relaciones técnico-profesionales.
 - 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, en general y para Castilla La Mancha y, si fuera necesario, utilizando una lengua extranjera.

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, y según normativa vigente.
- 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, interpretando las demandas informativas y solicitudes del cliente.
- f) Se han reconocido los procesos de reserva, operativa y coordinación con los proveedores de los viajes combinados, reservando derechos de uso y servicios o productos turísticos y viajes.
- 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, y si fuera necesario, en una lengua extranjera.

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, elaborando ofertas y servicios que satisfagan las necesidades del cliente.
- c) Se ha elaborado el presupuesto global y su desglose del evento a contratar.
- d) Se ha participado en la supervisión y control del desarrollo del evento contratado.
- e) Se ha realizado las operaciones post venta y seguimiento de satisfacción del cliente.
- f) Se han tenido en cuenta los aspectos relacionados con la atención al cliente y la gestión de la calidad.
- g) Se han operado las aplicaciones informáticas específicas.

Duración: 400 horas.

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

Anexo III

Espacios y equipamientos mínimos

Espacios mínimos:

	Superficie m ² 30 alumnos o alumnas.	Superficie m ² 20 alumnos o alumnas.
Espacio formativo.		
Aula polivalente.	60	40
Aula de agencias de viajes.	90	60

Equipamientos mínimos:

Espacio formativo	Equipamiento
Aula polivalente.	<p>Ordenadores instalados en red, impresora de alta velocidad, escáner y fax.</p> <p>Cañón de proyección.</p> <p>Pantalla desplegable.</p> <p>Conexión a Internet.</p> <p>Software de ofimática (procesador de textos, base de datos, presentaciones, hoja de cálculo, etc.)</p> <p>Pizarra.</p> <p>Medios audiovisuales para lenguas extranjeras.</p> <p>Medios audiovisuales de geografía, recursos turísticos y otros (vídeos, DVD).</p> <p>Reproductor de TV/vídeo y DVD.</p> <p>Altavoces y micrófonos.</p> <p>Cámara de vídeo y fotos, trípode.</p> <p>Mesas y sillas.</p>

Espacio formativo	Equipamiento
Aula de agencias de viajes.	Pizarra. Ordenadores instalados en red, impresora de alta velocidad, escáner y fax. Cañón de proyección. Pantalla desplegable. Conexión a Internet. Software de ofimática (procesador de textos, hoja de cálculo, presentaciones, base de datos, etc.). Software informático de gestión de agencias de viajes y otras empresas de intermediación turística. Licencia de GDS y de proveedores de servicios turísticos. Archivadores, estanterías, material diverso de oficina. Material impreso: bonos, expedientes, albaranes, etc. Reproductor de TV/Vídeo y DVD. Mapas, guías, folletos, revistas especializadas del sector.