

DISPOSICIONES

DEPARTAMENTO DE ENSEÑANZA

DECRETO 163/2013, de 7 de mayo, por el que se establece el currículum del ciclo formativo de grado superior de agencias de viajes y gestión de eventos.

El Estatuto de autonomía de Cataluña determina, en el artículo 131.3.c, que corresponde a la Generalidad, en materia de enseñanza no universitaria, la competencia compartida para establecer los planes de estudio, incluyendo la ordenación curricular.

La Ley 12/2009, de 10 de julio, de educación, dispone en el artículo 62.8 que corresponde al Gobierno establecer el currículum correspondiente en las diferentes titulaciones que integran la oferta de formación profesional.

La Ley orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de educación, fija, en el artículo 6, que las administraciones educativas tienen que establecer el currículum de las diversas enseñanzas, del que tienen que formar parte los aspectos básicos.

El Real decreto 1147/2011, de 29 de julio, ha regulado la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, y el Decreto 284/2011, de 1 de marzo, ha establecido la ordenación general de la formación profesional inicial.

El Real decreto 1254/2009, de 24 de julio, ha establecido el título de técnico o técnica superior en agencias de viajes y gestión de eventos y se han fijado las enseñanzas mínimas.

Mediante el Decreto 28/2010, de 2 de marzo, se han regulado el Catálogo de cualificaciones profesionales de Cataluña y el Catálogo modular integrado de formación profesional.

El currículum de los ciclos formativos se establece a partir de las necesidades de cualificación profesional detectadas en Cataluña, su pertenencia al sistema integrado de cualificaciones y formación profesional y su posibilidad de adecuación a las necesidades específicas del ámbito socioeconómico de los centros.

El objeto de este Decreto es establecer el currículum del ciclo formativo de grado superior de agencias de viajes, que conduce a la obtención del título correspondiente de técnico o técnica superior.

La autonomía pedagógica y organizativa de los centros y el trabajo en equipo de los profesores permiten desarrollar actuaciones flexibles y posibilitan concreciones particulares del currículum en cada centro educativo. El currículum establecido en este Decreto tiene que ser desarrollado en las programaciones elaboradas por el equipo docente, las cuales tienen que potenciar las capacidades clave de los alumnos y la adquisición de las competencias profesionales, personales y sociales establecidas en el perfil profesional, teniendo en cuenta, por otro lado, la necesidad de integración de los contenidos del ciclo formativo.

Este Decreto se ha tramitado según lo dispuesto en el artículo 59 y siguientes de la Ley 26/2010, de 3 de agosto, de régimen jurídico y de procedimiento de las administraciones públicas de Cataluña y de acuerdo con el dictamen del Consejo Escolar de Cataluña.

En su virtud, a propuesta de la consejera de Enseñanza, de acuerdo con el dictamen de la Comisión Jurídica Asesora, y con la deliberación previa del Gobierno,

Decreto:

Artículo 1

Objeto

Este Decreto establece el currículum del ciclo formativo de grado superior de agencias de viajes y gestión de eventos, que permite obtener el título de técnico o técnica superior regulado por el Real decreto 1254/2009, de 24 de julio.

Artículo 2

Identificación del título y perfil profesional

1. Los elementos de identificación del título se establecen en el apartado 1 del anexo de este Decreto.
2. El perfil profesional del título se indica en el apartado 2 del anexo.
3. La relación de las cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo de cualificaciones profesionales de Cataluña que son el referente del perfil profesional de este título y la relación con las cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo nacional de cualificaciones profesionales se especifican en el apartado 3 del anexo.
4. El campo profesional del título se indica en el apartado 4 del anexo.

Artículo 3

Currículo

1. Los objetivos generales del ciclo formativo se establecen en el apartado 5.1 del anexo.
2. Este ciclo formativo se estructura en los módulos profesionales y las unidades formativas que se indican en el apartado 5.2 del anexo.
3. La descripción de las unidades formativas de cada módulo se fija en el apartado 5.3 del anexo. Estos elementos de descripción son: los resultados de aprendizaje, los criterios de evaluación y los contenidos de procedimientos, conceptos y actitudes.

En este apartado se establece también la duración de cada módulo profesional y de las unidades formativas correspondientes y, si procede, las horas de libre disposición del módulo de que dispone el centro. Estas horas las utiliza el centro para completar el currículo y adecuarlo a las necesidades específicas del sector y/o ámbito socioeconómico del centro.

4. Los elementos de referencia para la evaluación de cada unidad formativa son los resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación.

Artículo 4

Incorporación de la lengua inglesa en el ciclo formativo

1. Con el fin de incorporar y normalizar el uso de la lengua inglesa en situaciones profesionales habituales y en la toma de decisiones en el ámbito laboral, en este ciclo formativo se tienen que diseñar actividades de enseñanza y aprendizaje que incorporen la utilización de la lengua inglesa, al menos en uno de los módulos.

En el apartado 6 del anexo se determinan los resultados de aprendizaje, los criterios de evaluación y la relación de módulos susceptibles de incorporar la lengua inglesa.

2. En el módulo profesional de proyecto también se tiene que utilizar la lengua inglesa, como mínimo, en alguna de estas fases: en la elaboración de documentación escrita, en la exposición oral o bien en el desarrollo de algunas actividades. Todo esto sin perjuicio de lo establecido en el mismo módulo profesional de proyecto.

Artículo 5

Espacios

Los espacios requeridos para el desarrollo del currículo de este ciclo formativo se establecen en el apartado 7 del anexo.

Artículo 6

Profesorado

CVE-DOGC-B-13127138-2013

Los requisitos de profesorado se regulan en el apartado 8 del anexo.

Artículo 7

Acceso

1. Tienen preferencia para acceder a este ciclo, en centros públicos o en centros privados que lo tengan concertado, los alumnos que hayan cursado la modalidad de bachillerato de humanidades y ciencias sociales.
2. El título de técnico o técnica superior de agencias de viajes y gestión de eventos permite el acceso directo para cursar cualquier otro ciclo formativo de grado superior, en las condiciones de admisión que se establezcan.
3. El título de técnico o técnica superior de agencias de viajes y gestión de eventos permite el acceso directo a las enseñanzas conducentes a los títulos universitarios de grado en las condiciones que se establezcan.

Artículo 8

Convalidaciones

Las convalidaciones de módulos profesionales y créditos de los títulos de formación profesional establecidos al amparo de la Ley orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de ordenación general del sistema educativo, con los módulos profesionales o unidades formativas de los títulos de formación profesional regulados al amparo de la Ley orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de educación, se establecen al apartado 9 del anexo.

Artículo 9

Correspondencias

1. La correspondencia de las unidades de competencia con los módulos profesionales que integran el currículo de este ciclo formativo para su convalidación se regula en el apartado 10.1 del anexo.
2. La correspondencia de los módulos profesionales que conforman el currículo de este ciclo formativo con las unidades de competencia para su acreditación se fija en el apartado 10.2 del anexo.

Artículo 10

Créditos ECTS

A efectos de facilitar las convalidaciones que se establezcan entre este título y las enseñanzas universitarias de grado, se han asignado 120 créditos ECTS al título, distribuidos entre los módulos profesionales regulados por el currículo.

Artículo 11

Vinculación con capacidades profesionales

La formación establecida en el currículo del módulo profesional de formación y orientación laboral capacita para llevar a cabo responsabilidades profesionales equivalentes a las que requieren 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.

Disposición adicional

De acuerdo con el Real decreto 1254/2009, de 24 de julio, por el que se establece el título de técnico o técnica superior en agencias de viajes y gestión de eventos y se fijan sus enseñanzas mínimas, los elementos incluidos en este Decreto no constituyen una regulación del ejercicio de ninguna profesión titulada.

Disposiciones transitorias

Primera

La convalidación de módulos profesionales del título de formación profesional que se extingue con los módulos profesionales de la nueva ordenación que se establece se tiene que llevar a cabo de acuerdo con el artículo 15 del Real decreto 1254/2009, de 24 de julio.

Segunda

Las enseñanzas que se extinguen se pueden completar de acuerdo con la Orden EDU/362/2009, de 17 de julio, del procedimiento para completar las enseñanzas de formación profesional que se extinguen, de la Ley orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de ordenación general del sistema educativo.

Disposición derogatoria

Se deroga el Decreto 173/1997, de 22 de julio, por el que se establece el currículo del ciclo formativo de grado superior de agencia de viajes.

Disposiciones finales

Primera

La consejera de Enseñanza puede desarrollar el currículo, tanto en la modalidad de educación presencial como en la de educación a distancia, lo puede adecuar a las características de los alumnos con necesidades educativas especiales y puede autorizar la reorganización de las unidades formativas, respetando los módulos profesionales establecidos.

Segunda

La dirección general competente puede adecuar el currículo a las características de los alumnos con necesidades educativas especiales y puede autorizar la reorganización de las unidades formativas, respetando los módulos profesionales establecidos, en el caso de personas individuales y de centros educativos concretos, respectivamente.

Barcelona, 7 de mayo de 2013

Artur Mas i Gavarró

Presidente de la Generalidad de Cataluña

Irene Rigau i Oliver

Consejera de Enseñanza

Anexo

1. Identificación del título

1.1 Denominación: agencias de viajes y gestión de eventos

1.2 Nivel: formación profesional de grado superior

1.3 Duración: 2.000 horas

1.4 Familia profesional: hotelería y turismo

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

2. Perfil profesional

El perfil profesional del título de técnico o técnica superior de agencias de viajes y gestión de eventos queda determinado por la competencia general, las competencias profesionales, personales y sociales y las capacidades clave que se tienen que adquirir, y por la relación de cualificaciones del Catálogo de cualificaciones profesionales de Cataluña incluidas en el título.

2.1 Competencia general

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

2.2 Competencias profesionales, personales y sociales

Las competencias profesionales, personales y sociales de este título se relacionan a continuación:

- a) Analizar el mercado turístico para conocer las necesidades de los consumidores, las estrategias de los competidores y la evolución del sector, para encontrar oportunidades de negocio.
- b) Programar y ofrecer viajes combinados y otros servicios turísticos complejos que se adecúen en calidad, tiempo y precio a las demandas de los clientes.
- c) Programar y ofrecer servicios para congresos, convenciones, ferias y otros eventos, que se adecúen a las expectativas y necesidades de los clientes.
- d) Seleccionar los proveedores, según la relación calidad/precio, calculando tanto los costes como el beneficio, para fijar el precio final de la oferta.
- e) Proponer programas de promoción y comunicación así como canales de distribución, para dar a conocer la oferta de la empresa al mercado, controlando la efectividad de los mismos.
- f) Asesorar y proponer a los clientes diferentes alternativas de servicios turísticos y análogos, interpretando las solicitudes y calibrando las necesidades, para cubrir sus expectativas.
- g) Reservar los derechos de uso de servicios y productos turísticos, calculando las tarifas a aplicar, emitir los abonos y documentos de confirmación de los mismos.
- h) Establecer estructuras organizativas y administrar departamentos de agencias de viajes, para optimizar los recursos tanto humanos como materiales y controlar los resultados.
- i) Aplicar asiduamente las diferentes herramientas de las tecnologías de la información y comunicación propias del sector en el desempeño de las tareas, así como mantenerse continuamente actualizado en las mismas.
- j) Poner en funcionamiento un servicio postventa aparejado a la oferta y atender a los clientes para dar respuesta a sus solicitudes y/o a reclamaciones asegurando la satisfacción y la calidad de los servicios.
- k) Motivar el personal a su cargo, delegar funciones y tareas, promoviendo la participación y el respeto, las actitudes de tolerancia y los principios de igualdad de oportunidades.

CVE-DOGC-B-13127138-2013

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

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

2.3 Capacidades clave

Son las capacidades transversales que afectan diferentes puestos de trabajo y que son transferibles a nuevas situaciones de trabajo. Entre estas capacidades destacan las de autonomía, de innovación, de organización del trabajo, de responsabilidad, de relación interpersonal, de trabajo en equipo y de resolución de problemas.

2.4 El equipo docente tiene que potenciar la adquisición de las competencias profesionales, personales y sociales y de las capacidades clave a partir de las actividades programadas para desarrollar el currículo de este ciclo formativo.

3. Relación entre las cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo de cualificaciones profesionales de Cataluña (CQPC) incluidas en el título y las del Catálogo nacional de cualificaciones profesionales (CNQP)

Cualificación completa: venta de servicios y productos turísticos

Unidades de competencia:

UC_1-0266-11_3: vender servicios turísticos y de viajes

Se relaciona con:

UC0266_3: vender servicios turísticos y viajes

UC_1-9965-11_3: programar, organizar, operar y controlar viajes combinados

UC_2-0267-11_2 desarrollar la gestión económica y administrativa de una agencia de viajes

Se relaciona con:

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

UC_2-0268-11_3: gestionar unidades de información y distribución turísticas

Se relaciona con:

UC0268_3: gestionar unidades de información y distribución turísticas

UC_2-1057-11_2: comunicarse en inglés, con un nivel de usuario independiente, en las actividades turísticas

Se relaciona con:

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

Cualificación completa: creación y gestión de viajes combinados y eventos

Unidades de competencia:

CVE-DOGC-B-13127138-2013

UC_2-1055-11_3: elaborar y operar viajes combinados, excursiones y traslados

Se relaciona con:

UC1055_3: elaborar y operar viajes combinados, excursiones y traslados

UC_2-1056-11_3: gestionar eventos

Se relaciona con:

UC1056_3: gestionar eventos

UC_2-0268-11_3: gestionar unidades de información y distribución turísticas

Se relaciona con:

UC0268_3: gestionar unidades de información y distribución turísticas

UC_2-1057-11_2: comunicarse en inglés, con un nivel de usuario independiente, en las actividades turísticas

Se relaciona con:

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

Cualificación incompleta: promoción turística local e información al visitante

Unidades de competencia:

UC_2-0268-11_3: gestionar unidades de información y distribución turísticas

Se relaciona con:

UC0268_3: gestionar unidades de información y distribución turísticas

UC_2-1057-11_2: comunicarse en inglés, con un nivel de usuario independiente, en las actividades turísticas

Se relaciona con:

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

UC_2-1074-11_3: gestionar información turística

Se relaciona con:

UC1074_3: gestionar información turística

Cualificación incompleta: guía de turistas y visitantes

Unidades de competencia:

CVE-DOGC-B-13127138-2013

UC_2-1069-11_3: interpretar el patrimonio y bienes de interés cultural del ámbito de actuación a turistas y visitantes

Se relaciona con:

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

UC_2-1070-11_3: interpretar espacios naturales y otros bienes de interés natural del ámbito de actuación a turistas y visitantes

Se relaciona con:

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

UC_2-1072-11_3: comunicarse en inglés, con un nivel de usuario competente, en los servicios turísticos de guía y animación

Se relaciona con:

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

UC_2-1073-11_3: comunicarse en una lengua extranjera diferente del inglés, con un nivel de usuario competente, en los servicios turísticos de guía y animación

Se relaciona con:

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

4. Campo profesional

4.1 El ámbito profesional y de trabajo

Este profesional ejercerá la actividad en el sector turístico, en el subsector de las agencias de viajes minoristas, mayoristas y mayoristas-minoristas, así como en las agencias especializadas en recepción y eventos.

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

4.2 Las principales ocupaciones y puestos de trabajo son:

- a) Jefe de oficina de agencia de viajes.
- b) Jefe de departamento en agencia de viajes.
- c) Agente de viajes.
- d) Personal consultor de viajes.
- e) Personal organizador de eventos.
- f) Personal vendedor de servicios de viaje y viajes programados.
- g) Personal promotor comercial de viajes y servicios turísticos.
- h) Personal empleado del departamento de reservas (*booking*).

5. Currículo

5.1 Objetivos generales del ciclo formativo

Los objetivos generales de este ciclo formativo son los siguientes:

- a) Identificar y seleccionar información sobre los consumidores, la competencia y la evolución del sector aplicando las técnicas de investigación apropiadas para reconocer las oportunidades de negocio.
- b) Analizar información sobre proveedores de servicios, estándares de calidad, precios de mercado y demanda de clientes, aplicando los procedimientos establecidos y la normativa vigente para programar y ofrecer viajes combinados y otros servicios turísticos complejos.
- c) Analizar información sobre el mercado de reuniones y demanda de clientes, determinando los recursos propios y ajenos y las necesidades de coordinación para programar y ofrecer servicios para congresos, convenciones, ferias y otros eventos.
- d) Valorar variables económicas y de calidad, aplicando diferentes métodos para seleccionar los proveedores.
- e) Analizar las herramientas y estrategias del marketing reconociendo las fases y aplicaciones para proponer programas de promoción, comunicación y distribución.
- f) Seleccionar servicios turísticos y análogos, identificando las necesidades, motivaciones y expectativas de los consumidores para asesorar y proponer la mejor alternativa a los clientes, empleando al menos dos idiomas extranjeros.
- g) Identificar tarifas de diferentes servicios y proveedores, cotizando y/o calculando el importe teniendo en cuenta la normativa vigente para reservar los derechos de uso de servicios y productos turísticos.
- h) Caracterizar la documentación propia de las agencias de viajes y de los proveedores de servicios, aplicando varios procedimientos para emitir la documentación oportuna relativa a viajes y otros servicios.
- i) Analizar recursos humanos y materiales, caracterizando lugares, funciones del personal y equipamiento para establecer estructuras organizativas y administrar departamentos de agencias de viajes.
- j) Analizar los procesos de facturación y liquidación con clientes y proveedores, identificando los requisitos legales, económicos y empresariales para desarrollar las tareas de administración en las agencias de viajes y la gestión de eventos.
- k) Caracterizar aplicaciones informáticas y de gestión, así como las TIC, reconociendo la utilidad para incrementar la eficacia de los servicios prestados.
- l) Caracterizar los procedimientos de los servicios y las actuaciones postventa, seleccionando las técnicas más adecuadas para aplicar protocolos de calidad.
- m) Analizar las actitudes positivas, valorando la participación, respeto, tolerancia e igualdad de oportunidades entre las personas para motivar al personal a su cargo.
- n) Reconocer e identificar posibilidades de negocio, analizando el mercado y estudiando la viabilidad de los proyectos para mantener el espíritu empresarial.

5.2 Relación de los módulos profesionales y unidades formativas

Módulo profesional 1: estructura del mercado turístico

Duración: 99 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: contextualización del sector turístico. 20 horas

UF 2: tipologías y tendencias turísticas. 20 horas

UF 3: la oferta y la demanda turística. 59 horas

Módulo profesional 2: destinos turísticos

Duración: 165 horas

Horas de libre disposición: 33 horas

Equivalencia en créditos ECTS: 12

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: geografía turística de Cataluña y España. 44 horas

UF 2: geografía turística de Europa y el resto del mundo. 22 horas

UF 3: destinos turísticos de Cataluña y España. 44 horas

UF 4: destinos turísticos internacionales. 22 horas

Módulo profesional 3: venta de servicios turísticos

Duración: 198 horas

Horas de libre disposición: 33 horas

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: venta de servicios en agencias de viajes. 70 horas

UF 2: venta de servicios aéreos. Sistemas Globales de Distribución (GDS). 60 horas

UF 3: técnicas de venta en agencias de viajes. 15 horas

UF 4: operaciones de cierre y postventa en agencias de viajes. 20 horas

Módulo profesional 4: protocolo y relaciones públicas

Duración: 132 horas

Horas de libre designación: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: protocolo institucional, empresarial y social. 66 horas

UF 2: comunicación y atención a los clientes. 46 horas

UF 3: las relaciones públicas en el ámbito turístico. 20 horas

Módulo profesional 5: recursos turísticos

Duración: 165 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 10

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: patrimonio cultural. 70 horas

UF 2: patrimonio natural. 50 horas

UF 3: interpretación del patrimonio. 45 horas

Módulo profesional 6: gestión de productos turísticos

Duración: 99 horas

Horas de libre disposición: 33 horas

Equivalencia en créditos ECTS: 6

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: los viajes combinados. 26 horas

UF 2: organización y gestión de eventos. 40 horas

Módulo profesional 7: dirección de entidades de intermediación turística

Duración: 165 horas

Horas de libre disposición: 33 horas

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: entidades de intermediación turística. 20 horas

UF 2: los recursos humanos en entidades de intermediación turística. 40 horas

UF 3: rentabilidad económica y financiera en entidades de intermediación turística. 32 horas

UF 4: gestión administrativa y comercial en entidades de intermediación turística. 20 horas

UF 5: calidad en los servicios de intermediación turística. 20 horas

Módulo profesional 8: marketing turístico

Duración: 132 horas

Horas de libre designación: 33 horas

Equivalencia en créditos ECTS: 10

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: fundamentos del marketing turístico. 20 horas

UF 2: los consumidores de productos y servicios turísticos. 22 horas

UF 3: el marketing mix y nuevas tecnologías. 35 horas

UF 4: el plan de marketing. 22 horas

Módulo profesional 9: inglés

Duración: 132 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 7

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: inglés técnico. 132 horas

Módulo profesional 10: segunda lengua extranjera

Duración: 132 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 7

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: segunda lengua extranjera. 132 horas

Módulo profesional 11: formación y orientación laboral

Duración: 99 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 5

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: incorporación al trabajo. 66 horas

UF 2: prevención de riesgos laborales. 33 horas

Módulo profesional 12: empresa e iniciativa emprendedora

Duración: 66 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 4

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: empresa e iniciativa emprendedora. 66 horas

Módulo profesional 13: proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos

Duración: 66 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 5

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos. 66 horas

Módulo profesional 14: formación en centros de trabajo

Duración: 350 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 22

5.3 Descripción de los módulos profesionales y de las unidades formativas

Módulo profesional 1: estructura del mercado turístico

Duración : 99 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: contextualización del sector turístico. 20 horas

UF 2: tipologías y tendencias turísticas. 20 horas

UF 3: la oferta y la demanda turística. 59 horas

UF 1: contextualización del sector turístico

Duración: 20 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

- 1.1 Analiza la evolución del turismo.
- 1.2 Identifica y caracteriza las diferentes instituciones públicas o privadas relacionadas con el sector turístico.
- 1.3 Identifica los encuentros nacionales e internacionales en materia de turismo y su importancia para el sector.
- 1.4 Valora la importancia de la actividad turística respecto al desarrollo económico y social del núcleo turístico.
- 1.5 Reconoce el uso de las nuevas tecnologías en el sector turístico y su impacto como elemento dinamizador.
- 1.6 Identifica y caracteriza a los profesionales del turismo.
- 1.7 Define los elementos básicos que caracterizan el sector turístico.
- 1.8 Identifica y selecciona las fuentes de información turística.
- 1.9 Describe las peculiaridades del núcleo turístico.
- 1.10 Valora la importancia del turismo en la economía del núcleo turístico.

Contenidos

1. Contextualización del sector turístico:

- 1.1 Concepto y definiciones relacionadas con el turismo.
- 1.2 Evolución del turismo.
- 1.3 Entidades públicas y privadas de ámbito local, regional, nacional e internacional relacionadas con el sector turístico.
- 1.4 El profesional del turismo en el ámbito de su profesión.
- 1.5 El núcleo turístico.

- 1.5.1 La actividad turística en el desarrollo de un núcleo poblacional.
- 1.5.2 Importancia económica del turismo para el núcleo turístico.
- 1.6 Fuentes de información turística.
 - 1.6.1 Primarias y secundarias: externas e internas.
 - 1.6.2 Las nuevas tecnologías como fuentes de información y de promoción turística.
- 1.7 Encuentros nacionales e internacionales en materia de turismo.

UF 2: tipologías y tendencias turísticas

Duración: 20 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

- 1.1 Define las diferentes tipologías turísticas relacionándolas con sus características básicas.
- 1.2 Localiza las diferentes tipologías turísticas por su distribución geográfica.
- 1.3 Relaciona los diferentes factores que influyen en la localización espacial según el tipo de turismo de la zona.
- 1.4 Describe las ventajas e inconvenientes del desarrollo turístico de una zona.
- 1.5 Analiza las tendencias de las tipologías turísticas nacionales.
- 1.6 Analiza las tendencias de las tipologías turísticas internacionales.
- 1.7 Valora los factores que influyen en la demanda y la incidencia que pueden ejercer sobre ellos y su distribución.
- 1.8 Identifica las tipologías turísticas y sus tendencias en el caso del turismo rural.

Contenidos

- 1. Identificación de las tipologías turísticas y sus tendencias:
 - 1.1 Tipologías turísticas y sus características.
 - 1.2 Localización geográfica de las principales tipologías turísticas.
 - 1.2.1 Factores que influyen en la localización espacial según el tipo de turismo de la zona.
 - 1.2.2 Factores que influyen en la demanda y su grado de incidencia.
 - 1.2.3 Ventajas e inconvenientes del desarrollo turístico de una zona.
 - 1.3 Tendencias de las tipologías turísticas nacionales.
 - 1.4 Tendencias de las tipologías turísticas internacionales.
 - 1.5 El turismo rural: tipologías y tendencias.

UF3: la oferta y la demanda turística

Duración: 59 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

- 1.1 Define la oferta turística, sus elementos y su estructura básica.
 - 1.2 Caracteriza los canales de intermediación turística, así como los nuevos sistemas de distribución.
 - 1.3 Diferencia las empresas de alojamientos turísticos según su tipología y características básicas.
 - 1.4 Identifica los diferentes medios de transporte de carácter turístico y los servicios relacionados con ellos.
 - 1.5 Caracteriza la oferta complementaria.
2. Caracteriza la demanda turística relacionando los diferentes factores y elementos que la motivan, así como sus tendencias actuales.

Criterios de evaluación

- 2.1 Conceptualiza y determina los factores de la demanda turística.
- 2.2 Clasifica a los clientes por su tipología y nacionalidad.
- 2.3 Describe los diferentes elementos externos que influyen en la elasticidad de la demanda.
- 2.4 Caracteriza las principales motivaciones de la demanda turística.
- 2.5 Caracteriza la estacionalidad de la demanda y las técnicas de desestacionalidad.
- 2.6 Analiza la metodología de compra según el tipo de clientela.
- 2.7 Investiga las tendencias actuales de la demanda, así como los mercados.
- 2.8 Caracteriza la demanda turística del alojamiento rural y analiza la metodología de compra según el tipo de clientela clasificando a los clientes por tipología y nacionalidad.

Contenidos

1. Análisis de la oferta turística:
 - 1.1 La oferta turística: elementos y estructura básica.
 - 1.2 Empresas de alojamientos turísticos. Las empresas de turismo rural.
 - 1.3 La intermediación turística.
 - 1.3.1 Canales de distribución.
 - 1.3.2 Sistemas de distribución.
 - 1.4 Los medios de transporte turísticos.
 - 1.5 La oferta complementaria.
2. Caracterización de la demanda turística:

- 2.1 Factores que influyen en el comportamiento del consumidor.
- 2.2 Tipologías de consumidores.
- 2.3 Elementos externos que influyen en la elasticidad de la demanda turística.
- 2.4 Motivaciones de la demanda turística. Estacionalidad de la demanda y acciones de desestacionalidad.
- 2.5 Tendencias actuales de la demanda turística.
- 2.6 Valoración de la importancia de conocer la clientela como elemento dinamizador de la demanda.
- 2.7 Caracterización de la demanda turística del alojamiento rural.

Módulo profesional 2: destinos turísticos

Duración: 165 horas

Horas de libre disposición: 33 horas

Equivalencia en créditos ECTS: 12

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: geografía turística de Cataluña y España. 44 horas

UF 2: geografía turística de Europa y el resto del mundo. 22 horas

UF 3: destinos turísticos de Cataluña y España. 44 horas

UF 4: destinos turísticos internacionales. 22 horas

UF 1: geografía turística de Cataluña y España

Duración: 44 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

- 1.1 Identifica el concepto de geografía turística y su importancia para el conocimiento integral de los destinos.
- 1.2 Identifica 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.
- 1.3 Identifica y describe las principales características, unidades físicas y accidentes geográficos del relieve.
- 1.4 Identifica los principales elementos característicos de la hidrografía y el litoral.
- 1.5 Identifica y describe los paisajes característicos y la vegetación autóctona.
- 1.6 Identifica y describe los principales espacios naturales protegidos.
- 1.7 Identifica y describe las características generales del clima.

CVE-DOGC-B-13127138-2013

- 1.8 Analiza la distribución de la población en Cataluña y en el conjunto del estado español.
- 1.9 Identifica los principales elementos característicos de las diferentes culturas y pueblos en el conjunto del estado español.
- 1.10 Valora la pluralidad de lenguas, culturas, costumbres, ritos y creencias de las comunidades autónomas españolas.
- 1.11 Identifica los materiales y fuentes para el estudio de los destinos turísticos.
- 1.12 Interpreta la información sobre espacios naturales y otros recursos del patrimonio natural, correspondiente a presuntos itinerarios o visitas en la zona.

Contenidos

1. Identificación de la geografía turística de Cataluña y España:

- 1.1 Organización territorial y administrativa. Concepto de autonomía, región, provincia, comarca y municipio. Identificación.
- 1.2 Relieve: características. Unidades físicas. Cartografía y representación.
- 1.3 Demografía: distribución de la población.
- 1.4 Relieve costero y orografía. Hidrografía.
- 1.5 Climatología: nociones básicas. Los climas.
- 1.6 Geografía biológica. Nociones básicas y terminología. Relaciones con la zoología y la botánica.
- 1.7 Respeto por las diferentes creencias, lenguas, y elementos diferenciales de las comunidades autónomas.
- 1.8 Aplicaciones informáticas y otras fuentes para el estudio de la geografía turística.

UF 2: geografía turística de Europa y el resto del mundo

Duración: 22 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:

1. 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

- 1.1 Describe las funciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en el contexto de la división territorial de los países en regiones y subregiones.
- 1.2 Identifica las regiones y subregiones turísticas de la OMT, ubicándolas en el espacio geográfico.
- 1.3 Analiza la organización política y territorial de Europa.
- 1.4 Identifica las principales unidades físicas de Europa.
- 1.5 Distingue los países comunitarios y los no comunitarios, así como los territorios dependientes de dentro y fuera de Europa, ubicándolos en el espacio geográfico.
- 1.6 Describe los elementos y características más relevantes y representativos del relieve, la hidrografía y el litoral europeo.
- 1.7 Describe las unidades físicas, paisajes y vegetación más relevantes; así como los principales espacios naturales protegidos y las características generales del clima europeo.

CVE-DOGC-B-13127138-2013

- 1.8 Analiza las características más relevantes de las diferentes culturas y pueblos de Europa.
- 1.9 Valora la pluralidad de lenguas, culturas, costumbres, ritos y creencias de los diferentes estados de Europa.
- 1.10 Describe las principales características de relieve, hidrografía, vegetación y clima del resto de regiones y subregiones del mundo.
- 1.11 Caracteriza los elementos más remarcables de la diversidad cultural del mundo.

Contenidos

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

- 1.1 La organización internacional del turismo. La Organización Mundial del Turismo (OMT). Concepto y funciones. Regiones y subregiones.
- 1.2 Organización política y territorial de Europa. Países comunitarios y no comunitarios. Territorios dependientes de dentro y fuera de Europa.
- 1.3 Geografía turística de Europa: elementos distintivos del relieve, hidrografía, vegetación, clima y diversidad cultural de las regiones y subregiones de la OMT.
- 1.4 Geografía de los grandes parques y espacios protegidos a nivel mundial. Parques nacionales y espacios naturales protegidos.
- 1.5 Diversidad cultural europea: culturas, pueblos, lenguas.
- 1.6 Geografía humana: nociones básicas, terminología y fenómenos característicos.
- 1.7 Geografía turística del resto del mundo: elementos distintivos del relieve, hidrografía, vegetación, clima y diversidad cultural de las regiones y subregiones de la OMT, excepto Europa.
- 1.8 Actitud de respeto para las diferentes razas, creencias y elementos diferenciadores de estos países.
- 1.9 UNESCO: el patrimonio de la humanidad.

UF 3: destinos turísticos de Cataluña y España

Duración: 44 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Identifica los principales destinos turísticos de Cataluña y España describiendo y valorando los recursos y la oferta turística.

Criterios de evaluación

- 1.1 Ubica destinos turísticos en su espacio geográfico.
- 1.2 Caracteriza los diferentes destinos turísticos atendiendo a su especialización turística.
- 1.3 Reconoce la oferta turística más relevante en cada tipología de destinos.
- 1.4 Identifica los recursos culturales, naturales y de otro tipo en los diferentes destinos.
- 1.5 Selecciona los destinos más relevantes atendiendo a varios factores: comercial, por tendencia o promocional.
- 1.6 Identifica la coincidencia de tipologías turísticas en un mismo destino.
- 1.7 Utiliza los diferentes soportes informativos y los diferentes medios de acceso a la información.

Contenidos

1. Identificación de los principales destinos turísticos de Cataluña y España.
 - 1.1 Destinos de sol y playa. Centros turísticos litorales.
 - 1.2 Destinos culturales. Rutas culturales.
 - 1.3 Destinos urbanos. La oferta turística en las ciudades.
 - 1.4 Destinos rurales y de naturaleza.
 - 1.5 Destinos de espacios lúdicos y de ocio.
 - 1.6 Destinos deportivos.
 - 1.7 Destinos de salud y belleza.
 - 1.8 Grandes eventos en los destinos. Principales referencias en el entorno de estos destinos.
 - 1.9 Diferentes soportes de acceso a la información.

UF 4: destinos turísticos internacionales

Duración: 22 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Identifica los principales destinos turísticos internacionales de Europa y del resto del mundo, describiendo y valorando sus recursos y oferta turística.

Criterios de evaluación

- 1.1 Ubica los principales destinos turísticos internacionales en su espacio geográfico.
- 1.2 Caracteriza los diferentes destinos turísticos internacionales atendiendo a su especialización turística.
- 1.3 Reconoce la oferta turística más relevante en cada tipología de destinos internacionales.
- 1.4 Identifica los recursos culturales, naturales y de otro tipo en los diferentes destinos internacionales.
- 1.5 Selecciona los destinos más relevantes atendiendo varios factores: comercial, por tendencia o promocional.
- 1.6 Identifica la coincidencia de tipologías turísticas en un mismo destino.
- 1.7 Utiliza los diferentes soportes informativos y los diferentes medios de acceso a la información.

Contenidos

1. Identificación de los principales destinos turísticos internacionales de Europa y del resto del mundo:
 - 1.1 Destinos de sol y playa. Centros turísticos litorales.
 - 1.2 Destinos culturales. Rutas culturales.
 - 1.3 Destinos urbanos. La oferta turística en las ciudades.
 - 1.4 Destinos rurales y de naturaleza.
 - 1.5 Destinos de espacios lúdicos y de ocio.
 - 1.6 Destinos deportivos y de salud y belleza.
 - 1.7 Grandes eventos en los destinos. Principales referencias en el entorno de estos destinos.
 - 1.8 Diferentes soportes de acceso a la información

Módulo profesional 3: venta de servicios turísticos

Duración: 198 horas

Horas de libre disposición: 33 horas

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: venta de servicios en agencias de viajes. 70 horas

UF 2: venta de servicios aéreos. GDS. 60 horas

UF 3: técnicas de venta en agencias de viajes. 15 horas

UF 4: operaciones de cierre y postventa en agencias de viajes. 20 horas

UF 1: venta de servicios en agencias de viajes

Duración: 70 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

- 1.1 Identifica y caracteriza los diferentes medios de transporte susceptibles de ser vendidos en las agencias de viajes.
- 1.2 Identifica los principales proveedores de transporte y los productos o servicios que se ofrecen.
- 1.3 Analiza las principales tarifas y las condiciones del servicio para cualquier medio de transporte, así como los impuestos y tasas que se les aplican.
- 1.4 Interpreta la normativa vigente aplicable al transporte de personas en varios medios.
- 1.5 Identifica y caracteriza los servicios o productos que se ofrecen y las tarifas que se aplican en el alojamiento turístico.
- 1.6 Interpreta la normativa básica de regulación de alojamientos turísticos.
- 1.7 Caracteriza la venta de viajes combinados, así como los principales proveedores y productos del mercado.
- 1.8 Caracteriza otros servicios susceptibles de ser vendidos en las agencias de viajes, sus tarifas, condiciones y las relaciones que se producen con sus prestatarios y proveedores.
- 1.9 Analiza la venta de servicios turísticos a través de Internet y la función de las agencias virtuales.

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

Criterios de evaluación

CVE-DOGC-B-13127138-2013

- 2.1 Identifica y caracteriza varias fuentes de información utilizadas en la venta de servicios y productos en agencias de viajes.
- 2.2 Obtiene información sobre servicios, productos y destinos, identificando las características, condiciones específicas, precios y tarifas, utilizando apoyos manuales o sistemas informáticos.
- 2.3 Identifica las necesidades de los clientes reales y potenciales, asesorando sobre aspectos generales y específicos del producto, servicio o destino.
- 2.4 Obtiene y registra la información demandada por los clientes, realizando presupuestos y consultando la disponibilidad de productos y servicios con el apoyo de medios informáticos.
- 2.5 Selecciona los proveedores, caracterizando y aplicando los procesos de reserva y confirmación de servicios turísticos.
- 2.6 Calcula los precios de venta para cualquier medio de transporte, producto o servicio turístico, teniendo en cuenta los márgenes y gastos de gestión, con el apoyo de los medios informáticos.
- 2.7 Caracteriza y aplica los procesos de reserva y confirmación de los servicios turísticos.
- 2.8 Describe el procedimiento en caso de no confirmación y ofrece otras alternativas.
- 2.9 Identifica y aplica la normativa vigente.
- 2.10 Interpreta la convertibilidad en supuestos de compra de divisa en moneda o cheques de viaje identificando la legislación aplicable, determinando el tipo de cambio oficial, el aplicable y el contravalor final y formalizando los documentos de apoyo de la operación.
- 2.11 Identifica los parámetros de calidad del servicio de atención al cliente en las agencias de viajes.

Contenidos

1. Servicios y proveedores:

- 1.1 Identificación y clasificación de los proveedores. Productos y servicios que ofrecen.
- 1.2 Relaciones entre las agencias de viajes mayoristas y detallistas. Condiciones de colaboración y temas de retribución.
- 1.3 Conocimiento de las relaciones comerciales, operativas y contractuales de las agencias de viajes con los proveedores de servicios turísticos según la normativa reguladora.
- 1.4 Programas y opúsculos.
- 1.5 Principales agencias de viajes mayoristas (*tour operator*) nacionales e internacionales.

2. Intermediación en la venta del transporte. Los medios de transporte: terrestre y acuático:

- 2.1 Concepto, tipología y caracterización.
- 2.2 Proveedores. Productos y servicios que ofrecen.
- 2.3 Principales tarifas. Tarifas especiales, descuentos y subvenciones. Impuestos y tasas.
- 2.4 El equipaje. Condiciones del transporte.
- 2.5 Modificaciones y anulaciones de viajes.
- 2.6 Factores que determinan la selección del medio de transporte.

3. Legislación sobre viajeros en tránsito y aduanas:

- 3.1 Normativa vigente del transporte.
- 3.2 Derechos y deberes de los usuarios y transportistas.
- 3.3 Identificación e interpretación de normas internacionales, comunitarias, estatales y autonómicas.

3.4 Información a los viajeros internacionales sobre requisitos de entrada al país. Trámites aduaneros.

3.5 Consulados y embajadas: funciones y servicios que prestan.

3.6 Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajeros.

4. Intermediación en la venta del alojamiento turístico:

4.1 Alojamientos turísticos hoteleros y extrahoteleros. Tipología y caracterización.

4.2 Productos y servicios que ofrecen.

4.3 Principales proveedores de alojamiento: cadenas hoteleras y centrales de reservas. Vías de distribución.

4.4 Tipo de unidades de alojamiento y modalidades de estancia.

4.5 Normativa legal sobre precios, garantías y reservas.

4.6 Tipologías de tarifas. Precios netos y comisionables. Contingentes.

4.7 Reservas directas e indirectas.

4.8 Relaciones entre las empresas de alojamiento y las agencias de viajes: mayoristas y detallistas. Acuerdos y contratos.

5. Intermediación en la venta de otros servicios turísticos:

5.1 Caracterización, tarifas y condiciones.

5.2 Alquiler de vehículos.

5.3 Seguros de viajes: definición, prestaciones y normativa internacional aplicable.

5.4 Forfait de nieve.

5.5 Venta de excursiones y entradas de espectáculos.

5.6 Cambio de divisas.

6. Intermediación en la venta de viajes combinados:

6.1 Principales productos y proveedores.

7 Venta por Internet:

7.1 Agencias virtuales.

7.2 Páginas web y portales turísticos.

8. Venta de servicios

8.1 Fuentes de información para la venta de los servicios en agencias de viajes. Caracterización. Tipología y uso.

8.2 Información y asesoramiento de servicios, productos y destinos.

8.3 Condiciones específicas, tarifas.

8.4 Medios de almacenamiento y tratamiento de la información.

8.5 Procedimiento de reserva de productos y servicios.

8.6 Sistemas de reservas. Tipo y funciones.

CVE-DOGC-B-13127138-2013

8.7 Técnicas de reserva de servicios turísticos. Identificación de la demanda contratada por el cliente. Interpretación de las normas fijadas por los proveedores de servicios. Registro de datos. Apoyos documentales. Procedimiento de uso y archivo: hoja de reserva. Expediente. Fichas de clientes y otros. Cálculo del presupuesto inicial. Consulta de disponibilidad de los productos y servicios de los proveedores. Selección de los servicios, productos y proveedores. Reserva, confirmación y reconfirmación. No confirmación. Alternativas. Cálculo del presupuesto final. Concreción de las modalidades de pago. Formalización de la documentación según la modalidad de servicio. Comprobación de los datos incluidos en los documentos. Emisión y entrega de la documentación. Procedimiento de modificaciones y cancelación. Sistemas informatizados de reservas.

8.8 Técnicas de venta aplicables a las ofertas de última hora.

8.9 Normativa vigente.

8.10 La calidad en la venta de servicios en agencias viajes. Concepto.

8.11 Los estándares de calidad de un servicio.

8.12 La satisfacción de las expectativas como concepto de calidad de un servicio.

UF 2: venta de servicios aéreos. GDS

Duración: 60 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Realiza la venta de servicios de transporte aéreo mediante los sistemas globales de distribución.

Criterios de evaluación

1.1 Reconoce los principales sistemas globales de distribución y su funcionalidad.

1.2 Identifica los principales elementos del transporte aéreo, clasificación y tipología.

1.3 Obtiene información sobre servicios o productos, proveedores, las características y condiciones específicas utilizando los sistemas globales de distribución.

1.4 Obtiene información sobre disponibilidades e informaciones de servicios aéreos.

1.5 Selecciona los proveedores y aplica los procesos de reserva y confirmación de servicios.

1.6 Realiza modificaciones, cancelaciones y peticiones de servicios especiales en reservas de servicios aéreos.

1.7 Identifica las principales tarifas aéreas aplicables a un recorrido y/o itinerario.

1.8 Calcula las tarifas, descuentos, bonificaciones y tasas aplicables, tanto para trayectos nacionales como internacionales, así como los precios de venta al público y su margen de beneficio.

1.9 Identifica los elementos de billeteo y realiza operaciones básicas de billeteo y emisión de billetes.

Contenidos

1. Los GDS (*Global Distribution System*):

1.1 Concepto. Antecedentes y situación actual.

1.2 Principales GDS y funcionalidades.

1.3 Productos y servicios comercializados en los GDS.

2. Conceptos generales de transporte aéreo:

2.1 Los medios de transporte aéreo, clasificación y tipo.

CVE-DOGC-B-13127138-2013

2.2 Normativa reguladora.

2.3 El trayecto: tipo de viajes.

3. Acceso al sistema. Transacciones básicas y acceso:

3.1 Transacciones informativas básicas del sistema.

3.2 Transacciones informativas de búsqueda de servicios, horarios y disponibilidades.

4. Elementos de la reserva:

4.1 Elementos obligatorios de la reserva.

4.2 Elementos opcionales de la reserva.

4.3 Recuperación, modificación y cancelación de reservas.

4.4 Pasajeros frecuentes.

5. El sistema de colas.

6. Conceptos generales y básicos de tarifas aéreas:

6.1 Tarifas: concepto y tipo. Tarifas publicadas, confidenciales y especiales.

6.2 Descuentos y subvenciones.

6.3 Impuestos, tasas y gastos de gestión.

6.4 Construcción de tarifas.

6.5 El equipaje.

6.6 Condiciones de la tarifa. Transacciones básicas de búsqueda de tarifas y cotización de reservas.

7. Conceptos generales y elementos mínimos en la emisión de billetes:

7.1 Documentos básicos del transporte aéreo y liquidación del BSP (*Billing and Settlement Plan*).

7.2 Transacciones básicas de billeteaje.

7.3 Otras operaciones de billeteaje.

UF 3: técnicas de venta en agencias de viajes

Duración: 15 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

1.1 Reconoce diferentes tipologías de clientes, describiendo sus hábitos y comportamiento así como las diferentes necesidades y motivaciones en la compra de servicios turísticos.

CVE-DOGC-B-13127138-2013

- 1.2 Identifica los principios básicos de las técnicas de venta en las agencias de viajes.
- 1.3 Describe el proceso para resolver solicitudes de demanda de información y reservas y aplica las técnicas de negociación apropiadas con la situación planteada adoptando una actitud adecuada.
- 1.4 Reconoce los métodos para la venta telefónica.
- 1.5 Valora la aplicación de técnicas de venta como instrumento de la gestión comercial de las agencias de viaje.
- 1.6 Analiza situaciones de conflicto con los clientes, determinando y describiendo los procedimientos.

Contenidos

1. Aplicación de técnicas de venta:

- 1.1 El cliente. Tipología.
- 1.2 Necesidades y motivos de compra.

2. Técnicas de venta:

- 2.1 Concepto. Principios básicos. Etapas.
- 2.2 El lenguaje del cuerpo. El proceso de la comunicación. Barreras. Saber escuchar. Saber preguntar. Comunicación no sexista.
- 2.3 Tensiones y prejuicios. Generación de confianza en el cliente.
- 2.4 Indagación de necesidades y deseos del cliente. Métodos.

3. Fases de la venta y técnicas aplicables:

- 3.1 Análisis de los intereses de las dos partes y diagnóstico de la situación.
- 3.2 Fijación de los objetivos de la operación comercial.
- 3.3 Identificación de las normas de tratamiento y de protocolo.
- 3.4 Adaptación del lenguaje, estilo y contenido.
- 3.5 Intercambio de informaciones e interacción entre las dos partes.
- 3.6 Generación y presentación de nuevas alternativas o propuestas.
- 3.7 Cierre y acuerdos.
- 3.8 Técnicas para determinar las expectativas de los clientes respecto a un servicio.
- 3.9 Presentación del producto/servicio. Proceso.

4. La negociación:

- 4.1 Elementos básicos.
- 4.2 Proceso, estrategias y técnicas.
- 4.3 Objeciones y dudas.
- 4.4 La planificación de la negociación.
 - 4.4.1 Relación con clientes y proveedores. Técnicas de comunicación y negociación adecuadas a cada caso y circunstancia.
 - 4.4.2 Negociación de las condiciones y el cierre de la operación comercial con los clientes y los prestatarios de

CVE-DOGC-B-13127138-2013

servicios.

4.5 Soluciones de conflictos entre las partes mediante planteamientos adecuados.

5. Venta telefónica. Procedimiento.

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

UF 4: operaciones de cierre y postventa en agencias de viajes

Duración: 20 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Realiza operaciones de cierre y postventa describiendo y aplicando los procedimientos estandarizados.

Criterios de evaluación

1.1 Caracteriza los diferentes tipos de documentos emitidos por las agencias para los prestatarios de los servicios.

1.2 Sigue el protocolo establecido para la cumplimentación, clasificación y archivo de la documentación y liquidaciones de ventas.

1.3 Identifica, interpreta, gestiona y emite la documentación relativa en la venta de los servicios o productos turísticos, aplicando sistemas informáticos y sistemas globales de distribución.

1.4 Formaliza el procedimiento de facturación de los servicios con la emisión de la documentación relacionada y los justificantes de cobros y pagos.

1.5 Caracteriza varios sistemas y formas de cobro de servicios.

1.6 Efectúa controles de cuenta de caja, realizando los correspondientes arqueos y resolviendo diferencias entre saldos para registrar operaciones de tesorería y resúmenes periódicos de movimientos de caja.

1.7 Reconoce las variables que influyen en la política de crédito, teniendo en cuenta los posibles riesgos.

1.8 Identifica el procedimiento para la gestión de cancelaciones teniendo en cuenta la normativa vigente, comprobando el derecho a devoluciones, formalizando las comunicaciones a los proveedores y los documentos necesarios.

1.9 Caracteriza la información y/o instrucciones previas al viaje o servicio.

1.10 Identifica los procesos relativos a la postventa y a la fidelización de clientes.

Contenidos

1. Operaciones de cierre y postventa. Documentos para la prestación de servicios:

1.1 Caracterización. Tipología. Funciones.

1.2 Normas de emisión y remisión.

1.3 Listas de clientes.

2. Formalización y registro de expedientes.

3. Procedimiento de emisión:

3.1 Bonos, billetes, pasajes aéreos, documentos de trámite y títulos de transporte, localizadores. Tasas, comisiones, gastos, cargos.

4. Procesos administrativos derivados de la venta de transporte aéreo regular.

5. Documentos de tránsito (STD) y formularios administrativos estándar (SAF).

6. Procesos administrativos derivados de la venta de transporte acuático y terrestre, de alojamiento, de productos de agencias de viajes mayoristas y otras ventas:

6.1 Procedimientos de almacenamiento, reposición, control y archivo de documentos propios y externos.

7. Procedimiento de facturación:

7.1 Creación, formalización y remisión de notas de cargo y crédito.

7.2 Adelantos y depósitos.

7.3 Facturación.

7.4 Aplicación de gastos de gestión.

7.5 Registro de operaciones formalizadas.

7.6 Documentos de pago: identificación, diferenciación, formalización.

7.7 Normativa aplicable.

7.8 Circuito interno de la documentación.

7.9 Sistemas y formas de cobro de servicios.

8. Documentos de venta:

8.1 Caracterización. Tipología. Funciones.

9. Aplicaciones informáticas y manuales para el control, archivo y gestión de las ventas (*front-office*) y de gestión administrativa de utilidad en agencias de viajes mayoristas y minoristas.

10. Medios de pago: al contado, tarjetas de crédito y débito. Condiciones para la aceptación de cheques y pagarés. El pago aplazado.

11. Gestión de tesorería y control de cuentas de cajas y bancos:

11.1 Registro de movimientos de caja y formalización de los impresos administrativos pre-contables y contables.

11.2 Procesos administrativos internos en las agencias de viajes y otras entidades de distribución turística.

12. Financiación de las operaciones: tasas, comisiones, gastos, cargos.

13. Políticas de crédito. Riesgos.

14. Cancelaciones. Procedimiento. Aplicación de la normativa.

15. Normativa reguladora de la compra de moneda extranjera:

15.1 Procedimiento, documentación y registro de las operaciones.

16. Información adicional. Instrucciones previas al servicio/viaje:

16.1 Creación, formalización y remisión de información complementaria diversa: descripción de servicios/establecimientos e información sobre destinos, productos y servicios.

17. Procesos de postventa y valoración desde un punto de vista comercial y de fidelización.

Módulo profesional 4: protocolo y relaciones públicas

Duración: 132 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: protocolo institucional, empresarial y social. 66 horas

UF 2: comunicación y atención a los clientes. 46 horas

UF 3: las relaciones públicas en el ámbito turístico. 20 horas

UF 1: protocolo institucional, empresarial y social

Duración: 66 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

1.1 Caracteriza el concepto de protocolo, sus elementos y las diferentes tipologías existentes.

1.2 Determina los criterios para establecer la presidencia en los actos oficiales.

1.3 Analiza los diferentes sistemas de ordenación de los invitados en función del tipo de acto a organizar.

1.4 Reconoce la normativa de protocolo y de precedencias oficiales del Estado y otras instituciones.

CVE-DOGC-B-13127138-2013

- 1.5 Realiza los programas protocolarios en función del evento a desarrollar.
 - 1.6 Analiza el diseño y la planificación de actos protocolarios.
 - 1.7 Diseña diferentes tipos de invitaciones en relación con los diferentes tipos de actos.
 - 1.8 Determina la ordenación de banderas dentro de los actos protocolarios.
2. Aplica el protocolo empresarial describiendo los diferentes elementos de diseño y de organización según la naturaleza, el tipo de acto y el público a quien va dirigido.

Criterios de evaluación

- 2.1 Analiza la naturaleza y el tipo de actos a organizar (congresos, convenciones, reuniones, foros y otros).
 - 2.2 Identifica el público a quien va dirigido.
 - 2.3 Identifica los elementos de organización y de diseño de actos protocolarios empresariales (presidencia, invitados, día, hora, lugar, etc.).
 - 2.4 Verifica la aplicación correcta del protocolo durante el desarrollo del acto.
 - 2.5 Enumera la documentación necesaria según el acto a organizar para su correcto desarrollo.
 - 2.6 Elabora el programa y el cronograma del acto a organizar.
 - 2.7 Calcula el presupuesto económico del acto a organizar.
3. Aplica el protocolo social identificando las formas según las diferentes situaciones sociales.

Criterios de evaluación

- 3.1 Identifica los elementos del protocolo social.
- 3.2 Relaciona la etiqueta social que hay que aplicar en los actos sociales en función de su tipología.
- 3.3 Reconoce el protocolo a seguir en la mesa así como los diferentes usos y costumbres sociales relacionados.

Contenidos

1. Aplicación del protocolo institucional:
 - 1.1 El protocolo: concepto, origen, tipo y utilidad. Vocabulario básico.
 - 1.2 Protocolo institucional: elementos.
 - 1.3 La Corona. La Casa Real y la jerarquía nobiliaria en España.
 - 1.4 Normas de colocación de presidencias y banderas. Tratamientos, honores e himnos.
 - 1.5 Normativa en materia de protocolo y precedencias oficiales del Estado y de las comunidades autónomas. La ley de la derecha.
 - 1.6 Análisis y aplicación de las técnicas de protocolo y presentación personal más habituales.
2. Aplicación del protocolo empresarial:
 - 2.1 Objetivos y tipos de actos protocolarios empresariales.
 - 2.2 Sistemas de organización de los invitados: precedencias internas. Técnica del "peinado".
 - 2.3 Organización de actos públicos. Presidencias. Autoridades. Escenarios. Símbolos y regalos de empresa.

Comunicación de los actos de empresa.

3. Proyección de actos protocolarios y actos públicos:

3.1 Identificación del público objetivo y adecuación del acto.

3.2 Diseño, planificación y elaboración del programa y del cronograma del acto a organizar.

3.3 Presupuesto económico del acto a organizar.

3.4 Comunicación escrita de actos protocolarios. Las invitaciones y las confirmaciones, las tarjetas de visita, las cartas, la correspondencia profesional. Listado de invitados y de asistentes.

4. Aplicación del protocolo social:

4.1 La etiqueta social. La imagen personal. Las formas en el trato social. El saber ser y saber estar.

4.2 El protocolo en la mesa, usos y costumbres. Productos y formas de servicio.

UF 2: comunicación y atención a los clientes.

Duración: 46 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Establece comunicación con los clientes relacionando las técnicas empleadas con el tipo de usuario.

Criterios de evaluación

1.1 Identifica los procesos y los canales de comunicación propios del sector turístico.

1.2 Analiza los objetivos de una atención correcta a los clientes.

1.3 Diferencia las modalidades de atención a los clientes.

1.4 Caracteriza las técnicas de atención a los clientes.

1.5 Caracteriza los diferentes tipos de clientes.

1.6 Aplica técnicas de comunicación verbal y no verbal con los clientes.

1.7 Aplica las acciones del contacto directo y no directo.

1.8 Demuestra las actitudes y aptitudes adecuadas en los procesos de atención a los clientes.

1.9 Define las técnicas de dinamización e interacción grupales.

2. Mantiene actitudes de atención correcta a los clientes analizando la importancia de superar las expectativas de los clientes en relación con el trato recibido.

Criterios de evaluación

2.1 Analiza las expectativas de los diferentes tipos de clientes.

2.2 Consigue una actitud de empatía.

2.3 Valora la importancia de una actitud de simpatía.

CVE-DOGC-B-13127138-2013

2.4 Mantiene una actitud profesional de respeto y discreción con clientes, superiores jerárquicos y compañeros.

2.5 Hace uso de estrategias de comunicación no sexistas.

3. Gestiona las quejas, las reclamaciones y las sugerencias describiendo las fases establecidas de resolución asociadas a una correcta satisfacción de los clientes.

Crterios de evaluaci3n

3.1 Define y analiza los conceptos formales y no formales de quejas, reclamaciones y sugerencias.

3.2 Conoce los principales motivos de queja de los clientes en las empresas de hotelería y turismo.

3.3 Identifica los diferentes canales de comunicaci3n de las quejas, reclamaciones o sugerencias y su jerarquizaci3n dentro de la organizaci3n.

3.4 Valora la importancia de las quejas, de las reclamaciones y de las sugerencias como elemento de mejora continua.

3.5 Establece las fases a seguir en la gesti3n de quejas y de reclamaciones para conseguir la satisfacci3n de los clientes, dentro de su 3mbito de competencia.

3.6 Cumple la normativa legal vigente en materia de reclamaciones de clientes en establecimientos de empresas turísticas.

3.7 Identifica los puntos clave que tiene que contener un manual corporativo de atenci3n a los clientes y gesti3n de quejas y de reclamaciones.

Contenidos

1. Comunicaci3n con los clientes:

1.1 La comunicaci3n en el sector turístico: tipo, canales, eficacia y métodos. Comunicaci3n interna y externa.

1.2 Análisis del proceso de comunicaci3n y sus barreras.

1.3 Identificaci3n de las características de los interlocutores.

1.4 Interpretaci3n del mensaje.

1.5 Comunicaci3n no sexista

2. Técnicas de expresi3n:

2.1 Comunicaci3n verbal y comunicaci3n no verbal. La expresi3n corporal. Control del retorno (*feedback*).

3. Procesos de atenci3n a los clientes:

3.1 Variables y modalidades de la atenci3n a los clientes. Contacto directo y no directo. La comunicaci3n telefónica, presencial y escrita.

3.2 Puntos clave de una buena atenci3n a los clientes segun la fase de su contacto con la empresa.

4. Actitudes de atenci3n a los clientes:

4.1 Actitud de servicio a los clientes. Habilidades sociales aplicadas: trato, relaci3n, actitudes y estilo.

4.2 Actitud de respeto hacia los clientes, superiores jerárquicos, personal dependiente y compañeros.

4.3 Actitud profesional.

CVE-DOGC-B-13127138-2013

4.4 El valor de la discreción en el ámbito laboral. El protocolo y la confidencialidad: normas y clientes vip.

5. Gestión de quejas, de reclamaciones y de sugerencias:

5.1 Quejas, reclamaciones y sugerencias: concepto.

5.2 Principales motivos de quejas de los clientes de las empresas de hotelería y turismo.

5.3 Recogida de quejas, reclamaciones o sugerencias.

5.4 Fases de la gestión de quejas y reclamaciones. Resolución de interferencias comunicativas.

5.5 Normativa legal vigente en materia de reclamaciones de clientes. Tramitación de las hojas de reclamación.

5.6 Protección al consumidor: reclamaciones y legislación vigente de empresas turísticas.

UF 3: las relaciones públicas en el ámbito turístico

Duración: 20 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

1.1 Define los fundamentos y principios de las relaciones públicas.

1.2 Reconoce y valora los diferentes recursos de las relaciones públicas.

1.3 Identifica y clasifica el concepto de imagen corporativa y sus componentes.

1.4 Valora la importancia de la imagen corporativa.

1.5 Identifica y relaciona los elementos de identidad corporativa en empresas y en instituciones turísticas.

1.6 Identifica las principales marcas de entidades públicas y privadas del sector turístico.

1.7 Reconoce diferentes tipos de imagen proyectada por empresas e instituciones turísticas.

1.8 Valora la importancia de la imagen, la identidad corporativa, la comunicación y las relaciones públicas en las empresas e instituciones turísticas.

1.9 Diseña un manual protocolario y de comunicación.

1.10 Selecciona diferentes medios de comunicación en función del producto a comunicar.

Contenidos

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

1.1 Definición, fundamentos y principios. Aplicación y valoración en el ámbito turístico empresarial e institucional.

1.2 Recursos de las relaciones públicas: relaciones con los medios de comunicación.

1.3 La imagen corporativa. Elementos y tipos de imagen: imagen real y proyectada. La imagen corporativa y la identidad empresarial. El valor de la imagen corporativa.

1.4 La imagen del turismo español. Principales marcas del sector.

1.5 Manual protocolario y de comunicación de una empresa.

Módulo profesional 5: recursos turísticos

Duración: 165 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia créditos ECTS: 10

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: patrimonio cultural. 70 horas

UF 2: patrimonio natural. 50 horas

UF 3: interpretación del patrimonio. 45 horas

UF 1: patrimonio cultural

Duración: 70 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

1.1 Detecta los recursos culturales más destacados de cada comunidad autónoma.

1.2 Clasifica los recursos atendiendo a las tipologías y empleando la legislación vigente en cada caso.

1.3 Determina el tipo de recurso de que se trata y lo explica atendiendo a sus peculiaridades y su singularidad.

1.4 Define cuál es la protección legal e institucional existente para los diferentes recursos.

1.5 Reconoce los organismos e instituciones para la tutela de los recursos.

1.6 Establece el proceso de petición para solicitar la declaración de un recurso en relación a su tipología y características.

1.7 Identifica los documentos necesarios para solicitar la catalogación de un bien o recurso de la forma más adecuada.

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

Criterios de evaluación

2.1 Detecta las principales manifestaciones artísticas de Cataluña y de España.

2.2 Reconoce prototipos artísticos que constituyen los modelos universales y nacionales.

2.3 Caracteriza las características técnicas y culturales de cada estilo.

2.4 Reconoce los centros culturales de interés con actividad turística.

CVE-DOGC-B-13127138-2013

2.5 Relaciona el conocimiento general sobre historia del arte, literatura y música con sus peculiaridades en el entorno regional y local para contextualizar la información correspondiente.

2.6 Identifica obras de artes plásticas, literarias y musicales representativas, clasificándolas cronológicamente, por lugar de producción o procedencia, por autor y por estilo.

3. Identifica el patrimonio histórico, artístico y sociocultural de Cataluña y España analizando su diversidad.

Criterios de evaluación

3.1 Identifica los objetivos y los elementos clave para clasificar los diferentes tipos de patrimonio histórico y cultural.

3.2 Crea bases de datos que identifiquen los recursos y sus descripciones más adecuadas para clasificar la tipología del recurso y su importancia.

3.3 Identifica las ciudades patrimonio de la humanidad que hay en España, así como otros bienes inscritos en la Lista de Patrimonio Mundial, como el bien de interés cultural (BIC) y otros tipos de bienes clasificados.

3.4 Identifica los organismos responsables de las políticas de protección del patrimonio cultural.

3.5 Clasifica las fiestas tradicionales de las diferentes comunidades y diferencia las de interés turístico internacional, nacional y las que se celebran en las comunidades autónomas.

3.6 Identifica los principales museos y centros culturales que hay en España, así como sus contenidos genéricos.

3.7 Distingue diferentes tipos de patrimonio cultural y describe sus principales formas y medios de protección en el ámbito internacional, estatal, regional y local.

3.8 Justifica la inclusión dentro del concepto patrimonio cultural de manifestaciones no materiales como la literatura, la música, la gastronomía y las tradiciones orales.

3.9 Valora la diversidad y las peculiaridades de la cultura y el patrimonio cultural.

Contenidos

1. Identificación de los recursos turísticos del territorio:

1.1 Recursos turísticos. Clasificación y tipología.

1.2 Legislación que afecta a los recursos turísticos.

1.3 Normativa de protección existente en Europa y España respecto a los recursos turísticos, a su protección, mantenimiento y reconocimiento. Procedimientos legales y organismos.

2. Interpretación de los conceptos básicos del arte:

2.1 Terminología del arte. Materiales y técnicas.

2.2 Periodos, movimientos y estilos artísticos más representativos en pintura, escultura, arquitectura y otras manifestaciones artísticas de Cataluña y España.

2.3 Principales representaciones en Cataluña y España.

3. Identificación y análisis del patrimonio histórico, artístico y sociocultural de Cataluña y de España:

3.1 Diferenciación de conceptos generales y clasificación. Aspectos legales. Niveles de protección. El patrimonio de la humanidad. El papel de la UNESCO. Los bienes de interés cultural o BIC.

3.2 Patrimonio y bienes patrimoniales en España. Turismo cultural.

CVE-DOGC-B-13127138-2013

- 3.3 Museos y otros centros culturales. Normativa.
- 3.4 Gastronomía de España. Elaboraciones y productos tradicionales.
- 3.5 Enología de España. Zonas vinícolas y denominaciones de origen.
- 3.6 Etnografía y artesanía. Productos propios de cada zona.
- 3.7 El patrimonio intangible. Fiestas y declaraciones de interés turístico regional, nacional e internacional.
- 3.8 Otras expresiones culturales.
- 3.9 Tipología de la arquitectura popular en las comunidades autónomas.

UF 2: patrimonio natural

Duración: 50 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Analiza el patrimonio natural-paisajístico de Cataluña y de España caracterizándolo e interpretándolo como recurso turístico.

Criterios de evaluación

- 1.1 Identifica los objetivos y los elementos clave para clasificar los diferentes tipos de recursos naturales y paisajísticos.
- 1.2 Clasifica los diferentes tipos de espacios naturales protegidos y no protegidos (litoral, montaña, espacios húmedos y otros) y describe sus principales formas, figuras y medios de protección ambiental en el ámbito estatal y local.
- 1.3 Valora los aprovechamientos tradicionales a la hora de gestionar el medio natural.
- 1.4 Define las características de las diferentes clasificaciones legales existentes, identificando los organismos responsables de las políticas de protección del patrimonio natural.
- 1.5 Utiliza las nuevas tecnologías como herramienta de planificación y uso de los recursos naturales para uso turístico.
- 1.6 Define cuál es la protección legal e institucional del patrimonio natural: organismos e instituciones en la tutela del patrimonio, acuerdos y convenios internacionales, normativa de la Unión Europea.
- 1.7 Propone métodos para sensibilizar al visitante y prevenir conflictos en la relación turismo-naturaleza.

Contenidos

- 1. Patrimonio natural y paisajístico:
 - 1.1 El recurso natural y paisajístico. Conceptos generales y clasificación. Terminología.
 - 1.2 Niveles de protección y aspectos legales. Espacios naturales protegidos españoles y su normativa.
 - 1.3 Programas europeos de ayuda al patrimonio natural y paisajístico. El patrimonio natural de la humanidad. El papel de la UNESCO.
 - 1.4 Parques nacionales y espacios naturales protegidos del ámbito nacional, autonómico, regional y local. Otros recursos naturales del entorno regional y local.
 - 1.5 Turismo, cultura ambiental y sostenibilidad. Medidas para mantener el medio ambiente.
 - 1.6 Manifestaciones y peculiaridades relevantes del patrimonio natural en el entorno regional y local.

CVE-DOGC-B-13127138-2013

1.7 Infraestructura básica: accesos, abastos, transportes y otros. Infraestructura turística: alojamientos, servicios de restauración, oferta recreativa y otros. Equipamientos de uso público de espacios protegidos. Proveedores de servicios. Rutas e itinerarios, visitas u otras actividades en espacios naturales susceptibles de programación.

UF 3: interpretación del patrimonio

Duración: 45 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Analiza e interpreta globalmente el patrimonio artístico, sociocultural, histórico y natural analizando las estrategias necesarias para su aplicación como recurso turístico.

Criterios de evaluación

1.1 Describe y aplica los procesos de búsqueda y selección de información, identificando las fuentes primarias y secundarias más importantes sobre bienes de interés cultural, otros recursos culturales, espacios naturales y otros recursos naturales, y recursos o servicios turísticos de carácter general, interpretando y procesando la información.

1.2 Diseña bases de datos de recursos turísticos por áreas o zonas, diferenciando la tipología de espacios turísticos en relación con los recursos que hay en la zona.

1.3 Utiliza los apoyos informativos y los diferentes medios de acceso a la información.

1.4 Diseña fórmulas para clasificar e interpretar otros tipos de recursos como la gastronomía, museos, etnografía, etnología y tradiciones de las localidades.

1.5 Establece los métodos más adecuados para llevar a cabo la interpretación.

1.6 Caracteriza los diferentes sistemas de interpretación en función del tipo de recurso que se explique o sobre el que se intervenga.

1.7 Realiza la planificación interpretativa, según el ámbito de actuación y en función de las diferentes fases.

1.8 Identifica de forma correcta las fases de una planificación interpretativa.

1.9 Interpreta espacios y recursos naturales del entorno regional y local, adaptando itinerarios, rutas o visitas a diferentes contextos y tipos de grupos o usuarios turísticos individuales.

1.10 Interpreta bienes de interés cultural y otros recursos culturales del entorno regional y local, adaptando itinerarios, rutas o visitas a diferentes contextos y tipos de grupos o usuarios turísticos individuales.

1.11 Justifica la necesidad de conocer las culturas de los países de procedencia de los turistas y de la cultura regional y local para la interpretación global del patrimonio.

1.12 Define los métodos de evaluación y control en la interpretación del patrimonio.

1.13 Diseña los correspondientes cuestionarios de satisfacción.

Contenidos

1. Análisis de recursos turísticos del entorno:

1.1 Fuentes de información turística primarias y secundarias: identificación, discriminación, contraste y selección.

1.2 Apoyos informativos y medios de acceso a la información sobre recursos turísticos.

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

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

2.2 La interpretación del patrimonio como sistema de gestión. Principios y objetivos. Interpretación y turismo. Conceptos de interpretación. Técnicas de interpretación. Medios interpretativos: personales y no personales. Métodos de evaluación y control de los sistemas interpretativos.

2.3 Interpretación y procesamiento de información sobre recursos turísticos y culturales y naturales del entorno regional y local. Organización, procesamiento y actualización de la información.

Módulo profesional 6: gestión de productos turísticos

Duración: 99 horas

Horas de libre disposición: 33 horas

Equivalencia en créditos ECTS: 6

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: los viajes combinados. 26 horas

UF 2: organización y gestión de eventos. 40 horas

UF 1: los viajes combinados

Duración: 26 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

1.1 Define y clasifica los viajes combinados atendiendo a diferentes parámetros.

1.2 Reconoce y analiza la normativa aplicable a los viajes combinados.

1.3 Describe los servicios turísticos principales y accesorios que conforman los viajes combinados.

1.4 Identifica y describe los elementos, contenidos y cláusulas que tienen que contener los programas y contratos de viajes combinados.

1.5 Caracteriza la tipología y define las funciones de los intermediarios de transporte y alojamiento y las relaciones profesionales que se establecen con los organizadores de viajes combinados.

1.6 Reconoce las relaciones profesionales, económicas y contractuales que se establecen entre los organizadores de viajes, los detallistas y los prestatarios de los servicios.

1.7 Analiza las condiciones para la elección de los proveedores de servicios.

1.8 Caracteriza las condiciones de los acuerdos y convenios entre prestatario del servicio y organizador.

1.9 Describe y analiza las funciones que deben desempeñar las agencias.

1.10 Analiza el mercado de viajes combinados, las tendencias actuales y las 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

- 2.1 Reconoce las técnicas de programación de viajes combinados.
- 2.2 Aplica técnicas de investigación de mercado previas al diseño de viajes combinados.
- 2.3 Justifica la selección de los componentes principales y accesorios de los viajes combinados.
- 2.4 Define las condiciones y acuerdos de la negociación con proveedores partiendo de diferentes criterios.
- 2.5 Analiza las tarifas, impuestos, tasas y otras condiciones especiales que se aplican a los servicios de transporte, alojamiento y otros en los viajes combinados.
- 2.6 Aplica 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.
- 2.7 Cumplimenta los documentos relativos al diseño y cotización de los viajes combinados.
- 2.8 Utiliza aplicaciones informáticas específicas para la búsqueda de información, el diseño y la cotización de viajes combinados.
- 2.9 Cotiza y diseña viajes combinados teniendo en cuenta aspectos relacionados con la atención al cliente y la gestión de la calidad.
- 2.10 Identifica las herramientas más utilizadas para el control de calidad del diseño de programas.

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

Criterios de evaluación

- 3.1 Identifica y define las fases y procesos de la operación y reserva de los viajes combinados.
- 3.2 Reconoce las operaciones de reservas de transporte, alojamiento y otros servicios complementarios.
- 3.3 Determina la coordinación de la prestación del servicio con los proveedores.
- 3.4 Caracteriza y analiza la documentación requerida para la prestación de los servicios.
- 3.5 Utiliza aplicaciones informáticas para la gestión y reserva de servicios.

Contenidos

1. Viajes combinados: concepto, tipo y normativa vigente:
 - 1.1 Elementos de los viajes combinados.
 - 1.2 Los viajes combinados en la oferta y en la demanda.
 - 1.3 Mercado de viajes combinados. Tendencias y evolución.
 - 1.4 El programa de viajes combinados.
 - 1.5 El contrato de viajes combinados. Los seguros de viajes combinados: tipo de coberturas y cláusulas.
 - 1.6 Intermediarios del viaje combinado: concepto, tipología, funciones y relaciones con los organizadores de viajes combinados.
 - 1.7 Relaciones profesionales entre organizador, detallista y proveedores de servicios. Convenios de colaboración y terms de retribución.

- 1.8 Agencias receptoras y corresponsales.

2. Diseño y cotización de viajes combinados:
 - 2.1 Aplicación de técnicas de investigación de mercado.
 - 2.2 Diseño del viaje combinado. Componentes. Fases y secuenciación.
 - 2.3 Selección de proveedores. Criterios. Procedimientos de negociación.
 - 2.4 Cotización de los servicios. Componentes del precio. Tarifas y condiciones especiales, descuentos, gratuidades y otros. Impuestos y tasas.
 - 2.5 Costes. Margen de beneficio y punto muerto. Cálculo del precio de venta final. Criterios de descuentos, suplementos y comisiones.
 - 2.6 Herramientas de la calidad en los viajes combinados.
 - 2.7 Documentación derivada del diseño y cotización de viajes combinados.
 - 2.8 Aplicaciones informáticas.

3. Coordinación de viajes combinados con los prestarios de los servicios:
 - 3.1 Operación y reserva de los viajes combinados: fase y procesos.
 - 3.2 Organización y reserva de los servicios de transporte, alojamiento y otros servicios complementarios.
 - 3.3 Coordinación con las agencias receptoras: traslados, guías, representantes, excursiones y visitas.
 - 3.4 Documentación interna y externa asociada a los viajes combinados. Tipo de documentos. Uso y normas de emisión y remisión.
 - 3.5 Aplicaciones informáticas específicas de gestión y reserva de los servicios turísticos.

UF 2: organización y gestión de eventos

Duración: 40 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Identifica el mercado de eventos analizando la tipología y los servicios más característicos.

Criterios de evaluación

- 1.1 Describe y caracteriza diferentes tipos de eventos, así como la tipología de actos.
- 1.2 Analiza la oferta turística necesaria para el desarrollo de eventos.
- 1.3 Enumera y caracteriza los diferentes tipos de servicios que suelen ser requeridos en los eventos.
- 1.4 Identifica y analiza la tipología y las funciones de los organismos y empresas públicas y privadas relacionadas con la captación de eventos.
- 1.5 Describe la función de los patrocinadores y entidades colaboradoras en la celebración de eventos.
- 1.6 Analiza el mercado actual de eventos, caracterizando el público objetivo, las oportunidades del mercado y su previsible evolución.
- 1.7 Utiliza las fuentes de información sobre convocatorias de eventos, determinando los colectivos a quienes se dirigen, identificando los promotores y los diferentes mecanismos que estos emplean en la toma de decisión

CVE-DOGC-B-13127138-2013

sobre destinos y sedes.

1.8 Analiza el impacto económico y social que producen los eventos en los destinos especializados.

1.9 Aplica varios sistemas informáticos para la búsqueda de información.

2. Organiza varios tipos de eventos, estableciendo las características de la planificación, programación y dirección de los mismos.

Criterios de evaluación

2.1 Caracteriza la metodología para elaborar proyectos de eventos, identificando y analizando las principales fases en el proyecto de un evento.

2.2 Identifica la información requerida de los promotores sobre las especificaciones básicas del evento y las responsabilidades, gestiones y tareas que tiene que asumir la entidad gestora.

2.3 Elabora propuestas específicas de organización de eventos, genéricas o a petición de clientes, teniendo en cuenta los aspectos de atención al cliente y la gestión de la calidad, describiendo las características y el proceso de elaboración.

2.4 Define las funciones de la organización contratante y del organizador del evento.

2.5 Prevé los recursos humanos y los equipos técnicos necesarios en función del tipo de evento.

2.6 Prevé los espacios, instalaciones y el material necesario en función del tipo de evento, teniendo en cuenta las medidas de seguridad previstas en casos de emergencias en espacios y locales cerrados.

2.7 Selecciona proveedores de servicios y personal en función del acto a organizar, aplicando técnicas de negociación.

2.8 Elabora presupuestos desglosados por servicios y calcula el precio, los costes y el margen de beneficio.

2.9 Coordina los servicios con los proveedores, el personal de asistencia y el cliente.

2.10 Diseña acciones, apoyos promocionales e instrumentos de captación adaptados a los diferentes tipos de eventos, adecuándolos a diferentes tipos de público objetivo.

2.11 Sigue los protocolos de gestión documental establecidos.

2.12 Aplica varios sistemas informáticos específicos de gestión de eventos.

3. Supervisa los diversos tipos de eventos coordinando y controlando el desarrollo de la prestación de los servicios.

Criterios de evaluación

3.1 Coordina los recursos humanos durante el evento, asignando funciones y localización.

3.2 Supervisa la ubicación y disposición de equipos, mobiliario y otros elementos.

3.3 Supervisa el funcionamiento de los equipos técnicos.

3.4 Gestiona la documentación del evento: carpetas, credenciales y otros.

3.5 Reconoce normas de protocolo referidas a los asistentes, las instalaciones y materiales.

3.6 Define y caracteriza los diferentes soportes publicitarios y su ubicación durante el desarrollo del evento.

3.7 Identifica los procedimientos de atención al cliente en la acogida, durante el evento y en la finalización del mismo, teniendo en cuenta las actitudes propias del personal de asistencia en este tipo de actos.

3.8 Aplica el procedimiento para elaborar la factura del servicio y para el pago a proveedores y personal contratado.

CVE-DOGC-B-13127138-2013

3.9 Identifica situaciones adversas y circunstancias emergentes y plantea acciones preventivas o correctivas.

3.10 Evalúa el desarrollo global del evento teniendo en cuenta los aspectos relacionados con la atención al cliente y la gestión de la calidad.

Contenidos

1. El mercado de eventos, su tipología y los servicios más característicos:

1.1 Mercado de eventos: concepto y función.

1.2 Oferta turística necesaria para el desarrollo de eventos.

1.3 Servicios demandados según la tipología de eventos.

1.4 La captación de eventos: organismos y empresas públicas y privadas que intervienen.

1.5 Patrocinadores y entidades colaboradoras.

1.6 Mercado actual y previsible evolución del sector.

1.7 Impacto económico y social en los destinos.

1.8 Aplicaciones informáticas.

2. Metodología y fases del proyecto de un evento: planificación, organización, desarrollo y evaluación final del evento:

2.1 Programación de ofertas pre-eventos y post-evento en función de la tipología de los participantes, como por ejemplo ponentes, delegados, acompañantes, comités organizadores y científicos.

2.2 Evaluación, selección y contratación de los proveedores. Negociación con proveedores: planteamientos y factores clave. Aspectos renegociables.

2.3 Confección de cronogramas.

2.4 Presidencias honoríficas y participación de personalidades.

2.5 Funciones de la organización contratante y del organizador del evento. Coordinación entre clientes y organizadores del evento.

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

2.7 Infraestructuras especializadas para reuniones, actas y exposiciones.

2.8 Diseño del material de promoción, de comunicación, de inscripción, técnico y administrativo del evento.

2.9 Formalización de la documentación. Gestión de la documentación del evento.

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

2.11 Plan de seguridad en la organización de eventos.

2.12 Aplicaciones informáticas de gestión de eventos.

3. Supervisión de eventos:

3.1 Coordinación y control durante el evento.

3.2 Asignación de funciones y ubicación del personal. Deontología.

3.3 Equipos técnicos, mobiliario y material diverso.

3.4 Documentación del evento: carpetas, credenciales y otros.

3.5 Aplicación de normas de protocolo en varios tipos de actos.

- 3.6 Soportes publicitarios e informativos en eventos.
- 3.7 Acogida, atención durante el evento y despedida. Procedimiento.
- 3.8 Facturación a clientes. Pago a proveedores de servicios y personal contratado.
- 3.9 Valoración final del evento: la calidad en la gestión y organización de eventos.

Módulo profesional 7: dirección de entidades de intermediación turística

Duración: 165 horas

Horas de libre disposición: 33 horas

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: entidades de intermediación turística. 20 horas

UF 2: los recursos humanos en entidades de intermediación turística. 40 horas

UF 3: rentabilidad económica y financiera en entidades de intermediación turística. 32 horas

UF 4: gestión administrativa y comercial en entidades de intermediación turística. 20 horas

UF 5: calidad en los servicios de intermediación turística. 20 horas

UF 1: entidades de intermediación turística

Duración: 20 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

- 1.1 Identifica el concepto de entidades de intermediación de servicios y productos turísticos.
- 1.2 Describe la evolución experimentada por el sector desde el inicio de la actividad.
- 1.3 Clasifica las agencias de viajes según la normativa vigente y caracterizando las funciones que realizan.
- 1.4 Analiza los requisitos específicos para su funcionamiento.
- 1.5 Caracteriza otras tipologías de agencias de viajes atendiendo su especialización y los servicios que ofrecen.
- 1.6 Identifica otras tipologías de entidades de intermediación según la especialización de sus servicios.
- 1.7 Caracteriza las funciones de los diferentes tipos de entidades de intermediación turística.
- 1.8 Reconoce la normativa europea, nacional y autonómica aplicable a las entidades de intermediación turística de viajes.
- 1.9 Define las actitudes del profesional de la intermediación turística.
- 1.10 Relaciona los organismos y asociaciones nacionales e internacionales que regulan la actividad de intermediación de servicios turísticos y sus funciones.

Contenidos

1. Caracterización de entidades de intermediación turística.
2. Agencias de viajes:
 - 2.1 Concepto, evolución histórica y clasificación legal.
 - 2.2 Tipo de agencias de viajes y características.
 - 2.3 Requisitos específicos para su funcionamiento.
 - 2.4 Funciones de las agencias de viajes.
 - 2.5 Agencias de viajes especializadas: concepto, tipo y servicios que ofrecen.
3. Otras figuras de intermediación y gestión de servicios y productos turísticos. Funciones.
4. Centrales de reservas: concepto, tipo y características.
5. Normativa europea, nacional y autonómica aplicable a la actividad de intermediación de servicios turísticos.
6. Deontología profesional.
7. Organismos y asociaciones nacionales e internacionales. Funciones.

UF 2: los recursos humanos en entidades de intermediación turística

Duración: 40 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

- 1.1 Define el concepto de organización empresarial del sector de la intermediación turística y los principios que rigen en este tipo de organización.
- 1.2 Describe los sistemas y los tipos de organización empresarial propios de las empresas del sector.
- 1.3 Define las estructuras organizativas propias de las empresas de intermediación turística identificando los factores y criterios de estructuración que determinan una organización eficaz.
- 1.4 Caracteriza las áreas y/o departamentos y las relaciones que existen entre ellos.
- 1.5 Diseña diferentes organigramas teniendo en cuenta las diferentes tipologías y características de empresas de intermediación turística.
- 1.6 Describe las funciones, responsabilidades y tareas a ejercer en los diferentes puestos de trabajo.

CVE-DOGC-B-13127138-2013

1.7 Describe los circuitos, tipos de información y documentos internos y externos que se generan.

1.8 Define el concepto de planificación empresarial.

1.9 Establece las etapas del proceso de planificación.

1.10 Valora la importancia de la planificación como herramienta de la gestión empresarial.

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

Criterios de evaluación

2.1 Define los sistemas de dirección de equipos de trabajo más apropiados en función del tipo de empresa de intermediación turística.

2.2 Identifica los procesos de toma de decisiones, justificando la figura del directivo y del líder en una organización.

2.3 Diseña turnos, horarios y planifica las vacaciones del personal dependiendo del tipo de empresa y aplicando la normativa vigente.

2.4 Tiene en cuenta la necesidad de personal según diversas variables como mayor demanda, nuevos productos y otros.

2.5 Establece los métodos más idóneos para la selección de personal en función del tipo de empresa y del cargo a ejercer.

2.6 Define el concepto de manual de acogida y analiza el contenido y función.

2.7 Justifica la finalidad de la función de integración como complementaria de la función de organización.

2.8 Caracteriza las diversas estrategias relacionadas con la motivación del personal.

2.9 Identifica conflictos y propone soluciones mediante la negociación.

2.10 Tiene en cuenta la necesidad de formación y de desarrollo de la carrera profesional en el ámbito de las empresas de intermediación turística.

Contenidos

1. Organización empresarial al sector de intermediación turística:

1.1 Concepto de organización.

1.2 Principios, sistemas y tipos de organización.

1.3 Estructuras organizativas.

1.4 Departamentalización o áreas.

1.5 Diseño de organigramas: concepto de organigrama, características y clasificación.

1.6 Manual de la organización: concepto, funciones y descripción de los puestos de trabajo.

1.7 Relaciones interdepartamentales.

2. La planificación:

2.1 Planificación y planes empresariales: concepto, objetivos, estrategias y políticas.

2.2 Proceso de planificación:

2.2.1 Características y principales etapas.

CVE-DOGC-B-13127138-2013

2.2.2 Planificación estratégica.

2.3 Análisis estratégico y herramientas para la toma de decisiones empresariales.

2.4 Valoración de la importancia de la planificación en la gestión empresarial.

3. Dirección de equipos de trabajo: sistemas de dirección, tipo de mando y liderazgo:

3.1 Motivación en el entorno laboral.

3.1.1 Concepto, teorías y factores que favorecen la motivación.

3.1.2 Técnicas de motivación laboral. Diseño de estrategias de incentivos a la producción en entidades de intermediación turística.

3.2 Resolución de conflictos laborales de carácter circunstancial:

3.2.1 Tipo, causas y fases de desarrollo de los conflictos.

3.2.2 Vías de solución. Participación del grupo.

3.3 Previsión de plantillas.

3.4 Organización del personal: planificación de turnos, horarios, calendarios y otros.

3.5 Selección de personal.

3.5.1 Técnicas y métodos de selección: Entrevista, test y otros.

3.5.2 Proceso de selección.

3.5.3 El coste de la selección de personal.

3.6 Métodos de integración de nuevos trabajadores: manuales de acogida del personal de nueva incorporación por áreas o departamentos.

3.7 Programas de formación. Carreras profesionales.

UF 3: rentabilidad económica y financiera en entidades de intermediación turística

Duración: 32 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

1.1 Describe el concepto de gestión económica y financiera en entidades de intermediación turística.

1.2 Interpreta el concepto de patrimonio e identifica sus elementos y las masas patrimoniales.

1.3 Analiza el concepto de presupuesto y su función.

1.4 Clasifica y elabora diferentes tipos de presupuestos y la aplicación de medidas correctivas.

1.5 Identifica las variables a tener en cuenta en la confección de presupuestos.

1.6 Calcula las desviaciones analizando las causas de su aparición, los efectos que producen y proponiendo soluciones alternativas.

1.7 Establece métodos de seguimiento y control presupuestario.

CVE-DOGC-B-13127138-2013

- 1.8 Caracteriza la estructura financiera de las empresas de intermediación turística.
- 1.9 Identifica las ventajas y desventajas de los principales métodos para evaluar inversiones según cada tipo de agencia de viajes.
- 1.10 Define y clasifica los costes de explotación de este tipo de empresas.
- 1.11 Aplica los procedimientos para el cálculo e imputación de costes.
- 1.12 Analiza la rentabilidad de las empresas de intermediación turística.
- 1.13 Calcula e interpreta ratios, margen de beneficio y umbral de rentabilidad.
- 1.14 Utiliza aplicaciones informáticas de gestión.

Contenidos

1. Concepto de gestión económica y financiera en las empresas de intermediación turística.
2. El patrimonio. Concepto. Elementos y masas patrimoniales.
3. Análisis de balances y cuenta de resultados de las empresas de intermediación turística.
4. Análisis de la rentabilidad. Cálculo de ratios, margen de beneficio y umbral de rentabilidad.
5. Presupuestos:
 - 5.1 Concepto, tipo, elementos y funciones de los presupuestos.
 - 5.2 Etapas fundamentales: previsión, presupuesto y control.
 - 5.3 Definición de ciclo presupuestario.
 - 5.4 Análisis de la estructura de ingresos y gastos de las empresas de intermediación turística.
 - 5.5 Control de presupuestos: desviaciones, cálculos y medidas correctivas.
6. Los costes:
 - 6.1 Tipo, cálculo e imputación de costes derivados de la gestión de empresas de intermediación turística.
7. Inversión:
 - 7.1 Concepto, proceso y tipo.
 - 7.2 Métodos de valoración y selección de inversiones.
8. Financiación:
 - 8.1 Concepto de estructura financiera de la empresa.
 - 8.2 Fuentes de financiación propias (autofinanciación y amortización) y ajenas.
 - 8.3 Cálculo de costes de las fuentes financieras.
9. Aplicaciones informáticas de gestión económico-financiera.

UF 4: gestión administrativa y comercial en entidades de intermediación turística

Duración: 20 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

1.1 Identifica y caracteriza los procesos administrativos en empresas de intermediación turística derivados de las relaciones con proveedores de servicios y con clientes.

1.2 Formaliza la documentación relativa a la gestión administrativa de clientes y proveedores.

1.3 Analiza la normativa fiscal y el régimen especial de las agencias de viajes.

1.4 Reconoce el procedimiento para la gestión administrativa de las incidencias.

1.5 Identifica y caracteriza las operaciones habituales de caja con entidades bancarias.

1.6 Identifica los procedimientos de aprovisionamiento, inventario y control de documentos internos y de proveedores de servicios.

1.7 Reconoce varias estrategias comerciales y de distribución de entidades de intermediación turística.

1.8 Aplica sistemas informáticos de gestión administrativa y comercial.

Contenidos

1. Realización de la gestión administrativa y comercial.

2. Procesos administrativos derivados de las relaciones con proveedores de servicios:

2.1 Concepto, tipo y procedimientos. Documentos: liquidaciones, pago de facturas, BSP y otras.

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

2.3 Procesos administrativos derivados de las relaciones con clientes. Procedimiento. Documentos.

2.4 Control de cajas y bancos. Registro de operaciones. Análisis de la información bancaria. Gestión de impagos y devoluciones.

2.5 Gestión del almacén. Inventarios. Control de existencias de documentos internos y externos.

2.6 Gestión comercial y canales de distribución. Concepto y estrategias.

2.7 Aplicaciones informáticas de gestión administrativa y comercial.

UF 5: calidad en los servicios de intermediación turística

Duración: 20 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

- 1.1 Identifica y valora las dimensiones y atributos de calidad de los servicios del sector turístico.
- 1.2 Identifica el concepto de calidad y sus objetivos en el subsector de las empresas de intermediación turística.
- 1.3 Valora la aplicación de diferentes sistemas de calidad.
- 1.4 Reconoce la aplicación de un sistema de calidad basado en las normas estandarizadas.
- 1.5 Determina los sistemas previos a la implantación de un sistema de calidad: formación del personal y el equipo de calidad y de mejora en la organización de las empresas.
- 1.6 Establece el diseño y elaboración de los diferentes procesos de las áreas o departamentos.
- 1.7 Define y aplica las herramientas de gestión de la calidad (autoevaluación, planificación de la mejora, sistemas de indicadores, sistemas de encuesta, sistemas de quejas y sugerencias).
- 1.8 Aplica el sistema de gestión de calidad.

Contenidos

1. Concepto de calidad y evolución de la gestión de la calidad en la empresa turística:
 - 1.1 Objetivos generales en el subsector de las empresas de intermediación turística.
 - 1.2 Concepto y evolución.
 - 1.3 Principales teorías de la calidad.
 - 1.4 Elementos y principios rectores de la calidad al sector turístico: orientación hacia el cliente, liderazgo, participación del personal. Mejora continua y gestión total de la calidad o TQM (*total quality management*).
2. Normas, sistemas de gestión de calidad y marcas:
 - 2.1 Las normas UNE-EN ISO vigentes.
 - 2.2 Programas de calidad del ICTE (Instituto para la Calidad Turística Española) para servicios de intermediación turística. La Q de calidad: normativa, certificación y auditoría.
 - 2.3 Implantación de un sistema de control de calidad de una consultoría externa a la empresa.
3. Gestión por procesos:
 - 3.1 El mapa de procesos.
 - 3.2 Seguimiento y medida.
 - 3.3 Indicadores: sistema de encuesta, sistema de quejas.
 - 3.4 Control y planificación de la mejora.
4. Estructura documental de un sistema de gestión de calidad:
 - 4.1 Concepto de documento, formato y registro.
 - 4.2 Manual de calidad. Ciclo de gestión de la calidad.

4.3 Manual de procedimientos.

4.4 Otros documentos.

Módulo profesional 8: marketing turístico

Duración: 132 horas

Horas de libre disposición: 33 horas

Equivalencia de créditos ECTS: 10

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: fundamentos del marketing turístico. 20 horas

UF 2: los consumidores de productos y servicios turísticos. 22 horas

UF 3: marketing mix y nuevas tecnologías. 35 horas

UF 4: el plan de marketing. 22 horas

UF 1: fundamentos del marketing turístico

Duración: 20 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

1.1 Justifica la importancia del marketing en el sector turístico.

1.2 Diferencia las peculiaridades del marketing de servicios en general y las propias del marketing turístico.

1.3 Describe los conceptos, definiciones e instrumentos básicos del marketing turístico.

1.4 Diferencia las etapas y la evolución del marketing.

1.5 Valora la importancia de los diferentes instrumentos del marketing.

1.6 Define los factores y los criterios eficaces para orientar el marketing a los consumidores.

1.7 Compara las diferentes estructuras y enfoques de dirección de marketing.

1.8 Identifica la necesidad del marketing en la función comercial de la empresa turística.

1.9 Analiza las tendencias del marketing en turismo.

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

Criterios de evaluación

2.1 Conceptualiza y clasifica los segmentos del mercado.

- 2.2 Analiza las variables de segmentación más utilizadas en turismo.
- 2.3 Define los requisitos para que la segmentación sea efectiva.
- 2.4 Reconoce la importancia de la segmentación en el diseño de la estrategia comercial de las empresas turísticas.
- 2.5 Identifica y valora los diferentes segmentos de mercado y su atractivo en función del producto y/o servicio.
- 2.6 Define las estrategias de cobertura de segmentos del mercado.
- 2.7 Identifica el posicionamiento del producto en el mercado.

Contenidos

1. Caracterización del marketing turístico:

- 1.1 Conceptos, definiciones y funciones.
- 1.2 Evolución de la función del marketing: orientación a los consumidores.
- 1.3 Peculiaridades del marketing de servicios y del marketing turístico.
- 1.4 Instrumentos del marketing.
- 1.5 Los determinantes externos del marketing: el mercado, el marco socioeconómico, legal y coyuntural.
- 1.6 Tendencias del marketing.
- 1.7 Estructuras y enfoques de dirección de marketing.

2. Interpretación de la segmentación de los mercados turísticos:

- 2.1 Concepto de segmentación y clasificación de los segmentos del mercado.
- 2.2 Variables de segmentación más utilizadas en turismo: variables objetivas y variables subjetivas.
- 2.3 Instrumentos comerciales y compatibilidad de los segmentos.
- 2.4 Aplicación de la segmentación al diseño de la estrategia comercial de las empresas turísticas.
- 2.5 Tipo de estrategias de cobertura del mercado.
- 2.6 Posicionamiento: conceptos, estrategias y métodos.

UF 2: los consumidores de productos y servicios turísticos

Duración: 22 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Reconoce el proceso de decisión de compra de los consumidores analizando las motivaciones y necesidades.

Criterios de evaluación

- 1.1 Identifica las necesidades y las motivaciones de los consumidores de productos y de servicios turísticos.
- 1.2 Identifica las fases del proceso de decisión de compra en los consumidores.
- 1.3 Caracteriza los agentes implicados en el proceso de decisión de compra.
- 1.4 Analiza el impacto psicosocial del marketing, la publicidad y las relaciones públicas y su incidencia en el

CVE-DOGC-B-13127138-2013

proceso de compra.

1.5 Caracteriza los puntos clave en el proceso de post-compra y las oportunidades de fidelización.

1.6 Describe y valora la percepción y satisfacción de los consumidores mediante los procesos de control de calidad.

2. Caracteriza los criterios del consumidorismo relacionándolos con la sociedad, el marketing y la ética.

Criterios de evaluación

2.1 Caracteriza las peculiaridades de las economías de mercado.

2.2 Identifica el origen del consumidorismo, así como su evolución en España.

2.3 Realiza estudios para analizar la reacción de las empresas ante esta situación.

2.4 Determina la respuesta de las empresas y de la sociedad e identifica unos principios éticos.

2.5 Identifica la normativa que protege los consumidores en la UE y en España.

2.6 Analiza los derechos y los deberes de los consumidores.

Contenidos

1. Interpretación del proceso de decisión en los consumidores:

1.1 Fases del proceso de decisión y factores que influyen en el proceso de compra: necesidades de los consumidores, motivación, factores de influencia externos y estilos de vida.

1.2 El proceso de decisión de compra.

1.3 Postcompra y fidelización: valoración de la compra. Repercusión del grado de satisfacción en futuras acciones de compra.

1.4 Los roles de los consumidores en el proceso de decisión de compra.

1.5 Herramientas de control de la calidad y la satisfacción de los clientes. Implementación en empresas del sector turístico.

1.6 Los nuevos consumidores en el sector turístico: segmentos emergentes.

2. Caracterización de los criterios de consumidorismo:

2.1 Concepto, origen y evolución.

2.2 Factores clave: la información y la reflexión en el proceso de compra.

2.3 Los organismos de atención a los consumidores. El conocimiento de los mecanismos de reclamación.

2.4 La reacción de la empresa y su respuesta.

2.5 Normativa que regula los derechos y deberes de los consumidores a la UE y en España: legislación genérica y específica.

UF 3: marketing mix y nuevas tecnologías

Duración: 35 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Identifica los elementos del marketing reconociendo la aplicación al sector turístico.

Crterios de evaluacón

- 1.1 Identifica los elementos del marketing.
- 1.2 Identifica las etapas del ciclo de vida de un producto y su relación con la toma de decisiones estratgicas.
- 1.3 Analiza los elementos y niveles del producto, así como la aplicacón de un sistema de servuccón.
- 1.4 Caracteriza las diferentes políticas de marcas del sector turístico y valora la importancia de diferenciar el producto.
- 1.5 Valora la importancia del precio y sus condicionantes como un instrumento comercial de las empresas turísticas.
- 1.6 Calcula los precios mediante la fijacón de métodos de precios idóneos para el sector turístico.
- 1.7 Reconoce la importancia de la publicidad, las relaciones públicas, la promocón de ventas y el merchandising en el sector turístico.
- 1.8 Valora la funcón de las ferias turísticas y otros encuentros profesionales como instrumentos de marketing estableciendo la diferencia con otras estrategias promocionales.
- 1.9 Identifica los canales de distribucón y de comercializacón directa e indirecta en el sector turístico.
- 1.10 Reconoce la importancia de los sistemas de distribucón global y su impacto en la industria turística.
- 1.11 Valora los instrumentos comerciales y su compatibilidad con los diferentes segmentos de mercado.

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

Crterios de evaluacón

- 2.1 Caracteriza las nuevas tecnologías y su utilizacón.
- 2.2 Identifica las aplicaciones de las nuevas tecnologías al marketing.
- 2.3 Valora la utilizacón de la red para comercializar productos y servicios turísticos.
- 2.4 Utiliza las aplicaciones ofimáticas de base de datos.
- 2.5 Reconoce la aplicacón de una base de datos para la investigacón comercial y para tener una ventaja competitiva.
- 2.6 Determina los factores que influyen en el marketing directo.
- 2.7 Establece las pautas para el desarrollo de una estrategia de marketing directo combinado.

Contenidos

1. Identificacón del marketing mix y sus elementos:

- 1.1 Los componentes de la política de marketing: la política de producto y/o servicio, la política de precios, la política de distribucón y la política de comunicacón. Aplicacón y estrategias.
- 1.2 El producto y/o servicio.
 - 1.2.1 Niveles y elementos. La servuccón.
 - 1.2.2 El ciclo de vida del producto y de los destinos turísticos: la planificacón del producto turístico.

CVE-DOGC-B-13127138-2013

- 1.2.3 Desarrollo y lanzamiento de los nuevos productos turísticos.
 - 1.3 El precio y sus condicionantes.
 - 1.3.1 Métodos de fijación de precios como instrumento comercial.
 - 1.3.2 El precio como estrategia comercial.
 - 1.4 La organización de la estrategia comercial: la comercialización de productos y servicios turísticos.
 - 1.5 La comunicación comercial: objetivos, técnicas, plan de comunicación, instrumentos.
 - 1.6 La publicidad: contenido y objetivos.
 - 1.6.1 Los medios publicitarios y el mensaje.
 - 1.6.2 El presupuesto publicitario. La eficacia publicitaria: productos publicitarios, el emplazamiento y la medida.
 - 1.6.3 Acciones publicitarias: material y formas de distribución.
 - 1.6.4 Publicidad no sexista.
 - 1.7 La promoción turística en el mix de comunicación: la publicidad, las relaciones públicas, las promociones de ventas/merchandising, las ferias turísticas, los talleres (*workshops*), los viajes de familiarización (*famtrips*) y otros.
-
- 2. Análisis de las nuevas tecnologías aplicadas al marketing turístico:
 - 2.1 Marketing directo y nuevas tecnologías.
 - 2.2 Marketing en Internet.
 - 2.3 Bases de datos: objetivos generales. La ley de protección de datos.
 - 2.4 Marketing directo: factores que influyen en su expansión y desarrollo.
 - 2.5 Materiales de apoyo y de desarrollo de políticas de marketing directo.

UF 4: el plan de marketing

Duración: 22 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

- 1.1 Describe los elementos básicos que conforman el plan de marketing.
- 1.2 Valora la importancia de un plan de marketing en una empresa turística.
- 1.3 Realiza el análisis de otros planes empresariales e institucionales relacionados con el plan de marketing.
- 1.4 Identifica los principales factores del entorno con incidencia en el plan de marketing.
- 1.5 Analiza la competencia y el potencial del mercado.
- 1.6 Realiza el plan de acción, con sus estrategias y tácticas.
- 1.7 Define los recursos necesarios para establecer las estrategias propuestas y para la consecución de los objetivos del plan de marketing.

CVE-DOGC-B-13127138-2013

- 1.8 Realiza el control de seguimiento y de calidad del plan de marketing con las técnicas adquiridas.
- 1.9 Realiza la presentación del plan de marketing con las pautas establecidas y ante los responsables implicados.
- 1.10 Valora las implicaciones ambientales de la implementación de un plan de marketing propuesto.

Contenidos

1. Caracterización del plan de marketing:

1.1 Plan de marketing: elementos y finalidad.

1.2 Fase analítica: DAFO.

1.3 Fase estratégica: objetivos y cuotas de ventas. Segmentación y público objetivo. Planes de acción: estrategias y tácticas.

1.4 Fase de valoración económica: recursos necesarios para apoyar a las estrategias y lograr los objetivos.

1.5 Fase operativa: la elaboración del plan de marketing y marketing total.

1.6 Fase de control y retroalimentación: seguimiento y control del marketing.

1.7 Presentación y promoción del plan.

1.8 Auditoría ambiental del plan.

Módulo profesional 9: inglés

Duración: 132 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 7

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: inglés técnico. 132 horas

UF 1: inglés técnico

Duración: 132 horas

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

1.1 Identifica la idea principal del mensaje.

1.2 Reconoce la finalidad de mensajes auditivos pronunciados en lengua estándar identificando el estado de ánimo y el tono del hablante.

1.3 Extrae información de grabaciones en lengua estándar relacionadas con la vida profesional y cotidiana.

CVE-DOGC-B-13127138-2013

- 1.4 Identifica los puntos de vista y las actitudes del hablante.
- 1.5 Identifica las ideas principales de declaraciones y mensajes sobre temas concretos y abstractos, en lengua estándar y con un ritmo normal.
- 1.6 Comprende con todo detalle qué se le dice en lengua estándar, incluso en un ambiente con ruido de fondo.
- 1.7 Extrae las ideas principales de conferencias, charlas e informes, y otras presentaciones profesionales.
- 1.8 Toma conciencia de la importancia de comprender globalmente un mensaje, sin entender todos y cada uno de los elementos.

2. Interpreta información profesional contenida en textos escritos complejos, analizando de forma comprensiva los contenidos.

Criterios de evaluación

- 2.1 Lee con un alto grado de independencia, adaptando el estilo y la velocidad de la lectura a diferentes textos y finalidades.
 - 2.2 Interpreta, con detalle, textos extensos y de relativa complejidad, relacionados con el ámbito profesional.
 - 2.3 Relaciona el texto con el ámbito del sector al que se refiere.
 - 2.4 Identifica 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.
 - 2.5 Realiza traducciones de textos complejos utilizando material de apoyo si procede.
 - 2.6 Interpreta mensajes técnicos recibidos a través de medios diversos: correo postal, fax, correo electrónico, entre otros.
 - 2.7 Interpreta instrucciones extensas y complejas, relacionadas con el ámbito profesional.
 - 2.8 Selecciona materiales de consulta y diccionarios técnicos, y utiliza apoyos de traducción técnicos y las herramientas de traducción asistida o automatizada de textos.
3. Emite mensajes orales claros y muy estructurados, analizando el contenido de la situación y adaptándose al registro lingüístico del interlocutor.

Criterios de evaluación

- 3.1 Identifica los registros utilizados para la emisión del mensaje.
- 3.2 Se expresa con fluidez, precisión y eficacia sobre una amplia serie de temas profesionales o cotidianos, marcando con claridad la relación entre las ideas.
- 3.3 Comunica espontáneamente, adoptando un nivel de formalidad adecuado a las circunstancias.
- 3.4 Utiliza normas de protocolo en presentaciones formales e informales.
- 3.5 Utiliza correctamente la terminología de la profesión.
- 3.6 Expresa y defiende puntos de vista con claridad, proporcionando explicaciones y argumentos adecuados.
- 3.7 Describe y secuencia un proceso de trabajo de su competencia.
- 3.8 Argumenta con detalle la elección de una determinada opción o procedimiento de trabajo escogido.
- 3.9 Solicita la reformulación del discurso o de una parte cuando se considere necesario.
- 3.10 Aplica fórmulas de interacción adecuadas en situaciones profesionales variadas.

CVE-DOGC-B-13127138-2013

4. Elabora documentos e informes propios del ámbito profesional o de la vida cotidiana, utilizando los registros adecuados a cada situación.

Criterios de evaluación

4.1 Redacta textos claros y detallados sobre una variedad de temas relacionados con el ámbito profesional, sintetizando y evaluando información y argumentos procedentes de varias fuentes.

4.2 Organiza la información con corrección, precisión, coherencia y cohesión, solicitando y/o facilitando información de tipo general o detallada.

4.3 Redacta informes, destacando los aspectos significativos y ofreciendo detalles relevantes que sirvan de apoyo.

4.4 Cumplimenta la documentación específica del ámbito profesional.

4.5 Aplica las fórmulas establecidas y el vocabulario específico en la realización de documentos.

4.6 Resume artículos, noticias o informaciones del ámbito profesional, utilizando un vocabulario amplio para evitar la repetición frecuente.

4.7 Extrae la información esencial de manuales técnicos de instrucciones y otros documentos escritos habituales en la profesión.

4.8 Utiliza las fórmulas de cortesía propias del documento a elaborar.

5. Aplica actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación, siguiendo las convenciones internacionales.

Criterios de evaluación

5.1 Define los rasgos más significativos de las costumbres y usos del sector profesional en el uso de la lengua extranjera.

5.2 Describe los protocolos y normas de relación social propios del país donde se utiliza la lengua extranjera.

5.3 Identifica los valores y creencias propios de la comunidad donde se utiliza la lengua extranjera.

5.4 Identifica los aspectos socioprofesionales propios del sector en cualquier tipo de texto y/o conversación.

5.5 Aplica los protocolos y normas de relación social propios del país donde se utiliza la lengua extranjera.

5.6 Reconoce los marcadores lingüísticos de la procedencia regional.

Contenidos

1. Comprensión de mensajes orales:

1.1 Reconocimiento de mensajes profesionales del sector y cotidianos. Mensajes directos, telefónicos, radiofónicos, grabados.

1.2 Terminología específica del sector de los servicios turísticos.

1.3 Ideas principales y secundarias.

1.4 Diferentes acentos de lengua oral.

2. Interpretación de mensajes escritos:

2.1 Comprensión de mensajes, textos, artículos profesionales y cotidianos.

2.2 Apoyos convencionales: correo postal, fax, burofax, entre otros, y apoyos telemáticos: correo electrónico, telefonía móvil, agenda electrónica, entre otros.

2.3 Terminología específica de los servicios turísticos.

3. Producción de mensajes orales:

3.1 Registros utilizados en la emisión de mensajes orales. Terminología específica del sector turístico.

3.2 Mantenimiento y seguimiento del discurso oral: utilización del turno de palabra, mantenimiento y cesión. Apoyo, demostración de comprensión, petición de aclaración y otras.

3.3 Expresión fónica, entonación y ritmo.

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

3.5 Marcadores lingüísticos de protocolo en el ámbito profesional y social, normas de cortesía y diferencias de registro.

4. Emisión de textos escritos:

4.1 Realización de documentos profesionales del sector y de la vida cotidiana.

4.2 Elaboración de textos profesionales del sector y de la vida cotidiana.

4.3 Adecuación del texto al contexto comunicativo.

4.4 Registro.

4.5 Selección léxica, selección de estructuras sintácticas y selección de contenido relevante.

4.6 Coherencia en el desarrollo del texto.

5. Conocimiento del entorno sociocultural y profesional:

5.1 Identificación e interpretación de los elementos culturales más significativos de los países donde se utiliza la lengua inglesa.

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

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

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

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

Módulo profesional 10: segunda lengua extranjera

Duración: 132 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 7

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: segunda lengua extranjera. 132 horas

UF 1: segunda lengua extranjera

Duración: 132 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

- 1.1 Sitúa el mensaje en su contexto profesional.
- 1.2 Capta la idea principal del mensaje.
- 1.3 Comprende la información específica del mensaje.
- 1.4 Identifica la actitud y la intención del interlocutor.
- 1.5 Extrae las ideas principales de un mensaje emitido por un medio de comunicación.
- 1.6 Identifica el hilo argumental en situaciones comunicativas grabadas y/o visionadas.
- 1.7 Determina los roles que aparecen en situaciones comunicativas grabadas y/o visionadas.

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

Criterios de evaluación

- 2.1 Lee de forma comprensiva textos específicos del ámbito profesional.
- 2.2 Identifica con precisión la terminología utilizada.
- 2.3 Extrae información relevante de un texto relativo al ámbito profesional.
- 2.4 Realiza traducciones directas e inversas de textos sencillos utilizando material de apoyo si procede.
- 2.5 Interpreta mensajes técnicos recibidos a través de medios diversos: correo postal, fax, correo electrónico, entre otros.
- 2.6 Interpreta instrucciones extensas y complejas, relacionadas con el ámbito profesional.
- 2.7 Relaciona textos con el sector profesional.
- 2.8 Selecciona materiales de consulta y diccionarios técnicos, y utiliza apoyos de traducción técnicos y las herramientas de traducción asistida o automatizada de textos.

3. Emite mensajes orales sencillos, claros y muy estructurados, utilizando los registros adecuados a cada situación.

Criterios de evaluación

- 3.1 Se comunica utilizando fórmulas sencillas, nexos de unión y estrategias de interacción.
- 3.2 Utiliza correctamente la terminología de la profesión.
- 3.3 Describe con una cierta fluidez el entorno profesional cercano.
- 3.4 Secuencia las funciones y actividades más habituales propias del ámbito profesional.
- 3.5 Hace presentaciones, de forma clara, breve y preparada sobre un tema del ámbito profesional.

CVE-DOGC-B-13127138-2013

- 3.6 Utiliza normas de protocolo en presentaciones adaptadas a su nivel.
- 3.7 Responde a preguntas breves relacionadas con el ámbito profesional.
- 3.8 Intercambia con una cierta fluidez información específica.

4. Elabora textos sencillos en lengua estándar relacionados con el ámbito profesional o la vida cotidiana, utilizando los registros adecuados a cada situación.

Criterios de evaluación

- 4.1 Completa información básica en los documentos profesionales más habituales.
- 4.2 Confecciona solicitudes de ocupación a partir de ofertas de trabajo dadas.
- 4.3 Redacta un *curriculum vitae*.
- 4.4 Elabora informes con objetivos específicos de comunicación del ámbito profesional.
- 4.5 Redacta cartas comerciales a partir de instrucciones detalladas y modelos dados.
- 4.6 Resume las ideas principales de informaciones dadas, utilizando los propios recursos lingüísticos.
- 4.7 Organiza la información de manera coherente y cohesionada.
- 4.8 Utiliza las formas de cortesía propias del documento a elaborar.

5. Aplica actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación, siguiendo las convenciones internacionales.

Criterios de evaluación

- 5.1 Define los rasgos más significativos de las costumbres y usos del sector profesional en el uso de la lengua extranjera.
- 5.2 Describe los protocolos y normas de relación social propios del país donde se utiliza la lengua extranjera.
- 5.3 Identifica los valores y creencias propios de la comunidad donde se utiliza la lengua extranjera.
- 5.4 Identifica los aspectos socioprofesionales propios del sector en cualquier tipo de texto y/o conversación.
- 5.5 Aplica los protocolos y normas de relación social propios del país donde se utiliza la lengua extranjera.

Contenidos

1. Comprensión de mensajes orales:

- 1.1 Reconocimiento de mensajes profesionales del sector y cotidianos. Mensajes directos, telefónicos, radiofónicos, grabados.
- 1.2 Terminología específica del sector de los servicios turísticos.
- 1.3 Ideas principales y secundarias.
- 1.4 Diferentes acentos de lengua oral.

2. Interpretación de mensajes escritos:

- 2.1 Comprensión de mensajes, textos, artículos profesionales y cotidianos.
- 2.2 Apoyos convencionales: correo postal, fax, burofax, entre otros, y apoyos telemáticos: correo electrónico,

telefonía móvil, agenda electrónica, entre otros.

2.3 Terminología específica de los servicios turísticos.

3. Producción de mensajes orales:

3.1 Registros utilizados en la emisión de mensajes orales. Terminología específica del sector de los servicios turísticos.

3.2 Mantenimiento y seguimiento del discurso oral: utilización del turno de palabra, mantenimiento y cesión. Apoyo, demostración de comprensión, petición de aclaración, y otras.

3.3 Expresión fónica, entonación y ritmo.

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

3.5 Marcadores lingüísticos de protocolo en el ámbito profesional y social, normas de cortesía y diferencias de registro.

4. Emisión de textos escritos:

4.1 Realización de documentos profesionales del sector y de la vida cotidiana.

4.2 Elaboración de textos sencillos profesionales del sector y de la vida cotidiana.

4.3 Adecuación del texto al contexto comunicativo.

4.4 Registro.

4.5 Selección léxica, selección de estructuras sintácticas y selección de contenido relevante.

4.6 Uso de los signos de puntuación.

4.7 Coherencia en el desarrollo del texto.

5. Conocimiento del entorno sociocultural y profesional:

5.1 Identificación e interpretación de los elementos culturales más significativos de los países donde se utiliza la lengua extranjera.

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

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

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

Módulo profesional 11: formación y orientación laboral

Duración: 99 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 5

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: incorporación al trabajo. 66 horas

UF 2: prevención de riesgos laborales. 33 horas

UF 1: incorporación al trabajo

Duración: 66 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

1.1 Valora la importancia de la formación permanente como factor clave para la ocupabilidad y la adaptación a las exigencias del proceso productivo.

1.2 Identifica los itinerarios formativos y profesionales relacionados con el perfil profesional del técnico o técnica superior en agencias de viajes y gestión de eventos.

1.3 Planifica un proyecto de carrera profesional.

1.4 Determina las aptitudes y actitudes requeridas para la actividad profesional relacionada con el perfil del título.

1.5 Identifica los principales yacimientos de ocupación y de inserción laboral para el técnico o la técnica superior en agencias de viajes y gestión de eventos.

1.6 Determina las técnicas utilizadas en el proceso de búsqueda de ocupación.

1.7 Prevé las alternativas de autoempleo en los sectores profesionales relacionados con el título.

1.8 Realiza la valoración de la personalidad, aspiraciones, actitudes y formación propias para tomar decisiones.

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

Criterios de evaluación

2.1 Valora las ventajas del trabajo en equipo en situaciones de trabajo relacionadas con el perfil de técnico o técnica superior en agencias de viajes y gestión de eventos.

2.2 Identifica los equipos de trabajo que se pueden constituir en una situación real de trabajo.

2.3 Determina las características del equipo de trabajo eficaz ante los equipos ineficaces.

2.4 Valora positivamente la existencia necesaria de diversidad de roles y opiniones asumidos por los miembros de un equipo.

2.5 Reconoce la posible existencia de conflicto entre los miembros de un grupo como un aspecto característico de las organizaciones.

2.6 Identifica los tipos de conflictos y sus fuentes.

2.7 Determina procedimientos para resolver conflictos.

2.8 Resuelve los conflictos presentados en un equipo.

2.9 Aplica habilidades comunicativas en el trabajo en equipo.

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

- 3.1 Identifica las características que definen los nuevos entornos de organización del trabajo.
 - 3.2 Identifica los conceptos básicos del derecho del trabajo.
 - 3.3 Distingue los organismos que intervienen en la relación laboral.
 - 3.4 Determina los derechos y deberes derivados de la relación laboral.
 - 3.5 Analiza el contrato de trabajo y las principales modalidades de contratación aplicables al sector de agencias de viajes y gestión de eventos.
 - 3.6 Identifica las medidas de fomento de la contratación para determinados colectivos.
 - 3.7 Valora las medidas de fomento del trabajo.
 - 3.8 Identifica el tiempo de trabajo y las medidas para conciliar la vida laboral y familiar.
 - 3.9 Identifica las causas y efectos de la modificación, suspensión y extinción de la relación laboral.
 - 3.10 Analiza el recibo de salarios e identifica los principales elementos que lo integran.
 - 3.11 Analiza las diferentes medidas de conflicto colectivo y los procedimientos de solución de conflictos.
 - 3.12 Determina los elementos de la negociación en el ámbito laboral.
 - 3.13 Identifica la representación de los trabajadores en la empresa.
 - 3.14 Interpreta los elementos básicos de 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 y su incidencia en las condiciones de trabajo.
4. Determina la acción protectora del sistema de la Seguridad Social ante las diferentes contingencias cubiertas, identificando las diferentes clases de prestaciones.

Criterios de evaluación

- 4.1 Valora el papel de la Seguridad Social como pilar esencial para la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos.
- 4.2 Enumera las diversas contingencias que cubre el sistema de la Seguridad Social.
- 4.3 Identifica los regímenes existentes en el sistema de la Seguridad Social aplicable al sector de agencias de viajes y gestión de eventos.
- 4.4 Identifica las obligaciones de empresario y trabajador en el sistema de la Seguridad Social.
- 4.5 Identifica las bases de cotización de un trabajador y las cuotas correspondientes a trabajador y empresario.
- 4.6 Clasifica las prestaciones del sistema de la Seguridad Social.
- 4.7 Identifica los requisitos de las prestaciones.
- 4.8 Determina posibles situaciones legales de desempleo.
- 4.9 Reconoce la información y los servicios de la plataforma de la Seguridad Social.

Contenidos

1. Búsqueda activa de ocupación:

CVE-DOGC-B-13127138-2013

- 1.1 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.
 - 1.2 Análisis de los intereses, aptitudes y motivaciones personales para la carrera profesional.
 - 1.3 Las capacidades clave del técnico o técnica superior en agencias de viajes y gestión de eventos.
 - 1.4 El sistema de cualificaciones profesionales. Las competencias y las cualificaciones profesionales del título y de la familia profesional de hotelería y turismo.
 - 1.5 Identificación de itinerarios formativos y profesionalizadores relacionados con el título. Titulaciones y estudios de la familia profesional de hotelería y turismo.
 - 1.6 Planificación de la carrera profesional.
 - 1.7 Definición y análisis del sector profesional de agencias de viajes y gestión de eventos.
 - 1.8 Yacimientos de ocupación en agencias de viajes y gestión de eventos.
 - 1.9 Proceso de búsqueda de ocupación en empresas del sector.
 - 1.10 Oportunidades de aprendizaje y ocupación en Europa.
 - 1.11 Técnicas e instrumentos de búsqueda de ocupación.
 - 1.12 El proceso de toma de decisiones.
 - 1.13 Ofertas formativas dirigidas a grupos con dificultades de integración laboral.
 - 1.14 Igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.
 - 1.15 Valoración del autoempleo como alternativa para la inserción laboral.
 - 1.16 Valoración de los conocimientos y las competencias obtenidas mediante la formación contenida en el título.
2. Gestión del conflicto y equipos de trabajo:
 - 2.1 Valoración de las ventajas e inconvenientes del trabajo de equipo para la eficacia de la organización.
 - 2.2 Equipos al sector de agencias de viajes y gestión de eventos según las funciones que ejercen.
 - 2.3 Formas de participación en el equipo de trabajo.
 - 2.4 Conflicto: características, fuentes y etapas.
 - 2.5 Métodos para resolver o suprimir el conflicto.
 - 2.6 Aplicación de habilidades comunicativas en el trabajo en equipo.
3. Contratación:
 - 3.1 Ventajas e inconvenientes de las nuevas formas de organización: flexibilidad, beneficios sociales, entre otros.
 - 3.2 El derecho del trabajo: concepto y fuentes.
 - 3.3 Análisis de la relación laboral individual.
 - 3.4 Derechos y deberes que se derivan de la relación laboral y su aplicación.
 - 3.5 Determinación de los elementos del contrato de trabajo, de las principales modalidades de contratación que se aplican en el sector de agencias de viajes y gestión de eventos y de las medidas de fomento del trabajo.
 - 3.6 Las condiciones de trabajo: tiempo de trabajo y conciliación laboral y familiar.
 - 3.7 Interpretación del recibo del salario.
 - 3.8 Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo.

CVE-DOGC-B-13127138-2013

- 3.9 Organismos laborales. Sistemas de asesoramiento de los trabajadores respecto a sus derechos y deberes.
 - 3.10 Representación de los trabajadores.
 - 3.11 El convenio colectivo como fruto de la negociación colectiva.
 - 3.12 Análisis del convenio o convenios aplicables al trabajo del técnico o técnica superior en agencias de viajes y gestión de eventos.
4. Seguridad Social, ocupación y desempleo:
- 4.1 Estructura del sistema de la Seguridad Social.
 - 4.2 Determinación de las principales obligaciones de empresarios y trabajadores en materia de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización.
 - 4.3 Requisitos de las prestaciones.
 - 4.4 Situaciones protegidas en la protección por desempleo.
 - 4.5 Identificación de la información y los servicios de la plataforma de la Seguridad Social.

UF 2: prevención de riesgos laborales

Duración: 33 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

- 1. Evalúa los riesgos derivados de la actividad profesional, analizando las condiciones de trabajo y los factores de riesgo presentes en el entorno laboral.

Criterios de evaluación

- 1.1 Valora la importancia de la cultura preventiva en todos los ámbitos y actividades de la empresa.
 - 1.2 Relaciona las condiciones laborales con la salud del trabajador o trabajadora.
 - 1.3 Clasifica los factores de riesgo en la actividad y los daños que se pueden derivar.
 - 1.4 Identifica las situaciones de riesgo más habituales en los entornos de trabajo del técnico o técnica superior en agencias de viajes y gestión de eventos.
 - 1.5 Determina la evaluación de riesgos en la empresa.
 - 1.6 Determina 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.
 - 1.7 Clasifica y describe 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.
2. Participa en la elaboración de un plan de prevención de riesgos en una pequeña empresa, identificando las responsabilidades de todos los agentes implicados.

Criterios de evaluación

- 2.1 Determina los principales derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.
- 2.2 Clasifica las diferentes formas de gestión de la prevención en la empresa, en función de los diferentes criterios establecidos en la normativa sobre prevención de riesgos laborales.

CVE-DOGC-B-13127138-2013

- 2.3 Determina las formas de representación de los trabajadores en la empresa en materia de prevención de riesgos.
 - 2.4 Identifica los organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
 - 2.5 Valora la importancia de la existencia de un plan preventivo en la empresa, que incluya la secuenciación de actuaciones que hay que realizar en caso de emergencia.
 - 2.6 Define el contenido del plan de prevención en un centro de trabajo relacionado con el sector profesional del técnico o técnica superior en agencias de viajes y gestión de eventos.
 - 2.7 Propone mejoras en el plan de emergencia y evacuación de la empresa.
3. Aplica medidas de prevención y protección individual y colectiva, analizando las situaciones de riesgo en el entorno laboral del técnico o técnica superior en agencias de viajes y gestión de eventos.

Crterios de evaluaci3n

- 3.1 Determina las t3cnicas de prevenci3n y de protecci3n individual y colectiva que se tienen que aplicar para evitar los daos en su origen y minimizar las consecuencias en caso de que sean inevitables.
- 3.2 Analiza el significado y el alcance de los diferentes tipos de seaalizaci3n de seguridad.
- 3.3 Analiza los protocolos de actuaci3n en caso de emergencia.
- 3.4 Identifica las t3cnicas de clasificaci3n de heridos en caso de emergencia en que haya v3ctimas de gravedad diversa.
- 3.5 Identifica los procedimientos de atenci3n sanitaria inmediata.
- 3.6 Identifica la composici3n y el uso del botiqu3n de la empresa.
- 3.7 Determina los requisitos y las condiciones para la vigilancia de la salud del trabajador o trabajadora y su importancia como medida de prevenci3n.

Contenidos:

1. Evaluaci3n de riesgos profesionales:

- 1.1 La evaluaci3n de riesgos en la empresa como elemento b3sico de la actividad preventiva.
- 1.2 Importancia de la cultura preventiva en todas las fases de la actividad profesional.
- 1.3 Efectos de las condiciones de trabajo sobre la salud. El accidente de trabajo, la enfermedad profesional y las enfermedades inespec3ficas.
- 1.4 Riesgo profesional. An3lisis y clasificaci3n de factores de riesgo.
- 1.5 An3lisis de riesgos relativos a las condiciones de seguridad.
- 1.6 An3lisis de riesgos relativos a las condiciones ambientales.
- 1.7 An3lisis de riesgos relativos a las condiciones ergon3micas y psicosociales.
- 1.8 Riesgos gen3ricos en el sector de agencias de viajes y gesti3n de eventos.
- 1.9 Daos para la salud ocasionados por los riesgos.
- 1.10 Determinaci3n de los posibles daos a la salud de los trabajadores que pueden derivarse de las situaciones de riesgo detectadas en el sector de agencias de viajes y gesti3n de eventos.

2. Planificaci3n de la prevenci3n de riesgos en la empresa:

- 2.1 Determinaci3n de los derechos y deberes en materia de prevenci3n de riesgos laborales.

CVE-DOGC-B-13127138-2013

- 2.2 Sistema de gestión de la prevención de riesgos en la empresa.
 - 2.3 Organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
 - 2.4 Plan de la prevención de riesgos en la empresa. Estructura. Acciones preventivas. Medidas específicas.
 - 2.5 Identificación de las responsabilidades en materia de prevención de riesgos laborales.
 - 2.6 Determinación de la representación de los trabajadores en materia preventiva.
 - 2.7 Planes de emergencia y de evacuación en entornos de trabajo.
3. Aplicación de medidas de prevención y protección en la empresa:
- 3.1 Determinación de las medidas de prevención y protección individual y colectiva.
 - 3.2 Interpretación de la señalización de seguridad.
 - 3.3 Consignas de actuación ante una situación de emergencia.
 - 3.4 Protocolos de actuación ante una situación de emergencia.
 - 3.5 Identificación de los procedimientos de atención sanitaria inmediata.
 - 3.6 Primeras actuaciones en emergencias con heridos.

Módulo profesional 12: empresa e iniciativa emprendedora

Duración: 66 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 4

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: empresa e iniciativa emprendedora. 66 horas

UF 1: empresa e iniciativa emprendedora

Duración: 66 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

1.1 Identifica el concepto de innovación y su relación con el progreso de la sociedad y el aumento en el bienestar de los individuos.

1.2 Analiza el concepto de cultura emprendedora y su importancia como fuente de creación de ocupación y bienestar social.

1.3 Identifica la importancia que la iniciativa individual, la creatividad, la formación y la colaboración tienen en el éxito de la actividad emprendedora.

CVE-DOGC-B-13127138-2013

1.4 Analiza la capacidad de iniciativa en el trabajo de una persona ocupada en una empresa relacionada con el sector de agencias de viajes y gestión de eventos.

1.5 Analiza el desarrollo de la actividad emprendedora de un empresario que se inicie en el sector de agencias de viajes y gestión de eventos.

1.6 Analiza el concepto de riesgo como elemento inevitable de toda actividad emprendedora.

1.7 Analiza el concepto de empresario y los requisitos y actitudes necesarios para desarrollar la actividad empresarial.

1.8 Relaciona la estrategia empresarial con la misión, la visión y los valores de la empresa.

1.9 Reconoce las nuevas herramientas y recursos para el fomento del autoempleo, en especial los viveros de empresas.

1.10 Define una determinada idea de negocio del sector que tiene que servir de punto de partida para elaborar un plan de empresa y que tiene que facilitar unas buenas prácticas empresariales.

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

Criterios de evaluación

2.1 Identifica las funciones de producción o prestación de servicios, económico-financieras, sociales, comerciales y/o de marketing y administrativas de una empresa.

2.2 Analiza la empresa dentro del sistema económico global.

2.3 Interpreta el papel que tiene la empresa en el sistema económico local.

2.4 Analiza los componentes principales del entorno general que rodea una microempresa del sector de agencias de viajes y gestión de eventos.

2.5 Analiza la influencia de las relaciones de empresas del sector de agencias de viajes y gestión de eventos con los principales integrantes del entorno específico.

2.6 Analiza los conceptos de cultura empresarial e imagen corporativa y su relación con los objetivos empresariales.

2.7 Analiza el fenómeno de la responsabilidad social de las empresas y su importancia como un elemento de la estrategia empresarial y como un mecanismo de retorno a la sociedad.

2.8 Elabora el balance social de una empresa relacionada con las agencias de viajes y gestión de eventos, incorporando los costes sociales en que incurre y los beneficios sociales que produce.

2.9 Identifica prácticas que incorporan valores éticos y sociales en empresas relacionadas con las agencias de viajes y gestión de eventos.

2.10 Identifica los valores que aportan a la empresa las políticas de fomento de la igualdad dentro de la empresa.

2.11 Reconoce las oportunidades y amenazas existentes en el entorno de una microempresa de agencias de viajes y gestión de eventos.

2.12 Determina la viabilidad económica y financiera de una microempresa relacionada con las agencias de viajes y gestión de eventos.

2.13 Identifica los canales de apoyo y los recursos que la administración pública facilita al emprendedor o la emprendedora.

3. Realiza actividades para la constitución y puesta en marcha de una microempresa de agencias de viajes y gestión de eventos, seleccionando la forma jurídica e identificando las obligaciones legales asociadas.

CVE-DOGC-B-13127138-2013

Criterios de evaluación

- 3.1 Analiza las diferentes formas jurídicas y organizativas de empresa más habituales.
 - 3.2 Identifica los rasgos característicos de la economía cooperativa.
 - 3.3 Especifica el grado de responsabilidad legal de los propietarios de la empresa, en función de la forma jurídica escogida.
 - 3.4. Diferencia el tratamiento fiscal establecido para las diferentes formas jurídicas de la empresa.
 - 3.5 Analiza los trámites exigidos por la legislación vigente para constituir una microempresa del sector de agencias de viajes y gestión de eventos, según la forma jurídica escogida.
 - 3.6 Identifica los organismos y entidades que intervienen en el momento de poner en funcionamiento una microempresa.
 - 3.7 Busca las diferentes ayudas para crear microempresas del sector de agencias de viajes y gestión de eventos disponibles en Cataluña y en la localidad de referencia.
 - 3.8 Especifica los beneficios que aportan la imagen corporativa y la organización de la comunicación interna y externa a la empresa.
 - 3.9 Identifica las herramientas para estudiar la viabilidad económica y financiera de una microempresa.
 - 3.10 Incluye en el plan de empresa todos los aspectos relativos a la elección de la forma jurídica, estudio de viabilidad económica y financiera, trámites administrativos, ayudas y subvenciones, y el plan de marketing.
 - 3.11 Identifica las vías de asesoramiento y gestión administrativa externos existentes a la hora de poner en funcionamiento una microempresa.
4. Realiza actividades de gestión administrativa y financiera de una microempresa de agencias de viajes y gestión de eventos, identificando las obligaciones contables y fiscales principales y conociendo la documentación.

Criterios de evaluación

- 4.1 Analiza los conceptos básicos de la contabilidad y las técnicas de registro de la información contable.
- 4.2 Identifica las técnicas básicas de análisis de la información contable, en especial en lo referente a la solvencia, liquidez y rentabilidad de la empresa.
- 4.3 Define las obligaciones fiscales de una microempresa relacionada con el sector de agencias de viajes y gestión de eventos.
- 4.4 Diferencia los tipos de impuestos al calendario fiscal.
- 4.5 Identifica la documentación básica de carácter comercial y contable para una microempresa del sector de agencias de viajes y gestión de eventos, y los circuitos que la documentación mencionada sigue dentro de la empresa.
- 4.6 Identifica los principales instrumentos de financiación bancaria.
- 4.7 Sitúa correctamente la documentación contable y de financiación en el plan de empresa.

Contenidos

1. Iniciativa emprendedora:

- 1.1 Innovación y desarrollo económico. Características principales de la innovación en la actividad del sector de agencias de viajes y gestión de eventos (materiales, tecnología, organización de la producción).
- 1.2 Factores clave de los emprendedores: iniciativa, creatividad, formación y liderazgo empresarial.
- 1.3 La actuación de los emprendedores como empleados de una empresa relacionada con el sector de agencias de viajes y gestión de eventos.

CVE-DOGC-B-13127138-2013

1.4 La actuación de los emprendedores como empresarios de una empresa relacionada con el sector de agencias de viajes y gestión de eventos.

1.5 Instrumentos para identificar las capacidades que favorecen el espíritu emprendedor.

1.6 El empresario. Actitudes y requisitos para ejercer la actividad empresarial.

1.7 Objetivos personales *versus* objetivos empresariales. Misión, visión y valores de empresa.

1.8 El plan de empresa y la idea de negocio en el ámbito de agencias de viajes y gestión de eventos.

1.9 Las buenas prácticas empresariales.

1.10 Los servicios de información, orientación y asesoramiento. Los viveros de empresas.

2. La empresa y su entorno:

2.1 Funciones básicas de la empresa: de producción o prestación de servicios, económico-financieras, sociales, comerciales y/o de marketing y administrativas de una empresa.

2.2 La empresa como sistema: recursos, objetivos y métodos de gestión de la calidad y medioambiental.

2.3 Componentes del macroentorno: factores politicolegales, económicos, socioculturales, demográficos y/o ambientales y tecnológicos.

2.4 Análisis del macroentorno de una microempresa del sector de agencias de viajes y gestión de eventos.

2.5 Componentes del microentorno: los clientes, los proveedores, los competidores, los productos o servicios sustitutivos y la sociedad.

2.6 Análisis del microentorno de una microempresa del sector de agencias de viajes y gestión de eventos.

2.7 Elementos de la cultura empresarial y valores éticos dentro de la empresa. Imagen corporativa.

2.8 Relaciones de una microempresa de agencias de viajes y gestión de eventos con los agentes sociales.

2.9 La responsabilidad social de la empresa.

2.10 Elaboración del balance social: costes y beneficios sociales por la empresa.

2.11 Igualdad y empresa: estrategias empresariales para conseguir la igualdad dentro de la empresa.

2.12 Detección de oportunidades y amenazas del sector de agencias de viajes y gestión de eventos. Instrumentos de detección.

2.13 Determinación de la viabilidad económica y financiera de una microempresa relacionada con el sector de agencias de viajes y gestión de eventos.

2.14 Detección de nuevas oportunidades de negocio. Generación y selección de ideas. Técnicas para generar ideas de negocio.

2.15 Búsqueda de ayudas y subvenciones para la creación de una microempresa.

2.16 Instrumentos de apoyo de la administración pública al emprendedor o la emprendedora.

3. Creación y puesta en funcionamiento de la empresa:

3.1 Tipo de empresa más común del sector de agencias de viajes y gestión de eventos.

3.2 Características de las empresas cooperativas y las sociedades laborales.

3.3 Organización de una empresa del sector de agencias de viajes y gestión de eventos: estructura interna. Organización de la comunicación interna y externa a la empresa.

3.4 Elección de la forma jurídica y su incidencia en la responsabilidad de los propietarios.

3.5 La fiscalidad de empresas del sector de agencias de viajes y gestión de eventos.

CVE-DOGC-B-13127138-2013

3.6 Trámites administrativos para constituir una empresa del sector de agencias de viajes y gestión de eventos.

3.7 Búsqueda y tratamiento de información en los procesos de creación de una microempresa del sector de agencias de viajes y gestión de eventos.

3.8 Imagen corporativa de la empresa: funciones y relación con los objetivos empresariales.

3.9 Plan de empresa: elección de la forma jurídica, estudio de viabilidad económica y financiera, trámites administrativos y gestión de ayudas y subvenciones de una microempresa relacionada con el sector de agencias de viajes y gestión de eventos.

3.10 Organización y responsabilidad en el establecimiento del plan de empresa.

4. Gestión empresarial:

4.1 Elementos básicos de la contabilidad.

4.2 Cuentas anuales exigibles a una microempresa.

4.3 Análisis de la información contable.

4.4 La previsión de resultados.

4.5 Obligaciones fiscales de las empresas: requisitos y plazos de presentación de documentos.

4.6 Las formas de financiación de una empresa.

4.7 Técnicas básicas de gestión administrativa de una empresa relacionada con el sector de agencias de viajes y gestión de eventos.

4.8 Documentación básica comercial y contable y conexión entre ellas.

4.9 Importancia de la información contable de la empresa.

Módulo profesional 13: proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos

Duración: 66 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 5

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos. 66 horas

UF1: proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos

Duración: 66 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Identifica necesidades del sector productivo de la intermediación relacionándolas con proyectos tipo que las puedan satisfacer.

Criterios de evaluación

CVE-DOGC-B-13127138-2013

- 1.1 Clasifica las empresas del sector atendiendo a sus características organizativas y el tipo de producto o servicio que ofrecen.
 - 1.2 Caracteriza las empresas tipo indicando la estructura organizativa y las funciones de cada departamento y las relaciones funcionales entre departamentos.
 - 1.3 Detecta las tendencias del sector e identifica las necesidades más demandadas a las empresas.
 - 1.4 Valora las oportunidades de negocio previsibles en el sector.
 - 1.5 Identifica el tipo de proyecto requerido para dar respuesta a las demandas previstas.
 - 1.6 Determina las características específicas requeridas al proyecto.
 - 1.7 Determina las obligaciones fiscales, laborales y de prevención de riesgos y sus condiciones de aplicación.
 - 1.8 Identifica posibles ayudas o subvenciones para la incorporación de nuevas tecnologías de producción o de servicio que se proponen.
 - 1.9 Elabora el guión de trabajo a seguir para la elaboración del proyecto.
2. Diseña un proyecto relacionado con las competencias del título, incluyendo y desarrollando las fases que lo componen.

Criterios de evaluación

- 2.1 Recopila la información relativa a los aspectos tratados en el proyecto.
 - 2.2 Realiza el estudio de viabilidad técnico.
 - 2.3 Detalla las fases o partes que componen el proyecto y su contenido.
 - 2.4 Establece los objetivos a conseguir en el proyecto, identificando su alcance.
 - 2.5 Prevé los recursos materiales y personales necesarios para la realización del proyecto.
 - 2.6 Realiza el presupuesto económico correspondiente, identificando las necesidades de financiación.
 - 2.7 Define y elabora la documentación necesaria para su diseño.
 - 2.8 Identifica los aspectos a 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

- 3.1 Secuencia las actividades, ordenándolas en función de las necesidades de implementación.
- 3.2 Determina los recursos y la logística necesaria para cada actividad.
- 3.3 Identifica las necesidades de permisos y autorizaciones para llevar a cabo las actividades.
- 3.4 Determina los procedimientos de actuación o ejecución de las actividades.
- 3.5 Identifica los riesgos inherentes a la implementación definiendo el plan de prevención de riesgos y los medios y equipos necesarios.
- 3.6 Planifica la asignación de recursos materiales y humanos y los tiempos de ejecución.
- 3.7 Realiza la valoración económica necesaria para el desarrollo del proyecto.
- 3.8 Define y elabora la documentación necesaria para la implementación o ejecución del proyecto.

CVE-DOGC-B-13127138-2013

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

4.1 Define el procedimiento de evaluación de las actividades o intervenciones.

4.2 Define los indicadores de calidad para realizar la evaluación.

4.3 Define el procedimiento para la gestión de las incidencias que puedan presentarse durante la realización de las actividades, su posible solución y registro.

4.4 Define el procedimiento para gestionar los posibles cambios en los recursos y en las actividades, incluido el sistema de registro.

4.5 Establece el procedimiento para la participación en la evaluación de los usuarios o clientes, elaborando los documentos específicos.

4.6 Establece un sistema para garantizar el cumplimiento del pliego de condiciones del proyecto.

4.7 Define y elabora la documentación necesaria para la evaluación de las actividades y del proyecto.

Contenidos

Los determina el centro educativo.

Módulo profesional 14: formación en centros de trabajo

Duración: 350 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 22

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Identifica la estructura, la organización y las condiciones de trabajo de la empresa, centro o servicio, relacionándolas con las actividades que realiza.

Criterios de evaluación

1.1 Identifica las características generales de la empresa, centro o servicio y el organigrama y las funciones de cada área.

1.2 Identifica los procedimientos de trabajo en el desarrollo de la actividad.

1.3 Identifica las competencias de los puestos de trabajo en el desarrollo de la actividad.

1.4 Identifica las características del mercado o entorno, tipo de usuarios y proveedores.

1.5 Identifica las actividades de responsabilidad social de la empresa, centro o servicio hacia el entorno.

1.6 Identifica el flujo de servicios o los canales de comercialización más frecuentes en esta actividad.

1.7 Relaciona ventajas e inconvenientes de la estructura de la empresa, centro o servicio, ante otros tipos de organizaciones relacionadas.

CVE-DOGC-B-13127138-2013

1.8 Identifica el convenio colectivo o el sistema de relaciones laborales al cual se acoge la empresa, centro o servicio.

1.9 Identifica los incentivos laborales, las actividades de integración o de formación y las medidas de conciliación en relación con la actividad.

1.10 Valora las condiciones de trabajo en el clima laboral de la empresa, centro o servicio.

1.11 Valora la importancia de trabajar en grupo para conseguir con eficacia los objetivos establecidos en la actividad y resolver los problemas que se plantean.

2. Desarrolla actitudes éticas y laborales propias de la actividad profesional de acuerdo con las características del puesto de trabajo y los procedimientos establecidos por el centro de trabajo.

Criterios de evaluación

2.1 Cumple el horario establecido.

2.2 Muestra una presentación personal adecuada.

2.3 Es responsable en la ejecución de las tareas asignadas.

2.4 Se adapta a los cambios de las tareas asignadas.

2.5 Manifiesta iniciativa en la resolución de problemas.

2.6 Valora la importancia de su actividad profesional.

2.7 Mantiene organizada su área de trabajo.

2.8 Cuida de los materiales, equipos o herramientas que utiliza en su actividad.

2.9 Mantiene una actitud clara de respeto hacia el medio ambiente.

2.10 Establece una comunicación y relación eficaz con el personal de la empresa.

2.11 Se coordina con los miembros de su equipo de trabajo.

3. Realiza las actividades formativas de referencia siguiendo protocolos establecidos por el centro de trabajo.

Criterios de evaluación

3.1 Ejecuta las tareas según los procedimientos establecidos.

3.2 Identifica las características particulares de los medios de producción, equipos y herramientas.

3.3 Aplica las normas de prevención de riesgos laborales en la actividad profesional.

3.4 Usa los equipos de protección individual según los riesgos de la actividad profesional y las normas establecidas por el centro de trabajo.

3.5 Aplica las normas internas y externas vinculadas a la actividad.

3.6 Obtiene la información y los medios necesarios para realizar la actividad asignada.

3.7 Interpreta y expresa la información con la terminología o simbología y los medios propios de la actividad.

3.8 Detecta anomalías o desviaciones en el ámbito de la actividad asignada, identifica las causas y propone posibles soluciones.

Actividades formativas de referencia

CVE-DOGC-B-13127138-2013

1. Actividades formativas de referencia relacionadas con comercialización de productos y servicios turísticos y servicios de postventa.

1.1 Participación en el análisis del mercado turístico para conocer las necesidades de los consumidores, las estrategias de los competidores y la evolución del sector con objeto de encontrar oportunidades de negocio.

1.2 Identificación de las fuentes de recogida de información y el método seleccionado para la recogida de datos.

1.3 Codificación y tabulación de la información obtenida.

1.4 Análisis de los datos obtenidos.

1.5 Colaboración en la implantación de un plan de marketing o promocional.

1.6 Participación en acciones concretas de promoción.

1.7 Distribución de la información y ofertas a posibles clientes potenciales.

1.8 Participación en programas de promoción y comunicación, identificando los canales de distribución, para dar a conocer la oferta de la empresa al mercado.

1.9 Colaboración en la implementación de un servicio postventa emparejado a la oferta.

1.10 Atención al cliente para dar respuesta a sus solicitudes y/o reclamaciones asegurando la satisfacción y la calidad de los servicios.

2. Actividades formativas de referencia relacionadas con la dirección de empresas de intermediación.

2.1 Colaboración en las técnicas de motivación del personal y promoción de la participación y el respeto, las actitudes de tolerancia y los principios de igualdad de oportunidades en la empresa.

2.2 Elaboración y remisión a los clientes de las relaciones periódicas de facturación/reembolso.

2.3 Control de las liquidaciones de ventas y facturas de proveedores, comprobando el ingreso de los documentos relacionados, el importe, la forma de pago y la comisión a favor de la agencia y abono en cuentas corrientes bancarias.

2.4 Colaboración en la confección de los presupuestos de la unidad o departamento en función de los objetivos y programas previstos.

2.5 Colaboración en el seguimiento de un sistema de control de calidad de los procesos y procedimientos empleados, del grado de satisfacción de las expectativas de los clientes y de la calidad de los servicios prestados por los proveedores.

2.6 Determinación de las necesidades de material y documentación para los periodos preestablecidos.

2.7 Clasificación de los materiales y la documentación que tiene a su cargo.

2.8 Control de los documentos emitidos, comprobando el ingreso en los soportes de ventas, la correspondencia de los importes y el cruce de referencia.

2.9 Formalización de los registros de control de las emisiones y del inventario permanente de los documentos.

3. Actividades formativas de referencia relacionadas con planificación, organización, gestión y control de eventos y actos protocolarios.

3.1 Colaboración en la programación de servicios para congresos, convenciones, ferias y otros eventos, que se adecúen a las expectativas y necesidades de los clientes.

3.2 Participación en la elaboración del presupuesto de los servicios que se ofrecen y de los programas complementarios.

CVE-DOGC-B-13127138-2013

- 3.3 Consulta, actualización e introducción de información en base de datos de los clientes potenciales.
- 3.4 Gestión de la reserva y confirmación de los servicios contratados para el evento/acto protocolario
- 3.5 Formalización con apoyo manual o informático de documentos propios del evento/acto protocolario.
- 3.6 Participación en los cobros a los clientes de los depósitos predeterminados, emitiendo el recibo correspondiente y la facturación final de los servicios contratados.
- 3.7 Colaboración en el diseño y producción del material gráfico necesario.
- 3.8 Colaboración en la supervisión de todo tipo de actos y eventos.

4. Actividades formativas de referencia relacionadas con el asesoramiento, venta, reserva y gestión de derechos de uso de servicios y productos turísticos.

- 4.1 Registro, en el soporte predeterminado, de los datos del solicitante y de la petición de información.
- 4.2 Propuesta al cliente de diferentes alternativas de servicios turísticos y análogos, interpretando las solicitudes y calibrando las necesidades, para cubrir las expectativas.
- 4.3 Información al cliente sobre disponibilidades existentes.
- 4.4 Cálculo de la previsión de gastos de gestión que originaría una venta del servicio.
- 4.5 Cálculo de tarifas y precios de servicios turísticos y viajes según las demandas específicas de los clientes y las características de los destinos, productos y servicios.
- 4.6 Gestión con los prestatarios de la reserva y confirmación de los servicios, y de los derechos de uso vendidos.
- 4.7 Formalización con apoyo manual o informático de documentos propios y/o de proveedores, que corresponden a cada tipo de servicio contratado y la modalidad de pago elegida.
- 4.8 Participación en los cobros a los clientes de los depósitos predeterminados por el personal de ventas, y también las ventas al contado, en efectivo o con tarjeta de crédito y emisión del recibo correspondiente al depósito de la venta.
- 4.9 Participación en las gestiones de reintegro a los clientes de las cuantías en su favor por el reembolso a que tienen derecho.
- 4.10 Participación en la realización de los resúmenes periódicos de los movimientos de caja.
- 4.11 Realización de operaciones de compra de moneda extranjera y cheques de viaje según las indicaciones recibidas.
- 4.12 Comunicación con los clientes y proveedores en la lengua requerida.

5. Actividades formativas de referencia relacionadas con la organización y control de viajes combinados.

- 5.1 Determinación del itinerario y las características del viaje adecuándolo en calidad, tiempo y precios a la demanda o a la oferta.
- 5.2 Selección de los servicios que convenga incluir en el viaje combinado, y también de sus posibles prestatarios, según su relación calidad/precio, calculando tanto los costes como el beneficio, para fijar el precio final de la oferta.
- 5.3 Programación y coordinación de las tareas que se tienen que ejecutar para cada operación, estableciendo las fechas límite de realización.
- 5.4 Gestión con los prestatarios de los diferentes elementos que constituyen la reserva y confirmación de los servicios, y de los derechos de uso incluidos.

CVE-DOGC-B-13127138-2013

5.5 Cálculo del presupuesto del viaje según los servicios y/o producto pedido y las tarifas y cotizaciones.

5.6 Ofrecimiento a los clientes de ofertas de viajes combinados y/o de servicios alternativos.

5.7 Tramitación de la documentación de las operaciones a los prestatarios de los servicios, a guías y acompañantes de clientes y a los responsables de control.

5.8 Formalización con apoyo manual o informático, de los documentos propios y/o de proveedores y que corresponden a cada tipo de servicio contratado y la modalidad de pago elegida.

5.9 Confección de documentos internos y/o externos previstos para el control de las prestaciones.

6. Incorporación de la lengua inglesa en el ciclo formativo

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Interpreta información profesional en lengua inglesa (manuales técnicos, instrucciones, catálogos de productos y/o servicios, artículos técnicos, informes, normativa, entre otros), aplicándolo en las actividades profesionales más habituales.

Criterios de evaluación

1.1 Aplica en situaciones profesionales las informaciones contenidas en textos técnicos o normativa relacionadas con el ámbito profesional.

1.2 Identifica y selecciona con agilidad los contenidos relevantes de novedades, artículos, noticias, informes y normativa, sobre varios términos profesionales.

1.3 Analiza en detalle las informaciones específicas seleccionadas.

1.4 Actúa en consecuencia para dar respuesta a los mensajes técnicos recibidos a través de apoyos convencionales (correo postal, fax) o telemáticos (correo electrónico, web).

1.5 Selecciona y extrae información relevante en lengua inglesa según prescripciones establecidas, para elaborar en lengua propia comparativas, informes breves o extractos.

1.6 Completa en lengua inglesa documentación y/o formularios del campo profesional habituales.

1.7 Utiliza soportes de traducción técnicos y las herramientas de traducción asistida o automatizada de textos.

2. Se comunica en lengua inglesa, por escrito y/u oralmente, con clientes o usuarios utilizando situaciones profesionales habituales.

Criterios de evaluación

2.1 Elabora documentación y textos relacionados con las funciones más habituales de la profesión.

2.2 Utiliza con agilidad la documentación y textos escritos en lengua inglesa habituales en situaciones profesionales diversas.

2.3 Mantiene conversaciones en lengua inglesa en situaciones profesionales habituales.

2.4 Utiliza normas de protocolo en la atención al cliente o usuario.

2.5 Aplica con fluidez la terminología de la profesión en lengua inglesa.

2.6 Emplea las estrategias comunicativas adecuadas a cada situación profesional.

2.7 Resuelve con autonomía los problemas de comprensión y de expresión en las comunicaciones profesionales.

CVE-DOGC-B-13127138-2013

2.8 Utiliza soportes de traducción técnicos y las herramientas de traducción asistida o automatizada de textos.

Estos resultados de aprendizaje deben aplicarse al menos en uno de los módulos siguientes: estructura del mercado turístico, protocolo y relaciones públicas, marketing turístico, destinos turísticos, recursos turísticos, venta de servicios turísticos, gestión de productos turísticos, dirección de entidades de intermediación turística.

7. Espacios

Espacio formativo	Superficie m ² (30 alumnos)	Superficie m ² (20 alumnos)	Grado de uso
Aula polivalente	45	30	50%
Aula de agencias, información turística	90	60	50%

8. Profesorado

8.1 Profesorado de centros educativos dependientes del Departamento de Enseñanza

La atribución docente de los módulos profesionales que constituyen las enseñanzas de este ciclo formativo corresponde a los profesores del cuerpo de catedráticos de enseñanza secundaria, del cuerpo de profesores de enseñanza secundaria y del cuerpo de profesores técnicos de formación profesional, según proceda, de las especialidades establecidas a continuación.

Especialidades de los profesores con atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo de agencias de viajes y gestión de eventos:

Módulo profesional	Especialidad de los profesores	Cuerpo
Estructura del mercado turístico	Hotelería y turismo	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria
Protocolo y relaciones públicas	Hotelería y turismo	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria
Marketing turístico	Hotelería y turismo	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria
Destinos turísticos	Hotelería y turismo	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria
Recursos turísticos	Hotelería y turismo	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria
Gestión de productos turísticos	Hotelería y turismo	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria
Venta de servicios turísticos	Hotelería y turismo	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria
Dirección de entidades de intermediación turística	Hotelería y turismo	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria

CVE-DOGC-B-13127138-2013

Inglés	Inglés Hotelería y turismo*	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria
Segunda lengua extranjera	Lengua extranjera Hotelería y turismo*	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria
Proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos	Hotelería y turismo	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria
Formación y orientación laboral	Formación y orientación laboral	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria
Empresa e iniciativa emprendedora	Formación y orientación laboral	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria

*con habilitación lingüística correspondiente al nivel B2 de Marco común europeo de referencia.

8.2 Titulaciones equivalentes a efectos de docencia

Cuerpo	Especialidad de los profesores	Titulación
Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria	Formación y orientación laboral	Diplomado o diplomada en ciencias empresariales Diplomado o diplomada en relaciones laborales Diplomado o diplomada en trabajo social Diplomado o diplomada en educación social Diplomado o diplomada en gestión y administración pública
Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria	Hotelería y turismo	Diplomado o diplomada en Turismo

8.3 Profesorado de centros de titularidad privada o de titularidad pública diferente del Departamento de Enseñanza

Módulos profesionales	Titulación
Estructura del mercado turístico Protocolo y relaciones públicas Marketing turístico Destinos turísticos Recursos turísticos Gestión de productos turísticos Venta de servicios turísticos Dirección de entidades de intermediación turística Inglés Segunda lengua extranjera Proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos Formación y orientación laboral	Licenciado o licenciada, ingeniero o ingeniera, arquitecto o arquitecta, o título de grado correspondiente u otros títulos equivalentes a efectos de docencia

CVE-DOGC-B-13127138-2013

Empresa e iniciativa emprendedora

9. Convalidaciones

9.1 Convalidaciones entre los créditos y módulos profesionales del ciclo formativo de agencias de viajes al amparo de la LOGSE (Decreto 173/1997, de 22 de julio) y los módulos profesionales del currículo que se establecen en este Decreto

CFGS (LOGSE)		CFGS (LOE)
Créditos	Módulos	Módulos profesionales
Producción y venta de servicios turísticos en agencias de viajes	Producción y venta de servicios turísticos en agencias de viajes	Venta de servicios turísticos Gestión de productos turísticos
Gestión económica y administrativa en agencias de viajes Organización y control de agencias de viajes	Gestión económica y administrativa en agencias de viajes Organización y control de agencias de viajes	Dirección de entidades de intermediación turística Empresa e iniciativa emprendedora
Comercialización de productos y servicios turísticos	Comercialización de productos y servicios turísticos	Marketing turístico Estructura del mercado turístico
Lengua extranjera	Lengua extranjera	Inglés
Segunda lengua extranjera	Segunda lengua extranjera	Segunda lengua extranjera
Formación en centros de trabajo	Formación centros de trabajo	Formación en centros de trabajo

9.2 Otras convalidaciones

Convalidaciones entre los créditos del CFGS agencias de viajes LOGSE y las unidades formativas del currículo que se establecen en este Decreto.

Créditos del CFGS agencias de viajes	Unidades formativas de los módulos profesionales CFGS agencias de viajes y gestión de eventos
Síntesis	Unidades formativas del módulo proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos: UF 1: proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos
Formación y orientación laboral	Unidades formativas del módulo de formación y orientación laboral: UF 1: incorporación al trabajo

10. Correspondencias

10.1 Correspondencia de las unidades de competencia con los módulos profesionales que forman parte del currículo de este ciclo formativo para la convalidación

Unidades de competencia del Catálogo de cualificaciones profesionales de Cataluña	Módulos profesionales
UC_1-0266-11_3: vender servicios turísticos y de viajes	Venta de servicios turísticos
UC_2-0267-11_2: desarrollar la gestión económico-administrativa de una agencia de viajes	Dirección de entidades de intermediación turística

CVE-DOGC-B-13127138-2013

UC_2-0268-11_3: gestionar unidades de información y distribución turísticas	
UC_2-1055-11_3: elaborar y operar viajes combinados, excursiones y traslados	Gestión de productos turísticos
UC_2-1056-11_3: gestionar eventos	Protocolo y relaciones públicas
UC_2-1072-11_3: comunicarse en inglés, con un nivel de usuario competente, en los servicios turísticos de guía y animación	Inglés (*)
UC_2-1074-11_3: gestionar información turística	Marketing turístico
UC_2-1069-11_3: interpretar el patrimonio y bienes de interés cultural del ámbito de actuación a turistas y visitantes UC_2-1070-11_3: interpretar espacios naturales y otros bienes de interés natural del ámbito de actuación a turistas y visitantes	Recursos turísticos
UC_2-1073-11_3: comunicarse en una lengua extranjera diferente del inglés, con un nivel de usuario competente, en los servicios turísticos de guía y animación	Segunda lengua extranjera (*)

(*) Podrá convalidarse de acuerdo con que dispone el artículo 66.4 de la Ley orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de educación.

10.2 Correspondencia de los módulos profesionales que forman parte del currículo de este ciclo formativo con las unidades de competencia para la acreditación

Módulos profesionales	Unidades de competencia del Catálogo de cualificaciones profesionales de Cataluña
Venta de servicios turísticos	UC_1-0266-11_3: vender servicios turísticos y de viajes
Dirección de entidades de intermediación turística	UC_2-0267-11_2: desarrollar la gestión económico-administrativa de una agencia de viajes UC_2-0268-11_3: gestionar unidades de información y distribución turísticas
Gestión de productos turísticos	UC_2-1055-11_3: elaborar y operar viajes combinados, excursiones y traslados
Protocolo y relaciones públicas	UC_2-1056-11_3: gestionar eventos
Recursos turísticos	UC_2-1069-11_3: interpretar el patrimonio y bienes de interés cultural del ámbito de actuación a turistas y visitantes UC_2-1070-11_3: interpretar espacios naturales y otros bienes de interés natural del ámbito de actuación a turistas y visitantes
Inglés	UC_2-1072-11_3: comunicarse en inglés, con un nivel de usuario competente, en los servicios turísticos de guía y animación UC_2-1057-11_2: comunicarse en inglés, con un nivel de usuario independiente, en las actividades turísticas
Segunda lengua extranjera	UC_2-1073-11_3: comunicarse en una lengua extranjera diferente del inglés, con un nivel de usuario competente, en los servicios turísticos de guía y animación
Marketing turístico	UC_2-1074-11_3: gestionar información turística

(13.127.138)