



I. COMUNIDAD DE CASTILLA Y LEÓN

A. DISPOSICIONES GENERALES

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN

DECRETO 57/2010, de 9 de diciembre, por el que se establece el currículo correspondiente al título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos en la Comunidad de Castilla y León.

El artículo 73.1 del Estatuto de Autonomía de Castilla y León, atribuye a la Comunidad de Castilla y León la competencia de desarrollo legislativo y ejecución de la enseñanza en toda su extensión, niveles y grados, modalidades y especialidades, de acuerdo con el derecho a la educación que todos los ciudadanos tienen, según lo establecido en el artículo 27 de la Constitución Española y las leyes orgánicas que lo desarrollan.

La Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional, establece en el artículo 10.1 que la Administración General del Estado, determinará los títulos y los certificados de profesionalidad, que constituirán las ofertas de formación profesional referidas al Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales.

La Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, determina en su artículo 39.6 que el Gobierno, establecerá las titulaciones correspondientes a los estudios de formación profesional, así como los aspectos básicos del currículo de cada una de ellas.

El Real Decreto 1538/2006, de 15 de diciembre, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo define en el artículo 6, la estructura de los títulos de formación profesional, tomando como base el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, las directrices fijadas por la Unión Europea y otros aspectos de interés social. El artículo 7 concreta el perfil profesional de dichos títulos, que incluirá la competencia general, las competencias profesionales, personales y sociales, las cualificaciones y, en su caso, las unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en los títulos.

Por otro lado, el artículo 17 del Real Decreto 1538/2006, de 15 de diciembre, dispone que las Administraciones educativas establecerán los currículos de las enseñanzas de formación profesional respetando lo en él dispuesto y en las normas que regulen los títulos respectivos.

Posteriormente, el Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio, establece el título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos y se fijan sus enseñanzas mínimas, y dispone en el artículo 1, que sustituye a la regulación del título de Técnico Superior en Agencias de Viajes, contenida en el Real Decreto 2215/1993, de 17 de diciembre.

El presente Decreto establece el currículo correspondiente al título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos en la Comunidad de Castilla y León,

teniendo en cuenta los principios generales que han de orientar la actividad educativa, según lo previsto en el artículo 1 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación. Pretende dar respuesta a las necesidades generales de cualificación de los recursos humanos para su incorporación a la estructura productiva de la Comunidad de Castilla y León.

En el proceso de elaboración de este Decreto se ha recabado dictamen del Consejo Escolar de Castilla y León e informe del Consejo de Formación Profesional de Castilla y León.

En su virtud, la Junta de Castilla y León, a propuesta del Consejero de Educación, y previa deliberación del Consejo de Gobierno en su reunión de 9 de diciembre de 2010

DISPONE

Artículo 1.– Objeto y ámbito de aplicación.

El presente Decreto tiene por objeto establecer el currículo del título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos en la Comunidad de Castilla y León.

Artículo 2.– Identificación del título.

El título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos queda identificado en la Comunidad de Castilla y León por los elementos determinados en el artículo 2 del Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio, por el que se establece el citado título y se fijan sus enseñanzas mínimas, y por un código, de la forma siguiente:

FAMILIA PROFESIONAL: Hostelería y Turismo.

DENOMINACIÓN: Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.

NIVEL: Formación Profesional de Grado Superior.

DURACIÓN: 2.000 horas.

REFERENTE EUROPEO: CINE-5b (Clasificación Internacional Normalizada de la Educación).

CÓDIGO: HOT02S.

Artículo 3.– Referentes de la formación.

1. Los aspectos relativos al perfil profesional del título determinado por la competencia general, por las competencias profesionales, personales y sociales, la relación de cualificaciones y por las unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título, el entorno profesional y la prospectiva del título en el sector o sectores, son los que se especifican en el Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio.

2. El aspecto relativo al entorno productivo en Castilla y León es el que se determina en el Anexo I.

Artículo 4.– Objetivos generales.

Los objetivos generales del ciclo formativo serán los establecidos en el artículo 9 del Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio.

Artículo 5.– Principios metodológicos generales.

1. La metodología didáctica de las enseñanzas de formación profesional integrará los aspectos científicos, tecnológicos y organizativos que en cada caso correspondan, con el fin de que el alumnado adquiera una visión global de los procesos productivos propios de la actividad profesional correspondiente.

2. Las enseñanzas de formación profesional para personas adultas se organizarán con una metodología flexible y abierta, basada en el autoaprendizaje.

Artículo 6.– Módulos profesionales del ciclo formativo.

1. Los módulos profesionales que componen el ciclo formativo de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos son:

a) Los módulos profesionales establecidos en el artículo 10 del Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio.

0171. Estructura del mercado turístico.

0172. Protocolo y relaciones públicas.

0173. Marketing turístico.

0383. Destinos turísticos.

0384. Recursos turísticos.

0397. Gestión de productos turísticos.

0398. Venta de servicios turísticos.

0399. Dirección de entidades de intermediación turística.

0179. Inglés.

0180. Segunda lengua extranjera.

0400. Proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos.

0401. Formación y orientación laboral.

0402. Empresa e iniciativa emprendedora.

0403. Formación en centros de trabajo.

- b) Los módulos profesionales que se establecen como propios de la Comunidad de Castilla y León:

CL10. Inglés para agencias de viajes y gestión de eventos.

CL11. Segunda lengua extranjera para agencias de viajes y gestión de eventos. Francés.

2. El módulo profesional de «Segunda lengua extranjera» indicado en el apartado 1.a) se establece en francés.

Artículo 7.– Objetivos, contenidos, duración y orientaciones pedagógicas y metodológicas de cada módulo profesional.

1. Los objetivos expresados en términos de resultados de aprendizaje y criterios de evaluación de los módulos profesionales «Destinos turísticos», «Recursos turísticos», «Gestión de productos turísticos», «Venta de servicios turísticos», «Dirección de entidades de intermediación turística», «Proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos», «Formación y orientación laboral», «Empresa e iniciativa emprendedora», «Formación en centros de trabajo», son los establecidos en el Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio.

Por su parte, los contenidos, la duración y las orientaciones pedagógicas y metodológicas de los módulos profesionales «Destinos turísticos», «Recursos turísticos», «Gestión de productos turísticos», «Venta de servicios turísticos», «Dirección de entidades de intermediación turística», «Formación y orientación laboral» y «Empresa e iniciativa emprendedora», son los que se establecen en el Anexo II. Asimismo, en el citado anexo se establece la duración y las orientaciones pedagógicas y metodológicas del módulo profesional «Proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos», así como la duración del módulo profesional «Formación en centros de trabajo».

2. Los objetivos expresados en términos de resultados de aprendizaje, criterios de evaluación, duración, contenidos y las orientaciones pedagógicas y metodológicas, de los módulos profesionales «Estructura del mercado turístico», «Protocolo y relaciones públicas», «Marketing turístico», «Inglés» y «Segunda lengua extranjera. Francés», son los establecidos en el Anexo II.

3. Los objetivos de los módulos profesionales indicados en el artículo 6.1.b) expresados en términos de resultados de aprendizaje y criterios de evaluación, la duración, los contenidos y las orientaciones pedagógicas y metodológicas, son los que se establecen en el Anexo III.

Artículo 8.– Módulos profesionales de «Formación en centros de trabajo» y «Proyecto de Agencias de Viajes y Gestión de Eventos».

1. El programa formativo del módulo profesional de «Formación en centros de trabajo» será individualizado para cada alumno y se elaborará teniendo en cuenta las características del centro de trabajo. Deberá recoger las actividades formativas que permitan ejecutar o completar la competencia profesional correspondiente al título, los resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación previstos en el Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio.

2. El módulo profesional de «Proyecto de Agencias de Viajes y Gestión de Eventos» se definirá de acuerdo con las características de la actividad laboral del ámbito del ciclo

formativo y con aspectos relativos al ejercicio profesional y a la gestión empresarial. Tendrá por objeto la integración de las diversas capacidades y conocimientos del currículo del ciclo formativo, contemplará las variables tecnológicas y organizativas relacionadas con el título, y deberá ajustarse a los resultados de aprendizaje y criterios de evaluación previstos en el Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio.

El departamento de la familia profesional de Hostelería y Turismo determinará, en el marco de la programación general anual, los proyectos que se propondrán para su desarrollo por el alumno. Los proyectos también podrán ser propuestos por el alumnado, en cuyo caso se requerirá la aceptación del departamento.

Con carácter general, el módulo profesional de «Proyecto de Agencias de Viajes y Gestión de Eventos» se desarrollará simultáneamente al módulo profesional de «Formación en centros de trabajo», salvo que concurren otras circunstancias que no lo permitan.

El módulo profesional de «Proyecto de Agencias de Viajes y Gestión de Eventos» puede ser equivalente con el desarrollo de un Proyecto de Innovación, en el que participe el alumno, cuando tenga un componente integrador de los contenidos de los módulos profesionales que constituyen el ciclo formativo.

Artículo 9.– Organización y distribución horaria.

Los módulos profesionales que forman las enseñanzas del ciclo formativo de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos se organizarán en dos cursos académicos. Su distribución en cada uno de ellos y la asignación horaria semanal se recoge en el Anexo IV.

Artículo 10.– Adaptaciones Curriculares.

1. Con objeto de ofrecer a todas las personas la oportunidad de adquirir una formación básica, ampliar y renovar sus conocimientos, habilidades y destrezas de modo permanente y facilitar el acceso a las enseñanzas de formación profesional, la Consejería competente en materia de educación podrá flexibilizar la oferta del ciclo formativo de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos permitiendo, principalmente a los adultos, la posibilidad de combinar el estudio y la formación con la actividad laboral o con otras actividades, respondiendo así a las necesidades e intereses personales.

2. También se podrá adecuar las enseñanzas de este ciclo formativo a las características de la educación a distancia, así como a las características de los alumnos con necesidades educativas específicas.

Artículo 11.– Accesos y vinculación a otros estudios, y correspondencia de módulos profesionales con las unidades de competencia.

El acceso y vinculación a otros estudios, y la correspondencia de los módulos profesionales con las unidades de competencia son los que se establecen en el capítulo IV del Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio.

Artículo 12.– Enseñanzas impartidas en lenguas extranjeras o en lenguas cooficiales de otras Comunidades Autónomas.

1. Teniendo en cuenta que la promoción de la enseñanza y el aprendizaje de lenguas y de la diversidad lingüística debe de constituir una prioridad de la acción comunitaria en el

ámbito de la educación y la formación, la Consejería competente en materia de educación podrá autorizar que todos o determinados módulos profesionales del currículo se impartan en lenguas extranjeras o en lenguas cooficiales de otra Comunidad Autónoma, sin perjuicio de lo que se establezca en su normativa específica y sin que ello suponga modificación de currículo establecido en el presente Decreto.

2. Los centros autorizados deberán incluir en su proyecto educativo los elementos más significativos de su proyecto lingüístico autorizado.

Artículo 13.– Oferta a distancia del título.

1. Los módulos profesionales que forman las enseñanzas del ciclo formativo de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos podrán ofertarse a distancia, siempre que se garantice que el alumno puede conseguir los resultados de aprendizaje de los mismos, de acuerdo con lo dispuesto en el Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio y en este Decreto.

2. La Consejería competente en materia de educación establecerá los módulos profesionales susceptibles de ser impartidos a distancia y el porcentaje de horas de cada uno de ellos que tienen que impartirse en régimen presencial.

Artículo 14.– Requisitos de los centros para impartir estas enseñanzas.

Todos los centros de titularidad pública o privada que ofrezcan enseñanzas conducentes a la obtención del título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos se ajustarán a lo establecido en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación y en las normas que lo desarrollen, y en todo caso, deberán cumplir los requisitos que se establecen en el artículo 52 del Real Decreto 1538/2006, de 15 de diciembre, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, en el Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio, en este Decreto y en lo establecido en el desarrollo de su propia normativa.

Artículo 15.– Profesorado.

1. Los aspectos referentes al profesorado con atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos, relacionados en el artículo 6.1.a), son los establecidos en el artículo 12 del Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio.

2. Las especialidades y, en su caso, las titulaciones del profesorado con atribución docente en los módulos profesionales incluidos en el artículo 6.1.b), son las que se determinan en el Anexo V. En todo caso, se exigirá que las enseñanzas conducentes a las titulaciones citadas engloben los objetivos de los módulos profesionales.

Artículo 16.– Espacios y equipamientos.

Los espacios y equipamientos necesarios para el desarrollo de las enseñanzas del ciclo formativo de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos son los establecidos en el artículo 11 del Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio.

Artículo 17.– Autonomía de los centros.

1. Los centros educativos dispondrán de la necesaria autonomía pedagógica, de organización y de gestión económica, para el desarrollo de las enseñanzas y su adaptación

a las características concretas del entorno socioeconómico, cultural y profesional. Los centros autorizados para impartir el ciclo formativo concretarán y desarrollarán el currículo mediante las programaciones didácticas de cada uno de los módulos profesionales que componen el ciclo formativo en los términos establecidos en el Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio, en este Decreto, en el marco general del proyecto educativo de centro y en función de las características de su entorno productivo.

2. La Consejería competente en materia de educación favorecerá la elaboración de proyectos de innovación, así como de modelos de programación docente y de materiales didácticos que faciliten al profesorado el desarrollo del currículo.

3. Los centros, en el ejercicio de su autonomía, podrán desarrollar experiencias, planes de trabajo, formas de organización o ampliación del horario escolar en los términos que establezca la Consejería competente en materia de educación, sin que, en ningún caso, se impongan aportaciones ni exigencias a las familias o al alumnado.

DISPOSICIONES ADICIONALES

Primera.– Calendario de implantación.

1. La implantación del currículo establecido en este Decreto tendrá lugar en el curso escolar 2010/2011 para el primer curso del ciclo formativo y en el curso escolar 2011/2012 para el segundo curso del ciclo formativo.

2. El alumnado de primer curso del ciclo formativo de grado superior «Agencia de Viajes» que deba repetir en el curso 2010/2011, se matriculará de acuerdo con el nuevo currículo, teniendo en cuenta su calendario de implantación.

3. En el curso 2010/2011, el alumnado de segundo curso del ciclo formativo de grado superior «Agencia de Viajes» con módulos profesionales pendientes de primero se matricularán, excepcionalmente, de estos módulos profesionales de acuerdo con el currículo que los alumnos venían cursado. En este caso, se arbitrarán las medidas adecuadas que permitan la recuperación de las enseñanzas correspondientes.

4. En el curso 2011/2012, el alumnado del ciclo formativo de grado superior «Agencia de Viajes» con el módulo profesional de «Formación en centros de trabajo» pendiente se podrán matricular, excepcionalmente, de este módulo profesional de acuerdo con el currículo que los alumnos venían cursando.

5. A efectos de lo indicado en los apartados 3 y 4, el Departamento de Familia Profesional propondrá a los alumnos un plan de trabajo, con expresión de las capacidades terminales y los criterios de evaluación exigibles y de las actividades recomendadas, y programarán pruebas parciales y finales para evaluar los módulos profesionales pendientes.

Segunda.– Vinculación con capacitaciones profesionales.

La formación establecida en el presente Decreto en el módulo profesional de «Formación y orientación laboral», incluye un mínimo de 50 horas, que capacita para llevar a cabo responsabilidades profesionales equivalentes a las que precisan las actividades de nivel básico en prevención de riesgos laborales, establecidas en el Real Decreto 39/1997, de 17 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención.

Tercera.– Certificación académica de superación del nivel básico en prevención de riesgos laborales.

La Consejería competente en materia de educación expedirá una certificación académica de la formación de nivel básico en prevención de riesgos laborales, al alumnado que haya superado el bloque B del módulo profesional de «Formación y orientación laboral», de acuerdo con el procedimiento que se establezca al efecto.

Cuarta.– Equivalencia a efectos de docencia en los procedimientos selectivos de ingreso en el Cuerpo de Profesores Técnicos de Formación Profesional.

En los procesos selectivos convocados por la Consejería competente en materia de educación, el Título de Técnico Superior o de Técnico Especialista se declara equivalente a los exigidos para el acceso al Cuerpo de Profesores Técnicos de Formación Profesional, cuando el titulado haya ejercido como profesor interino en centros educativos públicos dependientes de la Consejería competente en materia de educación y en la especialidad docente a la que pretenda acceder durante un período mínimo de dos años antes del 31 de agosto de 2007.

Quinta.– Accesibilidad universal en las enseñanzas de este título.

La Consejería competente en materia de educación adoptará las medidas necesarias para que el alumnado pueda acceder y cursar dicho ciclo formativo en las condiciones establecidas en la disposición final décima de la Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.

Sexta.– Autorización de los centros educativos.

Todos los centros de titularidad pública o privada que, en la fecha de entrada en vigor de este Decreto, tengan autorizadas enseñanzas conducentes a la obtención del título de Técnico Superior en Agencias de Viajes, regulado en el Real Decreto 2215/1993, de 17 de diciembre, quedarán autorizados para impartir el Título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos que se establece en el Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA

Efectos retroactivos.

El presente Decreto surtirá efectos retroactivos a su entrada en vigor, siendo aplicable a partir del inicio del curso escolar 2010/2011.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

Derogación normativa.

Quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo establecido en el presente Decreto.



DISPOSICIONES FINALES

Primera.– Desarrollo normativo.

Se faculta al titular de la Consejería competente en materia de educación para dictar cuantas disposiciones sean precisas para la interpretación, aplicación y desarrollo de lo dispuesto en este Decreto.

Segunda.– Entrada en vigor.

El presente Decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial de Castilla y León».

Valladolid, 9 de diciembre de 2010.

*El Presidente de la Junta
de Castilla y León,*
Fdo.: JUAN VICENTE HERRERA CAMPO

El Consejero de Educación,
Fdo.: JUAN JOSÉ MATEOS OTERO

ANEXO I**ENTORNO PRODUCTIVO DE CASTILLA Y LEÓN**

El Turismo en Castilla y León constituye una de las principales fuentes generadoras de ingresos y empleo, siendo un eficaz instrumento para la dinamización local y la recuperación de espacios, especialmente en el ámbito rural. El Patrimonio cultural, artístico y natural ha sido desde siempre reclamo de visitantes procedentes del resto de España y del extranjero. Así, Castilla y León se sitúa como líder nacional en la prestación de servicios de Turismo Cultural y Natural, e incluso, mantiene un gran potencial en cuanto a Turismo Urbano se refiere, incrementándose día a día las posibilidades de recibir grandes eventos profesionales.

Esta situación justifica la necesidad de formar profesionales que ejerzan su actividad en agencias de viajes receptoras, capacitados tanto para atender las necesidades de los viajeros que llegan a nuestra Comunidad Autónoma, como para programar y realizar todo tipo de eventos.

Por otro lado, el aumento del nivel socio-económico y cultural de la población experimentado en los últimos años, se refleja en un crecimiento del número de personas que acceden al mundo de los viajes. Este hecho tiene como consecuencia la creación y desarrollo de empresas especializadas capaces de responder al incremento de la demanda, tanto en la organización de viajes combinados, como en la intermediación de servicios turísticos.

La apuesta por la calidad que en los últimos años vienen mostrando empresas, clientes y administraciones públicas, se refleja en una mejora de los servicios que se prestan desde las agencias de viajes.

Las peculiaridades del sector de las agencias de viajes implican, en muchas ocasiones, un modelo de organización basado en empresas de pequeño tamaño creadas a partir de iniciativas de autoempleo que conviven con grandes grupos empresariales.

ANEXO II**OBJETIVOS, CONTENIDOS, DURACIÓN Y ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS Y METODOLÓGICAS DE LOS MÓDULOS PROFESIONALES****Módulo Profesional: Estructura del mercado turístico.****Equivalencia en créditos ECTS: 8.****Código: 0171.***Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.*

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido los elementos básicos que caracterizan el sector turístico.
- b) Se han definido los conceptos fundamentales para el correcto análisis del fenómeno turístico.

- c) Se ha evidenciado un correcto uso de los conceptos fundamentales del fenómeno turístico.
 - d) Se han analizado el origen y la evolución del turismo.
 - e) Se ha identificado la organización política del sector turístico español.
 - f) Se han identificado y caracterizado las diferentes instituciones públicas o privadas relacionadas con el sector turístico.
 - g) Se ha valorado la importancia de la actividad turística respecto al desarrollo económico y social del núcleo turístico.
 - h) Se han seleccionado los posibles impactos que el desarrollo turístico puede provocar en los núcleos receptores.
 - i) Se han relacionado propuestas de control que permitan un desarrollo sostenible de la actividad turística.
 - j) Se han identificado los encuentros nacionales e internacionales en materia de turismo y su importancia para el sector.
 - k) Se ha reconocido el uso de las nuevas tecnologías en el sector turístico y su impacto como elemento dinamizador en éste.
2. Establece las relaciones existentes entre el fenómeno turístico y la economía, analizando las consecuencias de su desarrollo en territorios determinados.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los aspectos que se advierten en el estudio del turismo como fenómeno económico.
- b) Se han seleccionado las fuentes a partir de las cuales pueden obtenerse los datos correspondientes al turismo español y al turismo internacional.
- c) Se han analizado las cifras obtenidos sobre el turismo nacional e internacional, identificando sus peculiaridades y evolución.
- d) Se han especificado los diferentes componentes y características propias de los consumos turísticos.
- e) Se han identificado los efectos que el turismo tiene sobre el desarrollo económico de los territorios.
- f) Se ha analizado el efecto multiplicador del turismo y su influencia sobre el desarrollo de los territorios.
- g) Se han identificado los efectos del Turismo sobre el empleo y su incidencia histórica.
- h) Se han identificado los efectos económicos del turismo en la Balanza de Pagos nacional y su relación con otros referentes económicos.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha definido la oferta turística junto con los elementos y estructura básica de la misma.
- b) Se han definido los diferentes componentes del producto turístico.
- c) Se han identificado las diferentes técnicas empleadas para la elaboración de inventarios y clasificación de acuerdo con las diferentes tipologías de recursos turísticos.
- d) Se han caracterizado los diferentes servicios que forman parte del producto turístico.
- e) Se han identificado las diferentes infraestructuras que conforman y permiten la creación y desarrollo de productos turísticos.
- f) Se han caracterizado los canales de intermediación turística, así como los nuevos sistemas de distribución.
- g) Se han diferenciado e identificado las características de las empresas de alojamiento turístico según su tipología y características básicas.
- h) Se han identificado las empresas de restauración atendiendo a la normativa vigente, su tipología y características básicas.

- i) Se han identificado las empresas de transporte atendiendo a sus características y medios empleados.
- j) Se han identificado los diferentes medios de transporte de carácter turístico y los servicios ligados a ellos.
- k) Se ha caracterizado la oferta complementaria desarrollada como consecuencia de la existencia del Turismo en los núcleos receptores.
- l) Se han descrito las peculiaridades del núcleo turístico.
- m) Se ha valorado la importancia del turismo en la economía del núcleo turístico.
- n) Se han caracterizado otras empresas y servicios relacionados con la actividad turística.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha conceptualizado y determinado los factores de la demanda turística.
- b) Se ha clasificado a los clientes por su tipología y nacionalidad.
- c) Se han identificado las características específicas de cada tipología de cliente.
- d) Se han descrito los diferentes elementos externos que influyen en la elasticidad de la demanda.
- e) Se han caracterizado las principales motivaciones de la demanda turística.
- f) Se ha caracterizado la estacionalización de la demanda y técnicas de desestacionalización.
- g) Se ha analizado la metodología de compra según el tipo de clientela.
- h) Se han investigado las tendencias actuales de la demanda, así como los mercados emergentes.
- i) Se ha valorado la importancia de conocer a la clientela como elemento dinamizador de la demanda turística.

Duración: 96 horas.

Contenidos:

1. Contextualización del sector turístico:

- Conceptos básicos de turismo:
 - Definición y evolución del concepto de turismo.
 - Formas de turismo.

- Unidades básicas de turismo. El turista y el visitante.
 - Las corrientes o flujos turísticos. Factores que inciden en su creación y desarrollo.
 - Núcleos turísticos: Núcleos receptores y núcleos emisores.
 - La estacionalidad:
 - Estacionalidad de la oferta.
 - Estacionalidad de la demanda.
 - Evolución del turismo.
 - Organización de las Administraciones Públicas y sus competencias en materia de Turismo.
 - Entidades públicas y privadas de ámbito local, regional, nacional e internacional relacionadas con el sector turístico.
 - Valoración del impacto de la actividad turística en el desarrollo de un núcleo poblacional. Turismo y Desarrollo sostenible.
 - Valoración de las nuevas tecnologías como fuentes de información y promoción turística.
 - Valoración del profesional turístico en el ámbito de su profesión.
2. Turismo y economía:
- El turismo en España. Estadística de Turismo.
 - El turismo mundial. Organizaciones y datos estadísticos.
 - El consumo turístico. Primario y secundario. Características del consumo turístico.
 - Efectos económicos del turismo: El efecto multiplicador. Efectos sobre el empleo.
 - Influencia del turismo en la Balanza de Pagos.
3. Identificación de las tipologías turísticas y sus tendencias:
- Tipologías turísticas y sus características. Turismo de sol y playa, Turismo de congresos y convenciones, Turismo cultural, entre otros.
 - Localización geográfica de las principales tipologías turísticas.
 - Tendencias de las tipologías turísticas nacionales.
 - Tendencias de las tipologías turísticas internacionales.

4. Análisis de la oferta turística:

- La oferta turística. Concepto de oferta en el sector turístico.
- El producto turístico. Componentes:
 - Recursos turísticos.
 - Servicios y equipamientos turísticos.
 - Infraestructuras.
- Concepto de recurso turístico:
 - Clasificación de los recursos turísticos.
 - Tipologías de recursos turísticos.
 - Inventarios de recursos turísticos. Técnicas para su elaboración: PART (Planes de Aprovechamiento de Recursos Turísticos), TIRAT (Typologie Intégrée Les Ressources et Activités Touristiques).
- Clasificación de los servicios turísticos:
 - Servicios turísticos básicos.
 - Servicios turísticos secundarios.
- Las infraestructuras en el turismo:
 - Red de carreteras española y europea.
 - Red ferroviaria española y europea.
 - Puertos.
 - Aeropuertos.
- La intermediación turística. Canales de distribución:
 - Agencias de viajes y Turoperadores.
 - Centrales de reservas.
 - Empresas de intercambios (multipropiedad).
 - Sistemas computerizados.
 - Organizaciones Profesionales de Congresos (OPC's).
- Empresas de alojamientos turísticos:
 - Alojamientos hoteleros.
 - Alojamientos extrahoteleros.

- Empresas de restauración:
 - Restaurantes, bares y cafeterías.
 - Catering.
 - Otras empresas/servicios turísticos:
 - Servicios de información, asistencia y guía turística.
 - La animación turística.
 - Empresas de Turismo activo.
 - Los medios de transporte:
 - Transporte aéreo.
 - Transporte terrestre.
 - Transporte fluvial y marítimo.
 - Servicios «no turísticos» prestados en los núcleos receptores: la oferta complementaria.
 - El núcleo turístico receptor como aglutinador de la oferta turística.
 - Importancia económica del turismo para el núcleo turístico.
 - Normativa vigente.
5. Caracterización de la demanda turística:
- Tipologías de cliente.
 - Elementos externos que influyen en la elasticidad de la demanda turística.
 - Motivaciones de la demanda turística.
 - Estacionalidad de la demanda. Acciones de desestacionalización.
 - Tendencias actuales de la demanda turística.
 - Valoración de la importancia de conocer a la clientela como elemento dinamizador de la demanda.

Orientaciones pedagógicas y metodológicas.

Este módulo profesional tiene como objetivo principal conseguir que los alumnos conozcan el fenómeno turístico desde sus orígenes hasta nuestros días para que sean capaces de identificar cada uno de sus componentes y participantes, de manera que puedan realizar su propio análisis de su entorno más próximo.

El profesorado que imparta este módulo debe hacerlo incluyendo para el desarrollo de los contenidos una combinación de técnicas expositivas y participativas para conseguir

que el alumnado, a través del debate, identificando las características de su entorno, sea capaz de justificar y valorar cada uno de los elementos propios del sector y su influencia en el desarrollo turístico, económico, laboral, cultural, social.

Un componente muy importante en el desarrollo de este módulo será el trabajo de campo identificando aquellos recursos, servicios e infraestructuras característicos de su zona de influencia. En cualquier caso, los aprendizajes estarán basados en el conocimiento de su entorno turístico manteniendo el respeto al trabajo de cada titulado de la Familia Profesional de Hostelería y Turismo. Para ello, se pondrán actividades tales como:

- Relacionar los servicios y equipamientos turísticos propios de un área determinada.
- Identificar los recursos turísticos reales y potenciales.
- Clasificar e inventariar recursos por las técnicas estudiadas.
- Identificar y clasificar las empresas participantes en el sector turístico.
- Describir infraestructuras.
- Realizar propuestas de creación de productos a partir de la identificación de componentes.

Lógicamente, no debe olvidarse el componente conceptual que tendrá el estudio de este módulo profesional y la necesidad de asegurar unos conocimientos que serán fundamentales en el desarrollo como profesional del sector turístico.

En cualquier caso, a lo largo de toda la formación que se imparte dentro de esta titulación de «Agencias de Viajes y Gestión de Eventos» tendrá una actuación verificable acerca de:

- Mantenerse dentro de unos estándares de calidad, de manera que esté presente e implantada en el día a día.
- Actuar de acuerdo con las normas de seguridad e higiene en todas sus actuaciones en el centro educativo para forjar una actitud profesional.
- Cumplir con todas las exigencias legales relacionadas con la Prevención de Riesgos Laborales.
- Mostrar respeto por las necesidades de los clientes y su comportamiento dentro de las empresas de Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- Mostrar respeto por el medio ambiente, el aprovechamiento racional de los recursos energéticos, tanto por motivos medioambientales como económicos, conocer y respetar el término de sostenibilidad.
- Actuar siempre con la actitud de respeto necesario hacia el entorno del aula, del taller, de los compañeros y del profesorado.
- Aplicar y mantenerse dentro de la deontología profesional del Sector, con todo lo que ello conlleva.

- El alumnado deberá asumir como parte actitudinal de su formación en este módulo profesional, la uniformidad, plasmándose en el uso habitual y diario de prendas (uniforme) de trabajo para realizar prácticas. Esta necesidad se deriva de la realidad del sector productivo.

Estas actitudes deben formar parte de la evaluación del alumnado y, por tanto, formarán parte de la actuación y metodología didáctica del profesorado.

A la hora de impartir este módulo profesional, se tendrá en cuenta la necesidad de coordinación en contenidos, procesos y actividades procedimentales, con el profesorado que imparta los módulos profesionales siguientes:

- Recursos turísticos.
- Gestión de productos turísticos.
- Venta de servicios turísticos.
- Dirección de entidades de intermediación turística.

Módulo Profesional: Protocolo y relaciones públicas.

Equivalencia en créditos ETCS: 8.

Código: 0172.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:

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

Criterios de evaluación:

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

- i) Se ha determinado la ordenación de banderas dentro de los actos protocolarios.
- j) Se han proyectado y diseñado actos protocolarios.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

- h) Se han reconocido y valorado los diferentes recursos de las relaciones públicas.
 - i) Se han seleccionado diferentes medios de comunicación dependiendo del producto a comunicar.
 - j) Se ha valorado el patrocinio de actividades como herramienta de las RRPP.
 - k) Se han determinado los medios para organizar y planificar «Work Shops» y participar en ferias turísticas.
 - l) Se han determinado los medios para organizar y planificar actividades y viajes de familiarización (fam-trip).
 - m) Se ha valorado la importancia de la imagen, la identidad corporativa, la comunicación y las relaciones públicas en las empresas e instituciones turísticas.
 - n) Se han identificado y reconocido distintos entes y organismos institucionales encargados de la gestión de la imagen turística.
4. Establece comunicación con el cliente relacionando las técnicas empleadas con el tipo de usuario.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha definido el proceso de la comunicación, indicando sus objetivos, características, tipos y elementos de comunicación.
- b) Se ha puesto en valor la importancia de una correcta comunicación.
- c) Se han identificado las barreras a la comunicación.
- d) Se han aplicado soluciones para resolver los problemas en la comunicación.
- e) Se han identificado los procesos y los canales de comunicación.
- f) Se han analizado los objetivos de una correcta atención al cliente.
- g) Se han caracterizado las técnicas de atención al cliente.
- h) Se han diferenciado las modalidades de atención al cliente.
- i) Se ha reconocido la importancia de la comunicación no verbal en el trato con clientes, tanto con la imagen personal, como con la expresión corporal.
- j) Se ha implementado la importancia de la imagen personal en el trato con clientes.
- k) Se han aplicado las acciones del contacto directo y no directo.
- l) Se han utilizado las técnicas de comunicación con el cliente.
- m) Se han aplicado diversas técnicas de expresión verbal y no verbal.
- n) Se han caracterizado los diferentes tipos de clientes.

- ñ) Se han demostrado las actitudes y aptitudes en los procesos de atención al cliente.
- o) Se ha relacionado la importancia de la atención al cliente con la fidelización del mismo.
- p) Se han definido las técnicas de dinamización e interacción grupal.
- q) Se han aplicado con resultados óptimos las técnicas de dinamización e interacción grupal.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido y analizado los conceptos formales y no formales de quejas, reclamaciones y sugerencias.
- b) Se han reconocido los principales motivos de quejas de los clientes en las empresas de hostelería y turismo.
- c) Se ha puesto en práctica un correcto trato y gestión de las quejas y/o reclamaciones de clientes.
- d) Se han identificado los diferentes canales de comunicación de las quejas, reclamaciones o sugerencias y su jerarquización dentro de la organización.
- e) Se han usado las herramientas informáticas más idóneas para el tratamiento de la información y documentación generada.
- f) Se ha valorado la importancia de las quejas, reclamaciones y sugerencias como elemento de mejora continua.
- g) Se ha valorado la resolución de quejas, reclamaciones y sugerencias como técnica de fidelización de clientes.
- h) Se han establecido las fases a seguir en la gestión de quejas y reclamaciones para conseguir la satisfacción del cliente dentro de su ámbito de competencia.
- i) Se ha cumplido la normativa legal vigente en materia de reclamaciones de clientes en establecimientos de empresas turísticas.
- j) Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor y el usuario en las empresas de alojamiento.
- k) Se han diseñado los puntos clave que debe contener un manual corporativo de atención al cliente y gestión de quejas y reclamaciones.

6. Demuestra actitudes de correcta atención al cliente analizando la importancia de superar las expectativas de los clientes con relación al trato recibido.

Criterios de evaluación:

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

Duración: 96 horas.

*Contenidos:***1. Aplicación del protocolo institucional:**

- Definición del concepto de protocolo.
- Definición del concepto de protocolo institucional.
- Sistemas de organización de invitados. Tipos de presidencias en actos protocolarios. Sistemas de organización de las presidencias.
- Interés por la normativa en materia de protocolo y precedencias oficiales del Estado y de las Comunidades Autónomas.
- Conceptos básicos de vexilología. Normativa sobre ordenación y disposición de banderas y mástiles.
- Documentación del acto a organizar.
- Proyección de actos protocolarios.

2. Aplicación del protocolo empresarial:

- Tipos y objetivos de los actos protocolarios empresariales.
- Identificación del público objetivo y adecuación del acto.
- Manual protocolario y de comunicación de una empresa. El cuidado de la primera impresión. El saludo inicial y las presentaciones.
- Actos protocolarios empresariales.

- Cálculo de costes en los que se incurre en la organización del acto.
 - Elaboración del programa y cronograma del acto a organizar.
 - Diseño y planificación de actos protocolarios.
 - Programación de actos protocolarios.
 - Emisión de la documentación del acto a organizar.
 - Técnicas de distribución de los comensales en actos protocolarios de restauración.
 - Sistema cartesiano.
 - Sistema del reloj.
 - Elaboración del mesero, tarjetas y planos de mesa.
 - Cronogramas.
 - Formas de mesa.
 - Adecuación de las presidencias a la distribución y organización del salón. Diseño de espacios y cronogramas de actividad.
 - Banquetes, cócteles y recepciones.
 - Signos convencionales aplicados al protocolo de la restauración.
 - Tratamiento a personas.
 - Actos protocolarios relacionados con medios de comunicación social: el «tour de table», la rueda de prensa y la conferencia de prensa.
 - Actos protocolarios relacionados con la negociación: recepción de delegaciones, disposición de mesas, actos de negociación, firma de acuerdos.
3. Aplicación de los fundamentos y los elementos de las RR.PP. en el ámbito turístico:
- Definición del concepto de RR.PP.
 - Aplicación y valoración de las RR.PP. en el ámbito turístico empresarial e institucional.
 - Recursos de las relaciones públicas.
 - Definición y valoración de la imagen corporativa, y sus elementos.
 - Tipos de imagen.
 - El patrocinio de actividades como herramienta de las RR.PP.

- Organización y planificación de «Work Shops» y participación en ferias turísticas.
 - Organización y planificación de actividades y viajes de familiarización (fam-trip).
 - La imagen del turismo español. Turespaña. Oficinas de información turística en España y en el extranjero.
 - La imagen del turismo de Castilla y León. Sotur y otros entes locales. Oficinas de información turística.
4. Comunicación con los clientes:
- Proceso de la comunicación. Objetivos, características, tipos y elementos de comunicación.
 - Importancia de la comunicación.
 - Barreras a la comunicación. La distorsión del mensaje. Problemas y soluciones a la distorsión del mensaje.
 - Comunicación no verbal. Imagen personal. Pulcritud, indumentaria y uniformidad. La expresión corporal y lenguaje gestual.
 - La comunicación escrita. Documentación básica vinculada a la prestación de servicios. Escritos comerciales y documentos oficiales. Las nuevas tecnologías en la comunicación.
 - Comunicación verbal. Aspectos relevantes y reglas de la comunicación verbal. La escucha activa. La atención telefónica.
 - Variables de la atención al cliente.
 - Modalidades de atención al cliente. Técnicas de comunicación y atención al cliente. Contacto directo y contacto no directo.
 - Puntos clave de una buena atención al cliente según la fase de contacto de este con la empresa.
 - Habilidades sociales: Empatía, receptividad, asertividad.
 - Roles, objetivos y relación cliente-profesional.
 - Atención personalizada como base de la fidelización del cliente.
 - Desarrollo de técnicas de acogida y habilidades sociales aplicadas a las empresas turísticas.
5. Gestión de quejas, reclamaciones y sugerencias:
- Definición de quejas, reclamaciones y sugerencias.
 - Principales motivos de quejas del cliente de las empresas de hostelería y turismo, y su tratamiento.

- Normativa legal vigente en materia de reclamaciones de clientes en establecimientos de empresas turísticas.
- Elementos de recogida de quejas, reclamaciones o sugerencias. La hoja de reclamaciones.
- Fases de la gestión de quejas y reclamaciones.
- Técnicas utilizadas en la actuación ante reclamaciones.
- Utilización de herramientas informáticas de gestión de reclamaciones.
- Resolución de quejas y reclamaciones como técnica de fidelización de clientes.

6. Actitudes de atención al cliente:

- Actitud de servicio al cliente. Definición y aplicación de la empatía y de la simpatía.
- Actitud de respeto hacia clientes, superiores, personal dependiente y compañeros. Puesta en práctica de normas básicas de educación y sentido común.
- Actitud profesional, tanto de habilidades técnicas como personales.
- El valor de la discreción dentro del ámbito laboral.
- El valor de la imagen corporativa.

Orientaciones pedagógicas y metodológicas.

Este módulo profesional tiene como objetivo principal conseguir que el alumnado sea capaz de aplicar técnicas protocolarias y saber como actuar ante diferentes situaciones en las que puede verse obligado a intervenir en presencia de clientes. Por ello, el profesorado debe tener una estrategia de trabajo muy relacionada con todos aquellos módulos profesionales que desarrollen contenidos basados en procesos de atención al cliente.

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

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

- Protocolo institucional básico.
- Protocolo empresarial.
- Proceso de comunicación con los clientes.
- La imagen corporativa y las relaciones públicas en el ámbito turístico
- Elementos de una correcta atención al cliente.
- Gestión de quejas, reclamaciones y sugerencias.
- Actitudes básicas referentes a una correcta atención al cliente.

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

- Trabajar las actitudes del alumnado en referencia a todos los aspectos relacionados con la atención, la comunicación y el trato al cliente.
- Desarrollar y manejar habilidades para la correcta comunicación.
- Valorar y poner en práctica actitudes relacionadas con el servicio.
- Dotarlos de herramientas básicas de protocolo institucional.
- Análisis y proyección del protocolo en los actos empresariales.
- Herramientas de gestión de quejas, reclamaciones y sugerencias.

El profesorado que imparta este módulo debe hacerlo incluyendo para el desarrollo de los contenidos ejercicios y prácticas relacionados con:

- Actividades en los que se organicen distintos eventos, partiendo desde los diversos tipos de actos posibles y la gama de servicios que forman cada evento, hasta la planificación y supervisión del mismo, aplicando en todo momento las normas de protocolo institucional y/o empresarial.
- Supuestos prácticos de organización de invitados y tipos de presidencias.
- Aplicación, en supuestos prácticos, de la normativa de precedencias.
- Aplicación, en supuestos prácticos, de la normativa de sobre la ordenación de mástiles y banderas.
- Montaje de salones, y mise en place de mesas.
- Supuestos de comunicación entre alumnos, intercambiando distintos roles entre ellos, bajo la supervisión y planificación del profesorado.
- Resolución de quejas y atención a clientes.

En cualquier caso, a lo largo de toda la formación que se imparte dentro de esta titulación de «Agencias de Viajes y Gestión de Eventos», y como consecuencia de una actitud profesional por parte del profesorado, se debe conseguir que el alumnado, tenga una actuación verificable acerca de:

- Mantenerse dentro de unos estándares de calidad, de manera que esté presente e implantada en el día a día.
- Actuar de acuerdo con las normas de seguridad e higiene en todas sus actuaciones en el centro educativo para forjar una actitud profesional.
- Cumplir con todas las exigencias legales relacionadas con la Prevención de Riesgos Laborales.
- Mostrar respeto por las necesidades de los clientes y su comportamiento dentro de las empresas de Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.

- Mostrar respeto por el medio ambiente, el aprovechamiento racional de los recursos energéticos, tanto por motivos medioambientales como económicos, conocer y respetar el término de sostenibilidad.
- Actuar siempre con la actitud de respeto necesario hacia el entorno del aula, del taller, de los compañeros y del profesorado.
- Aplicar y mantenerse dentro de la deontología profesional del Sector, con todo lo que ello conlleva.

Estas actitudes deben formar parte de la evaluación del alumnado y, por tanto, formarán parte de la actuación y metodología didáctica del profesorado.

A la hora de impartir este módulo profesional, se tendrá en cuenta la necesidad de coordinación en contenidos, procesos y actividades procedimentales, con el profesorado que imparta los módulos profesionales siguientes:

- Gestión de productos turísticos.
- Venta de servicios turísticos.
- Dirección de entidades de intermediación turística.

Módulo Profesional: Marketing turístico.

Equivalencia en créditos ECTS: 10.

Código: 0173.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha definido el concepto de marketing.
- b) Se han identificado las características de las empresas de servicios.
- c) Se han descrito las diferencias entre el marketing de productos y el marketing de servicios teniendo en cuenta las peculiaridades de los mercados de productos y los mercados de servicios.
- d) Se ha justificado la importancia del marketing en el sector turístico.
- e) Se han diferenciado las peculiaridades del marketing de servicios en general y las propias del marketing turístico.
- f) Se han identificado las variables que afectan a las empresas turísticas.
- g) Se han descrito los conceptos, definiciones e instrumentos básicos del marketing turístico.

- h) Se han diferenciado las etapas y la evolución del marketing.
- i) Se ha valorado la importancia de los distintos instrumentos del marketing.
- j) Se han definido los factores y criterios eficaces para orientar al marketing hacia el consumidor.
- k) Se han comparado las diferentes estructuras y enfoques de dirección de marketing.
- l) Se ha identificado la necesidad del marketing en la función comercial de la empresa turística.
- m) Se han analizado las tendencias del marketing en Turismo.

2. Caracteriza el proceso de investigación de mercados en el ámbito del marketing turístico analizando y clasificando las distintas etapas de la investigación.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los objetivos que se pretenden alcanzar con la investigación de mercados.
- b) Se ha analizado la importancia de la investigación de mercado en la toma de decisiones dentro del ámbito del marketing.
- c) Se han definido y clasificado las diferentes fuentes de información del sector turístico, tanto públicas como privadas.
- d) Se han descrito las características de los distintos métodos de investigación de mercados.
- e) Se han caracterizado las distintas herramientas o técnicas de recogida de información.
- f) Se han identificado las etapas del proceso de investigación y analizando las decisiones a tomar en cada una de ellas.
- g) Se han planificado y elaborado distintos tipos de cuestionarios, a partir del método de investigación seleccionado y de los objetivos definidos previamente.

3. Planifica la estrategia competitiva más adecuada identificando las variables que condicionan la competitividad del mercado.

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido los conceptos de competitividad y ventaja competitiva en el ámbito de los mercados actuales.
- b) Se han determinado las fuerzas que regulan la competencia en un sector o mercado.
- c) Se han descrito y analizado las principales barreras de ingreso a los mercados estableciendo su influencia en el nivel de competitividad.

- d) Se han identificado los factores que determinan el nivel de rivalidad de los competidores de un mercado.
 - e) Se ha reconocido la importancia de la amenaza de aparición de productos sustitutos en lo atractivo de un mercado.
 - f) Se han identificado las condiciones que determinan el poder de negociación de los compradores y proveedores en un mercado.
 - g) Se han identificado y analizado las fortalezas y debilidades de la empresa a partir de la investigación interna.
 - h) Se han identificado y analizado las oportunidades y amenazas del mercado a partir del estudio de las cinco fuerzas competitivas.
 - i) Se han relacionado las fortalezas y debilidades de la empresa con las oportunidades y amenazas del mercado.
 - j) Se han definido los objetivos que se pretenden alcanzar.
 - k) Se ha determinado y seleccionado la estrategia competitiva a utilizar para la consecución de los objetivos del proceso de planificación estratégica.
4. Interpreta la segmentación del mercado y el posicionamiento del producto-servicio reconociendo datos cuantitativos y cualitativos.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha conceptualizado y clasificado la segmentación de mercado.
- b) Se han analizado las variables de segmentación más utilizadas en turismo.
- c) Se han definido los requisitos para que la segmentación sea efectiva.
- d) Se ha reconocido la importancia de la segmentación para el diseño de la estrategia comercial de las empresas turísticas.
- e) Se han identificado y valorado los diferentes segmentos de mercado y su atractivo en función del producto-servicio.
- f) Se han definido las distintas tipologías de clientes, analizando el comportamiento de estos.
- g) Se han definido las estrategias de cobertura de segmentos de mercado, acorde a los objetivos que se pretenden alcanzar.
- h) Se han valorado los instrumentos comerciales y su compatibilidad con los diferentes segmentos de mercado.
- i) Se ha conceptualizado el posicionamiento y analizando su importancia en las estrategias comerciales y de comunicación de la empresa.
- j) Se ha identificado el posicionamiento del producto en el mercado.

k) Se ha definido la propuesta de posicionamiento de acuerdo a los objetivos a alcanzar.

l) Se han establecido las estrategias geográfica y de producto-mercado adecuadas a la definición de los objetivos.

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

Criterios de evaluación:

a) Se ha definido el concepto de marketing-mix.

b) Se han identificado los elementos o variables del marketing mix.

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

d) Se han identificado y analizado las variables controlables o endógenas y las variables incontrolables o exógenas y su influencia en los mercados.

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

f) Se ha definido y analizado el concepto de servucción y su aplicación a las empresas de hostelería y turismo.

g) Se han caracterizado e identificado los distintos elementos que intervienen en la prestación de un servicio y la aplicación de un sistema de «servucción».

h) Se ha definido y caracterizado el concepto de Producto/Servicio Turístico describiendo las diferencias entre las variables propias de las empresas de productos y de las empresas de servicios.

i) Se ha caracterizado el proceso de desarrollo y lanzamiento de nuevos productos turísticos.

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

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

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

m) Se han identificado los distintos métodos de fijación de precios, caracterizando las variables a tener en cuenta en cada uno de ellos, así como la implantación de estrategias adecuadas para su correcta aplicación.

n) Se ha definido la estrategia de optimización de precios en función de la demanda prevista, utilizando para ello las herramientas adecuadas.

- ñ) Se han analizado y caracterizado los distintos canales y estrategias de distribución/comercialización habituales en el sector turístico.
- o) Se ha reconocido la importancia de la publicidad, las RR.PP., promoción de ventas y merchandising en el sector turístico.
- p) Se ha valorado la función de las ferias turísticas y otros encuentros profesionales como instrumentos de marketing estableciendo la diferencia con otras estrategias promocionales.
- q) Se han identificado los canales de distribución/comercialización directa e indirecta en el sector turístico.
- r) Se ha valorado la importancia de la venta personal y/o el marketing directo como herramienta de comercialización.
- s) Se ha reconocido la importancia de los sistemas de distribución global (GDS), centrales de reservas y las nuevas tecnologías en la distribución, así como su impacto en la industria turística.
- t) Se han caracterizado las herramientas de comunicación propias del sector turístico y su importancia en las estrategias de marketing, definiendo el mix de comunicación.
- u) Se han identificado los elementos que forman la identidad corporativa de la empresa.
- v) Se ha definido la estrategia integral de comunicación de la empresa en base a los objetivos que se pretenden alcanzar.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las necesidades y motivaciones de los consumidores de productos-servicios turísticos.
- b) Se han identificado las fases del proceso de decisión de compra en el consumidor.
- c) Se han caracterizado los agentes implicados en el proceso de decisión de compra.
- d) Se ha analizado el impacto psicosocial del marketing, la publicidad y las relaciones públicas y su incidencia en el proceso de compra.
- e) Se han caracterizado los puntos clave en el proceso de postcompra y oportunidades de fidelización.

f) Se han descrito y valorado la percepción y satisfacción de los consumidores mediante los procesos de control de calidad.

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

Criterios de evaluación:

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

Duración: 128 horas.

Contenidos:

1. Caracterización del marketing turístico:

- Concepto de Marketing.
- Características de las empresas de Servicio. Marketing de Servicios versus marketing de productos.
- Marketing turístico, variables controlables e incontrolables.
- Relación con el sector de la hostelería y el turismo.
- Evolución de la función del marketing: orientación hacia el consumidor.
- El futuro del marketing.

2. La investigación de Marketing:

- Funciones y objetivos de la investigación en marketing.
- Fuentes de información:
 - Fuentes internas.
 - Fuentes externas.

- Tipos de investigación. Cualitativa y cuantitativa.
 - Herramientas y técnicas de recogida de información:
 - Entrevistas.
 - Técnicas de grupo.
 - Encuestas.
 - Etapas del proceso de investigación:
 - Reflexión.
 - Recogida de información.
 - Tratamiento, análisis e interpretación de la información.
 - Elaboración de informes.
 - Elaboración de cuestionarios.
3. Planificación estratégica. Análisis y definición de estrategias competitivas genéricas:
- Marketing y ventaja competitiva.
 - Análisis de competitividad de mercados. Determinación de las fuerzas competitivas:
 - Competidores potenciales.
 - Competidores existentes.
 - Productos/servicios sustitutos.
 - Poder de los compradores.
 - Poder de los proveedores.
 - Análisis D. A. F. O. (Debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades).
 - Definición de estrategias competitivas genéricas.
 - Estrategia de Liderazgo en costes.
 - Estrategia de Diferenciación.
 - Estrategia de Enfoque.
4. Interpretación de las estrategias de segmentación de mercados turísticos, posicionamiento y cobertura de mercado:
- Variables de segmentación más utilizadas en turismo.

- Aplicación de la segmentación al diseño de la estrategia comercial de las empresas turísticas.
 - Tipologías y comportamientos de clientes.
 - Instrumentos comerciales y compatibilidad de los segmentos.
 - Posicionamiento en el mercado: Conceptos. Estrategias. Métodos.
 - Tipos de estrategias de cobertura del mercado; geográfica y de producto.
 - Aplicación y estrategias.
5. Identificación del marketing-mix y sus elementos:
- Concepto de Marketing-mix.
 - Variables controlables.
 - Variables incontrolables.
 - Diferenciación entre el marketing-mix de productos y el de servicios.
 - El producto-servicio turístico. Niveles y elementos.
 - El ciclo de vida del producto y de los destinos turísticos.
 - La «servucción». Concepto.
 - Elementos del sistema de servucción:
 - El soporte físico.
 - El personal en contacto.
 - El sistema de organización interna.
 - El cliente.
 - El servicio.
 - Desarrollo y lanzamiento de los nuevos productos turísticos.
 - El precio de los productos-servicios turísticos.
 - Definición y tipos de precios:
 - Precio Objetivo.
 - Precio Técnico.
 - Precio Mínimo.

- Métodos de fijación de precios en el sector turístico:
 - En función de los costes.
 - En función de la demanda.
 - En función de la competencia.
 - En función del consumidor.
 - Herramientas de optimización de precios (Revenue Management).
 - Estrategias y políticas de precios y descuentos.
 - Concepto de comercialización-distribución en el sector turístico.
 - Canales de distribución: distribución directa, distribución indirecta.
 - Los sistemas de distribución global (GDS) en la industria turística.
 - Negociación con distribuidores e intermediarios.
 - La comunicación en el sector turístico:
 - Herramientas de comunicación.
 - Identidad corporativa y marca.
 - La promoción turística en el mix promocional: la publicidad, las RR.PP., las promociones de ventas/merchandising, las ferias turísticas, Work shops, Fam-trips y otros.
6. Análisis de las nuevas tecnologías aplicadas al marketing turístico:
- Marketing directo en turismo y nuevas tecnologías.
 - Marketing en Internet.
 - Bases de datos.
 - Objetivos generales del desarrollo de una base de datos de marketing.
 - Marketing directo.
 - Materiales de soporte y de desarrollo de políticas de marketing directo.
 - El marketing directo y su desarrollo.
7. Caracterización y elaboración del plan de marketing:
- Plan de marketing. Elementos y Finalidad.
 - Segmentación y público objetivo.

- Planes de acción: estrategias y tácticas.
- Objetivos y cuotas de ventas.
- Recursos necesarios para respaldar las estrategias y alcanzar los objetivos.
- Seguimiento y control del marketing.
- Presentación y promoción del plan.
- Auditoria ambiental del plan.

8. Interpretación del proceso de decisión en el consumidor:

- Fases del proceso de decisión.
- Postcompra y fidelización.
- Los nuevos consumidores en el sector turístico.
- Herramientas de control de la calidad y la satisfacción del cliente. Implementación en empresas del sector turístico.

9. Caracterización de los criterios de consumerismo:

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

Orientaciones pedagógicas y metodológicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desarrollar e implementar estrategias y políticas de marketing en el marco de las empresas turísticas.

De la estructura de los resultados de aprendizaje y los contenidos fijados el trabajo debe basarse en el conocimiento de la importancia que supone la utilización de las herramientas de marketing en la consecución de los objetivos empresariales.

El desarrollo e implementación de las estrategias y políticas de marketing adecuadas en cada caso incluyen aspectos como:

- Conocimiento del mercado y de las variables que afectan a las empresas.
- Aplicación de técnicas y métodos adecuados de investigación de mercados.
- Diseño de las estrategias competitivas genéricas y específicas que permitan a la empresa alcanzar sus objetivos.
- Establecimiento de planes de actuación basados en el marketing mix.

- Aplicación de las nuevas tecnologías en todo el proceso de marketing.
- Análisis del comportamiento de los clientes.
- Desarrollo e implementación de planes de marketing.

El profesorado que imparta este módulo debe hacerlo incluyendo para el desarrollo de los contenidos ejercicios y prácticas relacionados con:

- Realización de investigaciones de mercado.
- Análisis de las variables de competitividad de los mercados.
- Realización de análisis DAFO y fijación de estrategias en función de los resultados obtenidos.
- Diseño de distintos tipos de servicios a partir del análisis de los elementos necesarios en cada caso.
- Selección de políticas de precios acordes a tipología de clientes, tipología de servicios, situación de la demanda, características del consumidor.
- Diseño de estrategias de comercialización a través de distintos canales.
- Creación de una marca y diseño de su identidad corporativa.
- Planificación de una campaña de comunicación en función de distintos tipos de empresas.
- Elaboración de un plan de marketing.

En cualquier caso, a lo largo de toda la formación que se imparte dentro de esta titulación de «Agencias de Viajes y Gestión de Eventos», y como consecuencia de una actitud profesional por parte del profesorado se debe conseguir que el alumnado mantenga una actuación verificable acerca de:

- Mantenerse dentro de unos estándares de calidad, de manera que esté presente e implantada en el día a día.
- Actuar de acuerdo con las normas de seguridad e higiene en todas sus actuaciones en el centro educativo para forjar una actitud profesional.
- Cumplir con todas las exigencias legales relacionadas con la Prevención de Riesgos Laborales.
- Mostrar respeto por las necesidades de los clientes y su comportamiento dentro de las empresas de Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- Mostrar respeto por el medio ambiente, el aprovechamiento racional de los recursos energéticos, tanto por motivos medioambientales como económicos, conocer y respetar el término de sostenibilidad.

- Actuar siempre con la actitud de respeto necesario hacia el entorno del aula, del taller, de los compañeros y del profesorado.
- Aplicar y mantenerse dentro de la deontología profesional del Sector, con todo lo que ello conlleva.

Estas actitudes deben formar parte de la evaluación del alumnado y, por tanto, formarán parte de la actuación y metodología didáctica del profesorado.

A la hora de impartir este módulo profesional, se tendrá en cuenta la necesidad de coordinación en contenidos, procesos y actividades procedimentales, con el profesorado que imparta los módulos profesionales siguientes:

- Gestión de productos turísticos.
- Venta de servicios turísticos.

Módulo profesional: Destinos turísticos.

Equivalencia en créditos ECTS: 12.

Código: 0383.

Duración: 224 horas.

Contenidos:

1. Identificación de la geografía turística de España.

- Concepto de geografía turística.
- Organización territorial y administrativa. Concepto de Autonomía, región, provincia, comarca y municipio. Identificación.
- Relieve. Características. Unidades físicas.
- Hidrografía y litoral. Distribución costera española.
- Climatología y pluviosidad. Paisaje y vegetación.
- Demografía: distribución de la población.
- Respeto por las diferentes creencias, lenguas y elementos diferenciales de las distintas comunidades autónomas.
- Aplicaciones informáticas y otras fuentes para el estudio de la geografía turística.

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

- La organización internacional del turismo. La OMT. Concepto y funciones. Regiones y subregiones: Europa, África, Las Américas, Asia Oriental – Pacífico, Oriente Medio y Asia Meridional.

- Organización política y territorial de Europa. La Unión Europea: concepto y evolución. El espacio Schengen. Países comunitarios y no comunitarios. Territorios dependientes de dentro y fuera de Europa.
 - Unidades físicas europeas: Relieve, hidrografía, vegetación y climatología.
 - Diversidad cultural europea: culturas, pueblos, lenguas.
 - Geografía turística del resto del mundo: rasgos distintivos del relieve, hidrografía, vegetación, clima y diversidad cultural de las regiones y subregiones OMT, excepto Europa. Organización política y territorial de los países más representativos de cada región OMT.
 - Actitud de respeto por las diferentes razas, creencias y elementos diferenciadores de estos países.
 - Contexto geográfico de Castilla y León. Geografía turística de Castilla y León:
 - Características físicas relevantes:
 - Unidades montañosas.
 - Hidrografía.
 - Clima y pluviosidad.
 - Fauna y vegetación.
 - Paisaje.
 - Contexto socioeconómico de Castilla y León.
 - Organización social, política y económica.
 - Demografía: distribución de la población.
 - Espacios naturales protegidos, parques naturales y parques nacionales.
3. Identificación de los principales destinos turísticos de España.
- Destinos españoles de sol y playa. Centros turísticos litorales peninsulares e islas.
 - Destinos culturales españoles. Rutas culturales:
 - Destinos religiosos, destinos lingüísticos, destinos enológicos, entre otros.
 - Destinos urbanos españoles.
 - Destinos rurales y de naturaleza españoles.
 - Destinos españoles de espacios lúdicos y de ocio.
 - Destinos deportivos (golf, esquí, náutico, ecuestre, aventura y nieve) y de salud y belleza.

- Grandes eventos en los destinos.
- Principales destinos turísticos de Castilla y León:
 - Destinos culturales. Rutas culturales:
 - Camino de Santiago.
 - El camino francés.
 - El camino de la Vía de la Plata.
 - La Vía de la Plata.
 - Camino de la Lengua.
 - Ruta de Carlos V.
 - Ruta del Duero.
 - Ruta del Cid.
 - El Canal de Castilla.
 - Rutas de las Cañadas Reales.
 - Ruta de las Vías Verdes.
 - Rutas del Románico.
 - El Románico en el Camino de Santiago.
 - El Románico de la «Extremadura Castellano-Leonesa».
 - Rutas del Mudéjar.
 - Rutas del Separad o de los judíos en Castilla y León.
 - Rutas del Vino.
 - Las Catedrales.
 - Castillos y fortalezas.
 - Principales monasterios de Castilla y León.
 - Patrimonio de la Humanidad en Castilla y León.
 - Los Reales Sitios.
 - Balnearios en Castilla y León.
 - Museos de Castilla y León.
 - Espacios Culturales en Castilla y León.

- Destinos religiosos, destinos lingüísticos, destinos enológicos, entre otros.
- Destinos urbanos. Las ciudades de Castilla y León: Ávila, Burgos, León, Palencia, Salamanca, Segovia, Soria, Valladolid y Zamora.
- Destinos rurales.
- Destinos de naturaleza.
- Destinos de espacios lúdicos y de ocio.
- Destinos deportivos (golf, esquí, náutico, ecuestre, aventura y nieve) y de salud y belleza.
- Grandes eventos en los destinos.
- Fuentes y bibliografía relativas a los destinos turísticos de Castilla y León.

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

- Destinos de sol y playa. Centros turísticos litorales, islas y archipiélagos.
- Destinos culturales. Rutas culturales.
 - Destinos religiosos, destinos lingüísticos, destinos enológicos, entre otros.
- Destinos urbanos. La oferta turística en las ciudades.
- Destinos rurales y de naturaleza.
- Destinos de espacios lúdicos y de ocio.
- Destinos deportivos (golf, esquí, náutico, ecuestre, aventura y nieve) y de salud y belleza.
- Grandes eventos en los destinos.

Orientaciones pedagógicas y metodológicas.

Este módulo profesional tiene como objetivo principal facilitar al alumnado un conocimiento suficiente que le permita relacionar los destinos turísticos con las características propias de cada núcleo turístico, tales como relieve o folclore.

El estudio debe ser más exhaustivo a medida que la proximidad aumenta. Así, debe facilitarse un mayor conocimiento de las condiciones que presenta el entorno del centro y la Comunidad Autónoma de Castilla y León, respecto a las del resto de España o el resto de Europa o del mundo.

Una de las técnicas de intervención por parte del profesorado que resultará fundamental será el trabajo a partir de la confección de itinerarios turísticos por la geografía del ámbito que sea objeto de estudio en cada momento. Esta técnica se empleará para

fomentar la investigación por parte de los alumnos de manera que sean capaces de buscar y seleccionar fuentes de investigación para su empleo posterior.

Además, dada la importancia que el fenómeno del «turismo de sol y playa» tiene en España, debe realizarse una división de la Península y los Territorios Insulares ubicando cada costa en las diferentes Comunidades Autónomas, ya que, en muchas ocasiones, el nombre de las costas nos permite conocer de antemano sus características, calidad de las instalaciones, entre otros.

En cualquier caso, a lo largo de toda la formación que se imparte dentro de esta titulación de «Agencias de Viajes y Gestión de Eventos», y como consecuencia de una actitud profesional por parte del profesorado, se debe conseguir que el alumnado tenga una actuación verificable acerca de:

- Mantenerse dentro de unos estándares de calidad de manera que esté presente e implantada en el día a día.
- Cumplir con todas las exigencias legales relacionadas con la Prevención de Riesgos Laborales.
- Mostrar respeto por las necesidades de los clientes y su comportamiento en el uso de los servicios de Agencias de Viajes.
- Mostrar respeto por el medio ambiente, el aprovechamiento racional de los recursos energéticos, tanto por motivos medioambientales como económicos, conocer y respetar el término de sostenibilidad.
- Actuar siempre con la actitud de respeto necesario hacia el entorno del aula, del taller, de los compañeros y del profesorado.
- Aplicar y mantenerse dentro de la deontología profesional del Sector, con todo lo que ello conlleva.

Estas actitudes deben formar parte de la evaluación del alumnado y, por tanto, formarán parte de la actuación y metodología didáctica del profesorado.

A la hora de impartir este módulo profesional, se tendrá en cuenta la necesidad de coordinación en contenidos, procesos y actividades procedimentales, con los profesores que impartan los módulos profesionales siguientes:

- Estructura del mercado turístico.
- Recursos turísticos.
- Gestión de productos turísticos.
- Venta de servicios turísticos.

Módulo profesional: Recursos turísticos.

Equivalencia en créditos ECTS: 10.

Código: 0384.

Duración: 126 horas.

Contenidos:

1. Identificación de los recursos turísticos del territorio.

- Recursos turísticos. Concepto. Clasificación y tipología. Elementos para valorar un recurso turístico.
- Atractivos turísticos del territorio:
 - Conceptos básicos de área, territorio y paisaje turístico.
 - Concentración y dispersión de los servicios.
 - Infraestructuras y servicios.
 - Promoción del territorio.
 - Contexto histórico de Castilla y León.
- Inventarios de recursos turísticos de España y de Castilla y León:
 - Concepto de inventario de recursos turísticos.
 - Identificación de recursos turísticos.
 - Metodologías de clasificación de inventarios turísticos.
 - La BD (Base de Datos) en la clasificación y análisis de inventarios.
 - Técnicas para la elaboración de inventarios. PART (Planes de Aprovechamiento de Recursos Turísticos), TIRAT (Typologie Intégrée Les Resources et Activités Touristiques).
- Explotación sostenible de los recursos turísticos:
 - Competitividad y sostenibilidad de un recurso turístico.
 - Calidad de los servicios asociados al recurso turístico.
 - Impactos económicos, socioculturales y medioambientales vinculados a la explotación de un recurso turístico.
- Legislación que afecta a los recursos turísticos.
- Normativa de protección existente en Europa y en España referente a los recursos turísticos, a su protección, mantenimiento y reconocimiento. Catalogación de los recursos.

- Organismos implicados en la protección de los recursos:
 - UNESCO. (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, La Ciencia y la Cultura).
 - U. E. (Unión Europea).
 - Organismos estatales y autonómicos.
 - Otros organismos implicados.
- 2. Interpretación de los conceptos básicos del Arte.
 - El Arte: Actividad creadora humana:
 - El Arte como documento social de una época, una sociedad, una cultura.
 - El Arte como desarrollo intelectual del hombre.
 - El Arte como Patrimonio Cultural de la Humanidad.
 - Las Tipologías Artísticas:
 - Artes Mayores: Arquitectura, Escultura y Pintura.
 - Artes Menores: Orfebrería, Cerámica, Vidrio, Tapiz, entre otros.
 - Otras manifestaciones artísticas: Cine, Fotografía, Videoart, Computer Art.
 - Identificación y caracterización de los diferentes movimientos y estilos artísticos en pintura, escultura, arquitectura y otras manifestaciones artísticas de España desde la Prehistoria hasta la actualidad.
 - Contexto histórico en las diferentes manifestaciones artísticas. Localización geográfica y características de cada estilo.
 - Representaciones significativas de los distintos movimientos y estilos artísticos en España.
 - Representaciones significativas de los distintos movimientos y estilos artísticos en Castilla y León.
- 3. Identificación y análisis del Patrimonio Histórico Artístico y sociocultural de España.
 - El patrimonio como recurso turístico. Concepto de Patrimonio. Bien cultural:
 - El valor del Patrimonio. Patrimonio cultural.
 - Clasificación del Patrimonio: Patrimonio Cultural Material, Inmaterial, entre otros.
 - Patrimonio y Bienes patrimoniales en España. Turismo cultural.

- Bienes incluidos en la lista de Patrimonio Mundial.
- Ciudades y monumentos Patrimonio de la Humanidad.
- BIC. Bienes de Interés Cultural. Bienes Inventariados.
- Gestión del Patrimonio. Patrimonio Nacional. Bienes de Patrimonio Nacional, entre otros.
- El Patrimonio Arquitectónico:
 - Urbanismo, arquitectura y paisaje urbano.
 - Urbanismo, arquitectura y paisaje rural.
 - Urbanismo de paisaje o de jardines.
 - Evaluación de los recursos arquitectónicos.
 - Inventario de recursos urbanos en España.
 - Inventario de recursos urbanos en Castilla y León.
- El Patrimonio Arqueológico:
 - Bienes arqueológicos importantes en España.
 - Bienes arqueológicos en la Comunidad de Castilla y León.
 - Principales yacimientos.
 - Aulas arqueológicas.
 - Rutas arqueológicas.
- Difusión y sostenibilidad del Patrimonio. Impactos sobre el Patrimonio derivados de la explotación turística.
- Los Museos y otros centros Culturales:
 - Patrimonio museístico.
 - Los museos y su diversidad.
 - Nuevas perspectivas en la musealización del Patrimonio.
 - Gestión en los museos.
 - Principales museos nacionales y extranjeros.
 - Museos de Castilla y León. Museos arqueológicos.

- El Patrimonio cultural Inmaterial. Descripción y contenido:
 - Fiestas y declaraciones de interés turístico regional, nacional o internacional. Normativa.
 - Etnografía:
 - Tradiciones y costumbres populares. Tipos.
 - Conservación y promoción del patrimonio etnográfico.
 - Museos etnográficos.
 - Artesanía:
 - Productos propios de cada zona. Tipos.
 - Técnicas artesanales tradicionales.
 - El idioma:
 - Enseñanza del español como recurso turístico.
 - Organismos colaboradores.
 - Acontecimientos culturales:
 - Festivales: música, literatura, cine.
 - Ferias.
 - Acontecimientos deportivos.
 - Manifestaciones religiosas.
 - Artes del Espectáculo: Bailes Populares, Danza.
 - Música Tradicional Popular.
 - Conocimiento y usos relacionados con la Naturaleza. Otras tradiciones y expresiones culturales.
- La Gastronomía de España. Elaboraciones y productos tradicionales:
 - El valor de la Gastronomía como recurso turístico.
 - Zonas gastronómicas de España.
 - Gastronomía en Castilla y León. Zonas gastronómicas en Castilla y León.
 - Productos con denominación.

- La Enología de España:
 - El valor de la Enología como recurso turístico.
 - Zonas vinícolas de España.
 - Zonas vinícolas de Castilla y León.
 - Denominaciones de origen.
- El Patrimonio industrial.
- La Arquitectura Popular:
 - Áreas y regiones.
 - Tipologías de la arquitectura popular en las CCAA.
 - Tipologías de la arquitectura popular en Castilla y León.
- 4. Patrimonio Natural y Paisajístico de España.
 - Concepto de recursos naturales y paisajísticos.
 - Elementos para valorar un recurso natural como turístico.
 - Espacios naturales protegidos y no protegidos españoles.
 - Normativa nacional y autonómica.
 - Programas europeos de ayuda al patrimonio natural y paisajístico.
 - Nuevas tecnologías para detectar y localizar espacios. Programas de cartografía y otros.
 - Métodos para acercar el legado natural al público visitante:
 - Sistemas de información.
 - Tipologías: aulas virtuales, paneles divulgativos, sistemas audio...
 - Divulgación e interpretación en el medio ambiente.
 - Impacto ambiental de la actividad turística.
 - Medidas de Protección para mantener el medio ambiente. El papel de la UNESCO.
 - Turismo y sostenibilidad. Código Ético Mundial para el Turismo (OMT).
 - La Red de Espacios Naturales de Castilla y León.

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

- Métodos para acercar el legado cultural al público visitante:
 - Sistemas de información.
 - Tipologías: aulas virtuales, paneles divulgativos, sistemas audio...
- La interpretación del patrimonio como sistema de gestión:
 - Museografía Didáctica.
 - Centros de Interpretación.
 - Aulas de interpretación.
 - Conservación y Consolidación.
- Diseño de los métodos de evaluación y control de los sistemas de interpretación.

Orientaciones pedagógicas y metodológicas.

Este módulo profesional tiene como objetivo principal conseguir que el alumnado sea capaz de identificar los recursos turísticos de una zona o región, teniendo en la interpretación del patrimonio sociocultural y natural uno de los pilares básicos para su desarrollo.

El estudio del arte será una herramienta para la interpretación, valoración y conocimiento del Patrimonio Artístico Español y especialmente de la Comunidad de Castilla y León, de manera que se puedan establecer las premisas básicas necesarias para satisfacer las expectativas de información de turistas y visitantes.

Otro elemento fundamental de este módulo es la valoración del patrimonio natural a través del estudio de los diferentes espacios naturales, tanto regionales como nacionales, identificando las acciones necesarias para la conservación del medio ambiente, sostenibilidad y mantenimiento en las intervenciones sobre su explotación y aprovechamiento como recurso turístico.

El profesorado que imparta este módulo debe desarrollar los contenidos fomentando en el alumnado la puesta en valor del patrimonio y de los bienes naturales que son explotados como recursos turísticos. Para ello se utilizarán técnicas expositivas y participativas y se realizarán trabajos de campo e investigación sencillos, que fomenten la reflexión y evaluación de los usos aplicados a los recursos, así como su protección.

La aplicación de las nuevas tecnologías servirá para detectar y analizar los distintos recursos. Todas estas líneas de actuación deben ser complementadas con visitas guiadas a puntos de interés turístico por su Patrimonio Cultural o Natural.

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

En cualquier caso, a lo largo de toda la formación que se imparte dentro de esta titulación de «Agencias de Viajes y Gestión de Eventos», y como consecuencia de una actitud profesional por parte del profesorado, se debe conseguir que el alumnado tenga una actuación verificable acerca de:

- Mantenerse dentro de unos estándares de calidad de manera que esté presente e implantada en el día a día.
- Cumplir con todas las exigencias legales relacionadas con la Prevención de Riesgos Laborales.
- Mostrar respeto por las necesidades de los clientes y su comportamiento en el uso de los servicios de Agencias de Viajes.
- Mostrar respeto por el medio ambiente, el aprovechamiento racional de los recursos energéticos, tanto por motivos medioambientales como económicos, conocer y respetar el término de sostenibilidad.
- Actuar siempre con la actitud de respeto necesario hacia el entorno del aula, del taller, de los compañeros y del profesorado.
- Aplicar y mantenerse dentro de la deontología profesional del Sector, con todo lo que ello conlleva.

Estas actitudes deben formar parte de la evaluación del alumnado y, por tanto, formarán parte de la actuación y metodología didáctica del profesorado.

A la hora de impartir este módulo profesional, se tendrá en cuenta la necesidad de coordinación en contenidos, procesos y actividades procedimentales, con los profesores que impartan los módulos profesionales siguientes:

- Estructura del mercado turístico.
- Recursos turísticos.
- Gestión de productos turísticos.
- Venta de servicios turísticos.

Módulo profesional: Gestión de productos turísticos.

Equivalencia en créditos ECTS: 6.

Código: 0397.

Duración: 126 horas.

Contenidos:

1. Análisis de los viajes combinados:

- Viajes combinados. Tipología y normativa.
- Definición y estudio de los elementos de los viajes combinados.

- El programa de viajes combinados. El contrato de viajes combinados. Definición, elementos, contenidos y cláusulas que deben contener ambos.
- Intermediarios. Tipología. Funciones y relaciones con los organizadores de viajes combinados.
- Relaciones profesionales entre organizador, detallista y prestatarios de servicios. Convenios de colaboración y términos de retribución.
- Agencias receptoras y corresponsales. Definición y funciones de cada una de ellas.
- Mercado de viajes combinados. Tendencias actuales y previsiones para este tipo de producto.

2. Diseño y cotización de viajes combinados:

- Aplicación de técnicas de investigación de mercado, previas al diseño de viajes combinados.
- Diseño del viaje combinado. Componentes. Fases y secuenciación.
- Criterios de selección de prestatarios de servicios (proveedores y comitentes), y negociación.
- Cotización de los servicios:
 - Componentes del precio.
 - Tarifas y condiciones especiales, descuentos, gratuidades y otros.
 - Impuestos y tasas.
 - Costes. Margen de beneficio y punto muerto.
 - Cálculo del precio de venta final.
- Documentación derivada del diseño y cotización de viajes combinados.
- Aplicaciones informáticas.
- La atención al cliente y la calidad en los viajes combinados.
- Programación y operación de excursiones y visitas turísticas:
 - Tipos de excursiones y visitas. Características y servicios que incluyen.
 - Diseño de la excursión y/o visita. Componentes. Fases y secuenciación
 - Selección de prestatarios (proveedores y comitentes). Negociación. Criterios.

- Cotización de los servicios:
 - Componentes del precio.
 - Tarifas y condiciones especiales, descuentos, gratuidades, idiomas y otros.
 - Impuestos y tasas.
 - Costes. Margen de beneficio y punto muerto.
 - Cálculo del precio de venta final.
- Documentación derivada del diseño y cotización de las excursiones y visitas.
- La atención al cliente y la calidad en las excursiones y visitas.
- Operaciones regulares y operaciones bajo demanda. Normativa aplicable. Programación y operación de excursiones.
- Programación y operación de traslados individuales o en grupo:
 - Tipos de traslados. Características.
 - Los traslados como operación propia de las agencias de viajes receptoras.
 - Diseño de la operativa del traslado. Componentes. Fases y secuenciación.
 - Confirmación de las solicitudes de traslados indicando su precio y otras condiciones y, en los casos en que resulte oportuno, solicitando el pago anticipado del servicio y fijando el plazo para ello.
 - Confirmación y cierre del traslado. Operativa y control a realizar con clientes y prestatarios.
 - Selección de prestatarios (proveedores y comitentes). Negociación. Criterios.
 - Cotización de los servicios:
 - Componentes del precio.
 - Tipos de asistencia a prestar.
 - Tarifas y condiciones especiales, descuentos, gratuidades, idiomas y otros.
 - Impuestos y tasas.
 - Costes. Margen de beneficio y punto muerto.
 - Cálculo del precio de venta final.

- Documentación derivada del diseño y cotización de los traslados.
 - La atención al cliente y la calidad en los traslados.
 - Programación y operación de traslados.
3. Coordinación de viajes combinados con los prestatarios de los servicios.
- Reserva, operación y coordinación de los servicios de transporte, alojamiento y otros servicios complementarios. Aplicaciones informáticas (GDS, páginas web, entre otros).
 - Operación de venta y reserva de los viajes combinados del organizador al detallista. Procesos.
 - Coordinación con las agencias receptoras.
 - Documentación: tipo, finalidad y emisión.
 - Aplicaciones informáticas específicas de gestión y reserva de servicios turísticos.
4. Identificación del mercado de eventos:
- Los eventos. Concepto. Tipología.
 - La gestión de eventos como función emisora y como función receptora.
 - Oferta turística necesaria y específica para el desarrollo de eventos:
 - Infraestructuras especializadas para reuniones, actos y exposiciones (palacios de congresos, auditorios, salones de actos, entre otros).
 - Servicios de alojamiento y restauración: Establecimientos. Tipos y características.
 - Servicios y métodos de reproducción y proyección de imagen y sonido y de telecomunicaciones.
 - Servicios, modalidades y tecnologías para la traducción, e interpretación de conferencias, traducción de cintas y locuciones o traducción escrita.
 - Métodos y tecnologías de gestión y control de los accesos.
 - Servicios y sistemas de montaje de stands y exposiciones.
 - Secretaría técnica y secretaría científica.
 - Los servicios de acompañamiento, asistencia y guía turística.
 - Empresas, servicios y funciones de las azafatas de congresos.
 - Servicios de animación cultural y producción de espectáculos.

- Transportes de acceso a la sede del evento y transportes internos colectivos.
 - Servicios de diseño, edición e impresión de materiales gráficos, audiovisuales y digitales.
 - Otros servicios requeridos en los eventos:
 - Los seguros de viaje y los contratos de asistencia en viaje.
 - Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes.
 - Los servicios de seguridad: tipos, procedimientos y medios.
 - Servicios de decoración y señalética.
 - Gabinete de prensa y comunicación.
 - Servicios de hospedaje y diseño de páginas web. Dirección a páginas web. Correo electrónico. Boletines electrónicos.
 - Público objetivo. Participantes y acompañantes.
 - Servicios demandados según la tipología de eventos.
 - Fuentes de información sobre eventos.
 - La captación de eventos: organismos y empresas públicas y privadas intervinientes.
 - Los promotores de eventos. Canales de distribución. Acciones y soportes promocionales.
 - Patrocinadores y entidades colaboradoras.
 - Mercado actual y previsible evolución del sector. Impacto económico y social en los destinos.
 - Aplicaciones informáticas de búsqueda de información (bases de datos).
5. Organización de eventos.
- Planificación de eventos: Proyecto: fases y metodología para su desarrollo.
 - Recursos humanos, técnicos y materiales para la organización de eventos. Cálculo y determinación de necesidades.
 - Criterios de selección de servicios, prestatarios e intermediarios. Negociación.
 - Programación del evento:
 - Confección de cronogramas.
 - Diseño de actos y servicios en función de tipología de eventos.

- Programación de la logística y de los recursos humanos.
 - Programación de ofertas pre y post evento en función de la tipología de los participantes.
 - Gestión de espacios comerciales y de patrocinios.
 - Presupuestación del evento:
 - Cálculo de costes: presupuestos, valoración y margen de beneficios.
 - Determinación del pvp del evento.
 - Operación de eventos:
 - Definición de funciones y tareas.
 - Comités y secretarías.
 - Soportes y medios para ofrecer información del evento.
 - Difusión del evento y captación de participantes.
 - Estructura organizativa de un equipo de gestión de eventos.
 - Coordinación entre clientes y organizador del evento. Funciones de cada uno de ellos.
 - Situaciones emergentes, plan de seguridad y planes de contingencia.
 - Formalización y gestión de la documentación del evento.
 - Aplicaciones informáticas de gestión de eventos.
6. Supervisión de eventos.
- Supervisión pre-evento:
 - Control de inscripciones.
 - Control de cobros.
 - Confirmaciones de inscripción.
 - Asignación de espacios en exposiciones.
 - Otras comunicaciones a inscritos.
 - Protección de datos personales.
 - Soportes publicitarios e informativos en eventos.

- Seguimiento, coordinación y control durante el evento:
 - Personal. Funciones y ubicación.
 - Equipos técnicos, mobiliario y material diverso.
 - Documentación del evento: carpetas, credenciales y otros.
 - Recursos de comunicación.
 - Acogida, atención durante el evento y despedida. Procedimiento.
 - Aplicación de normas de protocolo en diversos tipos de actos.
 - Actuaciones ante desviaciones. Quejas, conflictos y otras situaciones emergentes.
- Operativa post evento:
 - Atención a reclamaciones.
 - Evaluación de servicios y suministros.
 - Facturación a clientes.
 - Pago a proveedores de servicios y personal contratado.
- Control de la calidad en los servicios de eventos.
- Aplicaciones informáticas específicas para la gestión de eventos.

Orientaciones pedagógicas y metodológicas.

Este módulo tiene como objetivo principal facilitar al alumnado el conocimiento suficiente para gestionar viajes combinados, excursiones, visitas turísticas, traslados y planificar, organizar y operar eventos de diferente tipología.

Las funciones de la gestión de productos turísticos incluyen aspectos como:

- Caracterización de los viajes combinados.
- Diseño y cotización de viajes combinados.
- Comercialización y distribución de viajes combinados.
- Caracterización de excursiones, visitas turísticas y traslados.
- Diseño y cotización de excursiones, visitas turísticas y traslados.
- Comercialización y distribución de excursiones, visitas turísticas y traslados.
- Caracterización de los eventos.

- Planificación, programación, presupuestación, y organización de eventos.
- Desarrollo, supervisión y control de eventos.

Las actividades profesionales asociadas a estas funciones se aplican en:

- Las áreas técnica y/o de productos de agencias mayoristas, minoristas y mayoristas–minoristas que elaboren y comercialicen viajes combinados, excursiones, visitas turísticas y traslados.
- Agencias y otros tipos de empresas especializados en eventos e incentivos (OPC's).

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

- Aplicar la metodología para planificar, elaborar y operar viajes combinados, excursiones, visitas turísticas y traslados de diferente tipología.
- Trabajar la planificación, la presupuestación, la organización y la operación de eventos mediante elaboración de proyectos, presupuestos y diseño de actos de diferente tipología.
- Incidir en las actitudes de atención al cliente y en las de organización del trabajo y presentación de documentos.
- Utilizar aplicaciones informáticas de información y de gestión específica de eventos y GDS.

El profesorado que imparta este módulo debe hacerlo incluyendo para el desarrollo de los contenidos ejercicios y prácticas relacionados con:

- Diseño, programación y cotización de viajes combinados, visitas turísticas excursiones y traslados.
- Manejo de fuentes de información para captar datos que sirvan en el desarrollo de nuevos productos.
- Planificación, programación, presupuestación, organización, y operación de eventos.
- Organización, planificación y supervisión de distintos eventos, aplicando en todo momento las normas de protocolo institucional y/o empresarial.
- Distribución de invitados y organización de presidencias.
- Aplicación, de la normativa de precedencias sobre la ordenación de mástiles y banderas.
- Montaje de salones, y mise en place de mesas.

En cualquier caso, a lo largo de toda la formación que se imparte dentro de esta titulación de «Agencias de Viajes y Gestión de Eventos», y como consecuencia de una

actitud profesional por parte del profesorado, se debe conseguir que el alumnado, tenga una actuación verificable acerca de:

- Mantenerse dentro de unos estándares de calidad de manera que esté presente e implantada en el día a día.
- Actuar de acuerdo con las normas de seguridad e higiene en todas sus actuaciones en el centro educativo para forjar una actitud profesional.
- Cumplir con todas las exigencias legales relacionadas con la Prevención de Riesgos Laborales.
- Mostrar respeto por las necesidades de los clientes y su comportamiento en el uso de los servicios de Agencias de Viajes.
- Mostrar respeto por el medio ambiente, el aprovechamiento racional de los recursos energéticos, tanto por motivos medioambientales como económicos, conocer y respetar el término de sostenibilidad.
- Actuar siempre con la actitud de respeto necesario hacia el entorno del aula, del taller, de los compañeros y del profesorado.
- Aplicar y mantenerse dentro de la deontología profesional del Sector, con todo lo que ello conlleva.

Estas actitudes deben formar parte de la evaluación del alumnado y, por tanto, formarán parte de la actuación y metodología didáctica del profesorado.

A la hora de impartir este módulo profesional, se tendrá en cuenta la necesidad de coordinación en contenidos, procesos y actividades procedimentales, con los profesores que impartan los módulos profesionales siguientes:

- Estructura del mercado turístico.
- Marketing turístico.
- Protocolo y relaciones públicas.
- Dirección de entidades de intermediación turística.
- Destinos turísticos.
- Venta de servicios turísticos.
- Recursos turísticos.

Módulo profesional: Venta de servicios turísticos.

Equivalencia en créditos ECTS: 8.

Código: 0398.

Duración: 147 horas.

Contenidos:

1. Tipología de productos/servicios en las agencias de viajes:

– Intermediación en la venta del transporte de pasajeros y equipajes:

- Tipología y caracterización.
- Proveedores. Productos y servicios que ofertan.
- Factores sobre los que se basa la elección del medio de transporte.
- Condiciones del transporte de pasajeros y equipajes.
- Impuestos y tasas.
- Normativa vigente del transporte.
- Derechos y deberes de usuarios y transportistas.
- El transporte aéreo regular:

Relaciones entre las compañías aéreas de transporte regular y las agencias de viajes.

El proceso de autorización y nombramiento por IATA y las compañías aéreas.

El BSP: función, estructura y procedimientos operativos.

La retribución a la agencia de viajes en la venta de transporte aéreo regular.

Tipos de viajes aéreos. Principales tarifas nacionales e internacionales.

Fuentes informativas del transporte aéreo regular.

Emisión de pasajes aéreos. Otros documentos de tráfico.

Principales compañías aéreas. Los grupos de compañías aéreas y los procesos de integración.

- El transporte marítimo regular de pasajeros:

Relaciones entre las compañías navieras de transporte regular de pasajeros y las agencias de viajes.

- Términos de retribución.
- Principales tarifas.
- Gestión de reservas.
- Emisión de pasajes.
- El transporte ferroviario:
 - Relaciones entre las compañías de transporte ferroviario y las agencias de viajes.
 - Términos de retribución.
 - Principales tarifas.
 - Gestión de reservas.
 - Emisión de pasajes.
- El transporte regular por carretera.
- Intermediación en la venta de alojamiento turístico y servicios de restauración:
 - Tipología. La hostelería. Los establecimientos de alojamiento y restauración. Clasificaciones y características. Normativa vigente.
 - Productos y servicios que ofertan. Tipos de tarifas y condiciones de aplicación.
 - Relaciones entre las empresas de alojamiento y las agencias de viajes. Acuerdos y contratos. Tipos de retribución en la venta de alojamiento y servicios de restauración.
 - Fuentes informativas de la oferta de alojamiento y restauración. Identificación y uso.
 - Reservas directas e indirectas. Configuraciones del canal en la venta de alojamiento y restauración.
 - Bonos de alojamiento y servicios de restauración. Tipos y características.
 - Principales proveedores de alojamiento y servicios de restauración.
- Intermediación en la venta de viajes combinados. Principales productos y proveedores del mercado:
 - El producto turístico integrado. Tendencias del mercado:
 - Tipos de viajes combinados.
 - Los cruceros.

- Relaciones entre tour-operadores y agencias de viajes minoristas. Términos de retribución. Manejo de programas y folletos.
 - Procedimientos de reservas. Emisión de bonos y formalización de contratos de viajes combinados.
 - Principales tour-operadores nacionales e internacionales. Grupos turísticos y procesos de integración.
 - Intermediación en la venta/prestación de otros productos/servicios turísticos en las agencias de viajes. Caracterización, tarifas y condiciones:
 - La venta de autos de alquiler. Tarifas y bonos.
 - La venta de seguros de viaje y contratos de asistencia en viaje.
 - La venta de excursiones.
 - Información sobre requisitos a los viajeros internacionales.
 - Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes.
 - Aplicación de cargos por gestión.
 - Nuevas tecnologías en el sector de la intermediación:
 - Los Sistemas globales de distribución (GDS). Estructura, funcionamiento y utilización. Procedimientos de reservas.
 - Otras aplicaciones informáticas de gestión de agencias de viajes.
 - Venta por Internet. Agencias virtuales. Páginas Web y portales turísticos.
2. Aplicación de técnicas de venta:
- El cliente. Tipología. Necesidades y motivaciones de compra:
 - Necesidades humanas y motivación. El proceso decisorio. Las expectativas de los clientes.
 - Análisis y comparación de las técnicas de comunicación más adecuadas a los diferentes tipos de clientes.
 - Técnicas de venta. Principios básicos. Etapas:
 - El lenguaje del cuerpo.
 - Generación de confianza en el cliente. La atención al cliente. Actitud positiva y actitud pro-activa. La empatía. Los esfuerzos discrecionales. Simulaciones.
 - Indagación de necesidades y deseos del cliente.
 - Presentación del producto/servicio.
 - La comunicación telefónica.

- La negociación. Elementos básicos. Proceso, estrategias y técnicas. La planificación de la negociación. Aplicaciones.
 - Los procesos de ventas. Fases de la venta y técnicas aplicables. La venta telefónica. Métodos de aplicación. Simulaciones.
 - Valoración de la importancia de las técnicas de venta en la gestión comercial de las agencias de viajes.
3. Venta de productos/servicios:
- Fuentes de información para la venta de los productos/servicios en agencias de viajes. Tipología y uso.
 - Información previa y asesoramiento posterior de servicios/productos y destinos.
 - Reserva de productos/servicios. Sistemas de reservas:
 - Procedimiento de reserva y confirmación.
 - No-confirmación. Alternativas.
 - Registro de datos. Soportes documentales. Procedimiento de uso y archivo.
 - Normativa vigente.
 - Equipos informáticos, terminales y GDS aplicados a la venta.
 - La calidad del servicio de atención al cliente en la venta de productos/servicios en agencias de viajes.
4. Operaciones de cierre y post-venta:
- Documentos para prestación de servicios. Tipología.
 - Procedimiento de emisión:
 - Bonos, billetes, pasajes y títulos de transporte. Localizadores.
 - Procedimiento de facturación.
 - Documentos de venta y facturación. Tipología. Funciones.
 - Sistemas y formas de cobro de servicios. Políticas de crédito. Posibles riesgos.
 - Cancelaciones. Procedimiento. Aplicación de la normativa.
 - Información e instrucciones previas al servicio/viaje.
 - Procesos de post-venta y valoración desde un punto de vista comercial y de fidelización.
 - Aplicaciones informáticas, terminales y GDS aplicados a la emisión de documentación y a la facturación.

Orientaciones pedagógicas y metodológicas.

Este módulo tiene como objetivo principal facilitar al alumnado el conocimiento suficiente para realizar labores de intermediación en la venta de servicios y productos turísticos en agencias de viajes.

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

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

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

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

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

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

El profesorado que imparta este módulo debe hacerlo incluyendo para el desarrollo de los contenidos ejercicios y prácticas relacionados con:

- Búsqueda de información sobre productos/servicios en manuales, páginas web, GDS, folletos de mayoristas, entre otros.
- Simulaciones de atención al cliente y resolución de las posibles dudas o dificultades que puedan surgir ante la reserva de un producto/servicio.
- Cálculo de tarifas de los diferentes productos/servicios.

- Reservas reales, utilizando los medios anteriormente descritos.
- Traslado de esas reservas a un programa de gestión propio de la agencia de viajes.
- Emisión de la documentación necesaria a través de las aplicaciones informáticas propias de cada proveedor, o a través de un programa de gestión propio de la agencia de viajes (bonos, billetes, contratos de viajes combinados, entre otros).
- Cobro a clientes y liquidación/facturación a proveedores, emitiendo la documentación correspondiente.

En cualquier caso, a lo largo de toda la formación que se imparte dentro de esta titulación de «Agencias de Viajes y Gestión de Eventos», y como consecuencia de una actitud profesional por parte del profesorado, se debe conseguir que el alumnado tenga una actuación verificable acerca de:

- Mantenerse dentro de unos estándares de calidad de manera que esté presente e implantado en el día a día.
- Cumplir con todas las exigencias legales relacionadas con la Prevención de Riesgos Laborales.
- Mostrar respeto por las necesidades de los clientes y su comportamiento en el uso de los servicios de Agencias de Viajes.
- Mostrar respeto por el medio ambiente, el aprovechamiento racional de los recursos energéticos, tanto por motivos medioambientales como económicos, conocer y respetar el término de sostenibilidad.
- Actuar siempre con la actitud de respeto necesario hacia el entorno del aula, del taller, de los compañeros y del profesorado.
- Aplicar y mantenerse dentro de la deontología profesional del Sector, con todo lo que ello conlleva.

Estas actitudes deben formar parte de la evaluación del alumnado y, por tanto, formarán parte de la actuación y metodología didáctica del profesorado.

A la hora de impartir este módulo profesional, se tendrá en cuenta la necesidad de coordinación en contenidos, procesos y actividades procedimentales, con los profesores que impartan los módulos profesionales siguientes:

- Estructura del mercado turístico.
- Marketing turístico.
- Protocolo y relaciones públicas.
- Dirección de entidades de intermediación turística.
- Destinos turísticos.
- Gestión de productos turísticos.

Módulo profesional: Dirección de entidades de intermediación turística.

Equivalencia en créditos ECTS: 8.

Código: 0399.

Duración: 84 horas.

Contenidos:

1. Caracterización de entidades de intermediación turística:

- Agencias de viajes. Concepto. Evolución histórica. Clasificación legal. Otras clasificaciones en el sector de las agencias de viajes.
- Requisitos específicos para su funcionamiento.
- Agencias de viajes especializadas. Servicios que ofertan.
- Otras figuras de intermediación y gestión de servicios y productos turísticos.
- Centrales de reservas.
- Normativa europea, nacional y autonómica aplicable a la actividad de intermediación de servicios turísticos.
- Deontología profesional.
- Organismos y asociaciones nacionales e internacionales.
- Los grupos de gestión y/o intermediación.
- Franquicias en las Agencias de Viajes.

2. Organización de entidades de intermediación turística:

- Concepto de organización en las empresas de intermediación turística. Principios.
- Sistemas y tipos de organización, formal e informal.
- Estructuras organizativas:
 - Clásicas.
 - Modernas.
- El proceso de departamentalización o áreas:
 - Área técnica o de producto.
 - Área comercial o de marketing.
 - Área administrativa.
 - Área financiera.

- Relaciones interdepartamentales.
 - Concepto, clasificación y diseño de organigramas. Definición de puestos de trabajo y descripción de funciones.
 - Concepto de planificación y planes empresariales. Definición de objetivos, estrategias y políticas.
 - El proceso de planificación. Etapas.
 - Valoración de la importancia de la planificación en la gestión empresarial.
3. Control de la rentabilidad en entidades de intermediación turística:
- Concepto de gestión económica y financiera en las empresas de intermediación turística.
 - Conceptos básicos de contabilidad: cuenta, cargo, abono, ingreso, gasto, asiento, normalización contable, entre otros.
 - El patrimonio. Concepto. Elementos y masas patrimoniales.
 - Análisis de balances:
 - Período medio de maduración.
 - Fondo de rotación o maniobra.
 - Equilibrio financiero.
 - Ratios de solvencia, liquidez y endeudamiento.
 - Los costes. Concepto. Tipos. Cálculo e imputación de costes derivados de la gestión de empresas de intermediación turística.
 - Análisis de la estructura de ingresos y gastos de las empresas de intermediación turística.
 - La cuenta de resultados de las empresas de intermediación turística.
 - Análisis de la rentabilidad. Cálculo de ratios, margen de beneficio y umbral de rentabilidad.
 - Presupuestos. Tipos. Elaboración y presentación de presupuestos. Control presupuestario, determinación de desviaciones y adopción de medidas correctoras.
 - Financiación. Estructura financiera de la empresa. Fuentes de financiación propias y ajenas. Coste de las fuentes financieras.
 - Aplicaciones informáticas de gestión económico-financiera.

4. Realización de la gestión administrativa y comercial:

- Procesos administrativos derivados de las relaciones con proveedores de servicios. Procedimientos. Documentos: liquidaciones, pago de facturas, BSP y otros.
- I.V.A. Concepto. Tipos impositivos. Régimen especial de las agencias de viajes. Normativa.
- Procesos administrativos derivados de las relaciones con clientes. Procedimiento. Documentos.
- Control de cajas y bancos. Análisis de la información bancaria.
- Gestión de impagos y devoluciones.
- Gestión del almacén. Inventarios. Control de existencias de documentos internos y externos.
- Gestión comercial y canales de distribución. Estrategias.
- Aplicaciones informáticas de gestión administrativa y comercial.

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

- Dirección de equipos de trabajo: sistemas de dirección, tipos de mando y liderazgo.
- Organización del personal: planificación de turnos, horarios, calendarios y otros.
- Previsión de plantillas.
- Selección de personal. Métodos.
- Manual de empresa. Concepto, contenido y función.
- La motivación. Concepto. Estrategias de incentivos a la producción.
- La formación. Programas de formación. Carreras profesionales.

6. Calidad en los servicios de intermediación turística.

- Concepto, evolución, elementos y principios rectores de la calidad en el sector turístico.
- Objetivos generales en el subsector de las empresas de intermediación turística.
- Implantación de un sistema de control de calidad de una consultora externa a la empresa.
- Manejo de las herramientas de gestión de la calidad: Autoevaluación, planificación de la mejora, sistemas indicadores, sistema de encuesta, sistema de quejas y sugerencias.

Orientaciones pedagógicas y metodológicas.

Este módulo profesional tiene como objetivo principal facilitar al alumnado un conocimiento suficiente que le permita desempeñar las funciones relativas a la dirección, tanto en agencias de viajes, como en otras empresas de intermediación y distribución turística.

Estas funciones relativas a la dirección incluirán aspectos como:

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

Las actividades que permitirán al alumnado los objetivos del módulo, y que por lo tanto son las propias de la función de dirección, versarán sobre aspectos tales como:

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

El profesorado que imparta este módulo debe hacerlo incluyendo para el desarrollo de los contenidos ejercicios y prácticas relacionados con:

- Elaborar organigramas en función de distintos modelos de organización.
- Analizar balances mediante el cálculo del periodo medio de maduración, fondo de rotación o maniobra, equilibrio financiero y los ratios de solvencia, liquidez y endeudamiento.
- Cálculo e imputación de costes.

- Cálculo de ratios de rentabilidad, margen de beneficio y umbral de rentabilidad.
- Elaboración y presentación de presupuestos.
- Liquidaciones de IVA.

En cualquier caso, a lo largo de toda la formación que se imparte dentro de esta titulación de «Agencias de Viajes y Gestión de Eventos», y como consecuencia de una actitud profesional por parte del profesorado, se debe conseguir que el alumnado tenga una actuación verificable acerca de:

- Mantenerse dentro de unos estándares de calidad de manera que esté presente e implantada en el día a día.
- Cumplir con todas las exigencias legales relacionadas con la Prevención de Riesgos Laborales.
- Mostrar respeto por las necesidades de los clientes y su comportamiento en el uso de los servicios de Agencias de Viajes.
- Mostrar respeto por el medio ambiente, el aprovechamiento racional de los recursos energéticos, tanto por motivos medioambientales como económicos, conocer y respetar el término de sostenibilidad.
- Actuar siempre con la actitud de respeto necesario hacia el entorno del aula, del taller, de los compañeros y del profesorado.
- Aplicar y mantenerse dentro de la deontología profesional del Sector, con todo lo que ello conlleva.

Estas actitudes deben formar parte de la evaluación del alumnado y, por tanto, formarán parte de la actuación y metodología didáctica del profesorado.

A la hora de impartir este módulo profesional, se tendrá en cuenta la necesidad de coordinación en contenidos, procesos y actividades procedimentales, con el profesorado que imparta los módulos profesionales siguientes:

- Gestión de productos turísticos.
- Venta de servicios turísticos.
- Marketing turístico.

Módulo Profesional: Inglés.**Equivalencia en créditos ECTS: 7.****Código: 0179.***Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.*

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado la idea principal del mensaje.
 - b) Se ha situado el mensaje en su entorno.
 - c) Se ha reconocido la finalidad de mensajes radiofónicos y de otro material grabado o retransmitido pronunciado en lengua estándar identificando el estado de ánimo y el tono del hablante.
 - d) Se ha extraído información de grabaciones en lengua estándar relacionadas con la vida social, profesional o académica.
 - e) Se han identificado los puntos de vista y las actitudes del hablante.
 - f) Se han identificado las ideas principales de declaraciones y mensajes sobre temas concretos y abstractos, en lengua estándar y con un ritmo normal.
 - g) Se ha comprendido con todo detalle lo que se le dice en lengua estándar, incluso en un ambiente con ruido de fondo.
 - h) Se han extraído las ideas principales de un mensaje emitido por un medio de comunicación, teléfono, video-conferencia, entre otros.
 - i) Se han extraído las ideas principales de conferencias, charlas e informes, y otras formas de presentación académica y profesional lingüísticamente complejas.
 - j) Se han identificado los saludos, fórmulas de cortesía y protocolo distinguiendo los distintos niveles de lengua.
 - k) Se han identificado los datos personales de una persona: nombre, dirección, n.º de teléfono, nacionalidad, profesión.
 - l) Se ha identificado el deletreo de palabras, asegurando así una correcta comprensión.
 - m) Se han formulado preguntas aclaratorias como medio para asegurar la comprensión del mensaje.
 - n) Se han realizado descripciones de personas, objetos y lugares.
 - ñ) Se ha tomado conciencia de la importancia de comprender globalmente un mensaje, sin entender todos y cada uno de los elementos del mismo.
 - o) Se han identificado los sentimientos, emociones y estado de ánimo del interlocutor y su incidencia en la emisión del discurso.
 - p) Se han diferenciado el argumento del mensaje y las opiniones del interlocutor.
2. Interpreta información profesional contenida en textos escritos complejos, analizando de forma comprensiva sus contenidos.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha leído con un alto grado de independencia, adaptando el estilo y la velocidad de la lectura a distintos textos y finalidades y utilizando fuentes de referencia apropiadas de forma selectiva.
 - b) Se han identificado expresiones propias del sector turístico general en los textos profesionales empleados.
 - c) Se han identificado las denominaciones propias del sector turístico y los conceptos básicos del sector empleando la lengua inglesa.
 - d) Se han identificado expresiones propias de la terminología turística.
 - e) Se ha interpretado la correspondencia relativa a su especialidad, captando fácilmente el significado esencial.
 - f) Se han interpretado, con todo detalle, textos extensos y de relativa complejidad, relacionados o no con su especialidad, siempre que pueda volver a leer las secciones difíciles.
 - g) Se ha relacionado el texto con el ámbito del sector a que se refiere.
 - h) Se ha identificado con rapidez el contenido y la importancia de noticias, artículos e informes sobre una amplia serie de temas profesionales y decide si es oportuno un análisis más profundo.
 - i) Se han resumido textos profesionales identificando las ideas principales que lo conforman.
 - j) Se han identificado fórmulas de cortesía y atención empleadas en el sector turístico y en sus canales habituales de comunicación sectorial.
 - k) Se ha identificado la información contenida en soportes de diferentes tipologías.
 - l) Se han realizado traducciones de textos complejos utilizando material de apoyo en caso necesario.
 - m) Se han interpretado mensajes técnicos recibidos a través de soportes telemáticos: e-mail, fax.
 - n) Se han interpretado instrucciones extensas y complejas, que estén dentro de su especialidad.
3. Emite mensajes orales claros y bien estructurados, analizando el contenido de la situación y adaptándose al registro lingüístico del interlocutor.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los registros utilizados para la emisión del mensaje.
- b) Se ha expresado con fluidez, precisión y eficacia sobre una amplia serie de temas generales, académicos, profesionales o de ocio, marcando con claridad la relación entre las ideas.

- c) Se ha comunicado espontáneamente, adoptando un nivel de formalidad adecuado a las circunstancias, manteniendo conversaciones cotidianas y del sector turístico con suficiente fluidez.
 - d) Se han emitido mensajes orales en el ámbito de la comunicación interpersonal de modo presencial.
 - e) Se han mantenido conversaciones telefónicas acerca de temas relacionados con actividades cotidianas.
 - f) Se han descrito experiencias personales sobre diferentes temas profesionales o cotidianos.
 - g) Se ha utilizado el deletreo, si fuera necesario, como forma de asegurar una correcta comprensión.
 - h) Se han transmitido consejos y recomendaciones manifestando la opinión personal.
 - i) Se han utilizado normas de protocolo en presentaciones formales e informales.
 - j) Se ha utilizado correctamente la terminología de la profesión.
 - k) Se han transmitido mensajes propios del sector turístico y de la vida cotidiana.
 - l) Se han expresado y defendido puntos de vista con claridad, proporcionando explicaciones y argumentos adecuados.
 - m) Se ha descrito y secuenciado un proceso de trabajo de su competencia.
 - n) Se ha argumentado con todo detalle, la elección de una determinada opción o procedimiento de trabajo elegido.
 - ñ) Se ha solicitado la reformulación del discurso o parte del mismo cuando se ha considerado necesario.
 - o) Se han formulado peticiones de servicios determinados en la vida cotidiana.
 - p) Se ha transmitido agradecimiento justificando las causas que lo motivan.
 - q) Se han formulado y facilitado respuesta a reclamaciones.
 - r) Se ha facilitado información sobre el entorno, itinerarios o rutas por una determinada ubicación.
 - s) Se han relatado hechos o historias relacionadas con el entorno.
 - t) Se ha mantenido una conversación acerca de temas cotidianos o del entorno profesional o académico.
 - u) Se han realizado presentaciones orales con el apoyo de medios tecnológicos.
4. Elabora documentos e informes propios del sector o de la vida académica y cotidiana, relacionando los recursos lingüísticos con el propósito del mismo.

Criterios de evaluación:

- a) Se han redactado textos claros y detallados sobre una variedad de temas relacionados con su especialidad, sintetizando y evaluando información y argumentos procedentes de varias fuentes.
 - b) Se han redactado cartas comerciales y de respuesta solicitudes de información o prestación de servicios.
 - c) Se ha redactado el currículum vitae empleando la lengua inglesa.
 - d) Se ha organizado la información con corrección, precisión, coherencia y cohesión, solicitando y/o facilitando información de tipo general o detallada.
 - e) Se han redactado descripciones de lugares, empresas y servicios propios del entorno cotidiano y del sector turístico.
 - f) Se han redactado informes, destacando los aspectos significativos y ofreciendo detalles relevantes que sirvan de apoyo.
 - g) Se han redactado documentos y otros soportes informativos dirigidos al público en general.
 - h) Se han redactado anuncios o textos informativos breves dirigidos a los medios de comunicación.
 - i) Se ha cumplimentado documentación específica de su campo profesional.
 - j) Se han elaborado instrucciones breves y concisas dirigidas a personas de su entorno cotidiano, profesional o académico.
 - k) Se han aplicado las fórmulas establecidas y el vocabulario específico en la cumplimentación de documentos.
 - l) Se han resumido artículos, manuales de instrucciones y otros documentos escritos, utilizando un vocabulario amplio para evitar la repetición frecuente.
 - m) Se han utilizado las fórmulas de cortesía propias del documento a elaborar.
5. Aplica actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación, describiendo las relaciones típicas características del país de la lengua extranjera.

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido los rasgos más significativos de las costumbres y usos de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.
- b) Se han reconocido referencias culturales lingüísticas y no lingüísticas sobre aspectos de la vida cotidiana en los países de la lengua extranjera.
- c) Se han descrito los protocolos y normas de relación social propios del país empleado correctamente fórmulas de cortesía en el trato.

- d) Se han valorado elementos socioculturales correspondientes a países de lengua inglesa en las informaciones que transmiten los medios de comunicación.
- e) Se han valorado positivamente el enriquecimiento que las costumbres y tradiciones de otras culturas o sociedades nos pueden aportar.
- f) Se ha profundizado en aquellos aspectos que faciliten el conocimiento de otros países o culturas a partir del intercambio de información gracias a la relación y comunicación con personas procedentes de países de lengua inglesa.
- g) Se han identificado los valores y creencias propios de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.
- h) Se ha identificado los aspectos socio-profesionales propios del sector, en cualquier tipo de texto.
- i) Se han aplicado los protocolos y normas de relación social propios del país de la lengua extranjera.
- j) Se han reconocido los marcadores lingüísticos de la procedencia regional.

Duración: 160 horas.

Contenidos:

1. Análisis de mensajes orales. Comprensión de mensajes profesionales y cotidianos:

- Mensajes directos, telefónicos, radiofónicos, grabados.
- Terminología específica del sector de las agencias de viajes y gestión de eventos.
- Terminología propia del sector turístico.
- Descripciones.
- Datos personales. Documentación.
- Ideas principales y secundarias. Argumentos y opiniones.
- Recursos gramaticales. Tiempos verbales, preposiciones, phrasal verbs, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales.
- Otros recursos lingüísticos: acuerdos y desacuerdos, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia.
- Diferentes acentos de lengua oral.
- El saludo. Fórmulas de cortesía y saludo.

2. Interpretación de mensajes escritos:

- Comprensión de mensajes, textos, artículos básicos profesionales del sector y cotidianos:
 - Soportes telemáticos: fax, e-mail, burofax.
 - Terminología específica del sector desde las agencias de viajes y la gestión de eventos. «False friends».
 - Ideas principales y secundarias.
 - Recursos gramaticales: Tiempos verbales, preposiciones, phrasal verbs, I wish + pasado simple o perfecto, I wish + World, If only; uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales.
- Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.
- Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.

3. Producción de mensajes orales:

- Mensajes orales:
 - Registros utilizados en la emisión de mensajes orales.
 - Terminología específica del sector de las agencias de viajes y la gestión de eventos. «False friends».
 - Recursos gramaticales. Tiempos verbales, preposiciones, phrasal verbs, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales.
 - Otros recursos lingüísticos: acuerdos y desacuerdos, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia.
 - Fonética. Sonidos y fonemas vocálicos y sus combinaciones y sonidos y fonemas consonánticos y sus agrupaciones.
 - Pronunciación y diferenciación entre /s / y /z /.
 - Pronunciación de los pasados de verbos regulares.
 - Formas fuertes y débiles en verbos y artículos.
 - Acentuación de palabras.
 - Marcadores lingüísticos de relaciones sociales, normas de cortesía y diferencias de registro.
- Mantenimiento y seguimiento del discurso oral:
 - Toma, mantenimiento y cesión del turno de palabra.

- Apoyo, demostración de entendimiento, petición de aclaración, etc.
- Entonación como recurso de cohesión del texto oral: uso de los patrones de entonación.

4. Emisión de textos escritos:

- Expresión y cumplimentación de mensajes y textos profesionales y cotidianos:
 - Currículum vitae y soportes telemáticos: fax, e-mail, burofax.
 - Terminología específica del sector de las agencias de viajes y la gestión de eventos.
 - Idea principal e ideas secundarias.
 - Recursos gramaticales: Tiempos verbales, preposiciones, phrasal verbs, verbos modales, locuciones, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto.
- Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.
- Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.
- Coherencia textual:
 - Adecuación del texto al contexto comunicativo.
 - Tipo y formato de texto.
 - Variedad de lengua. Registro.
 - Selección léxica, de estructuras sintácticas y de contenidos relevante.
 - Inicio del discurso e introducción del tema. Desarrollo y expansión:
 - Ejemplificación.
 - Conclusión y/o resumen del discurso.
 - Uso de los signos de puntuación.

5. Identificación e interpretación de los elementos culturales más significativos de los países de lengua extranjera (inglesa):

- Valoración de las normas socioculturales y protocolarias en las relaciones internacionales.
- Uso de los recursos formales y funcionales en situaciones que requieren un comportamiento socioprofesional con el fin de proyectar una buena imagen de la empresa.

- Reconocimiento de la lengua extranjera para profundizar en conocimientos que resulten de interés a lo largo de la vida personal y profesional.
- Uso de registros adecuados según el contexto de la comunicación, el interlocutor y la intención de los interlocutores.

Orientaciones pedagógicas y metodológicas.

Este módulo profesional tiene como principal objetivo la formación necesaria para el desempeño de actividades relacionadas con el sector turístico empleando la lengua inglesa, oral y escrita en niveles muy diferentes. Así, el alumnado podría precisar del empleo de la lengua inglesa de forma espontánea en departamentos de ventas o de gestión de producto; podría hacerlo de modo más formal y menos espontáneo, en ámbitos telefónicos y deberá expresarse de forma escrita en casos de contratación y gestión. No obstante, en este primer momento, el profesorado preparará al alumnado para una especialización posterior.

El profesorado debe reforzar los conocimientos de la lengua inglesa procedentes del Bachillerato y preparar al alumnado para una especialización posterior. Además, debe afrontar, independientemente del estudio gramatical de la lengua, totalmente necesario, las presentes orientaciones:

- Propondrá actividades en las cuales debe reforzar el aspecto oral de la lengua.
- No se descuidará, bajo ningún aspecto, el uso de la lengua escrita.
- El alumnado debe realizar exposiciones orales a partir de:
 - Simulaciones de presencia de usuarios nativos de la lengua.
 - Escucha de grabaciones y DVD de la vida cotidiana y del sector profesional.
 - Textos escritos procedentes de medios de comunicación.
 - Textos procedentes de Internet.
- La lengua debe ser el instrumento de comunicación durante el desarrollo de las clases.

Además, el profesorado propondrá actividades de trabajo basadas en:

- Simulaciones de comunicación.
- Juegos de rol que simulen situaciones reales.
- Creación de conversaciones que provoquen debates en el grupo.
- Grabación de situaciones de comunicación por parte del alumno.
- Extracción de los conocimientos gramaticales presentes en las actividades anteriores.

- Producción y comprensión de textos y mensajes orales.
- Revisión y repaso sistemático.
- Fomento del trabajo autónomo por parte del alumno.
- Prácticas de pronunciación.

En cualquier caso, a lo largo de toda la formación que se imparte dentro de esta titulación de «Agencias de Viajes y Gestión de Eventos», y como consecuencia de una actitud profesional por parte del profesorado, se debe conseguir que el alumnado tenga una actitud positiva hacia los aprendizajes y sea capaz de comprender la gran necesidad de uso de la lengua inglesa en su desarrollo profesional.

Esta actitud debe formar parte de la evaluación del alumnado y, por tanto, formará parte de la actuación y metodología didáctica del profesorado.

A la hora de impartir este módulo profesional, se tendrá en cuenta la necesidad de coordinación en contenidos, procesos y actividades procedimentales, con el profesorado que imparta los módulos profesionales siguientes:

- Todos los módulos profesionales.

Módulo Profesional: Segunda lengua extranjera.

Equivalencia en créditos ECTS: 7.

Código: 0180.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha situado el mensaje en su entorno o en su contexto profesional.
- b) Se ha captado la idea principal del mensaje.
- c) Se ha reconocido la finalidad de mensajes sencillos a partir de materiales grabados o retransmitidos a partir de diferentes medios.
- d) Se ha extraído información de grabaciones sencillas en lengua estándar relacionadas con la vida social, profesional o académica.
- e) Se han identificado las ideas principales de declaraciones y mensajes breves sobre temas concretos, en lengua estándar y con un ritmo normal.
- f) Se ha identificado la información específica contenida en el mismo.
- g) Se ha identificado la actitud e intención del interlocutor.

- h) Se han extraído las ideas principales de un mensaje emitido por un medio de comunicación, teléfono, video-conferencia, entre otros.
- i) Se ha identificado el hilo argumental de una situación comunicativa visionada.
- j) Se han determinado los roles que aparecen en una secuencia visionada.
- k) Se han identificado los saludos, fórmulas de cortesía y protocolo distinguiendo los distintos niveles de lengua.
- l) Se han identificado los datos personales de una persona: nombre, dirección, n.º de teléfono, nacionalidad, profesión.
- m) Se ha identificado el deletreo de palabras, asegurando así una correcta comprensión.
- n) Se han formulado preguntas aclaratorias como medio para asegurar la comprensión del mensaje.
- ñ) Se han realizado sencillas descripciones de personas, objetos y lugares.
- o) Se han seguido sencillas instrucciones emitidas en lengua extranjera.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha leído de forma comprensiva textos específicos de su ámbito profesional a partir de fuentes tales como publicaciones, folletos.
- b) Se ha identificado con precisión la terminología utilizada y sencillas expresiones propias del sector turístico general en los textos profesionales empleados.
- c) Se ha extraído la información más relevante de un texto relativo a su profesión a partir de fuentes tales como publicaciones, folletos.
- d) Se ha relacionado el texto con el ámbito del sector a que se refiere.
- e) Se han realizado traducciones directas e inversas de textos específicos sencillos, utilizando materiales de consulta y diccionarios técnicos.
- f) Se han identificado fórmulas de cortesía y atención empleadas en el sector turístico y en sus canales habituales de comunicación sectorial.
- g) Se ha interpretado el mensaje recibido a través de soportes telemáticos: e-mail, fax.
- h) Se ha relacionado el texto con el ámbito del sector a que se refiere.
- i) Se han leído con cierto grado de independencia distintos tipos de textos, adaptando el estilo y la velocidad de lectura aunque pueda presentar alguna dificultad con modismos poco frecuentes.
- j) Se han interpretado instrucciones sencillas en su ámbito de competencia.

3. Emite mensajes orales sencillos, claros y bien estructurados, relacionando el propósito del mensaje con las estructuras lingüísticas adquiridas.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha comunicado utilizando fórmulas sencillas, nexos de unión y estrategias de interacción.
- b) Se ha utilizado correctamente la terminología de la profesión.
- c) Se han manifestado preferencias laborales en su sector profesional.
- d) Se ha descrito con relativa fluidez su entorno profesional más próximo.
- e) Se han secuenciado las actividades propias de un proceso productivo de su sector profesional.
- f) Se han emitido mensajes orales en el ámbito de la comunicación interpersonal de modo presencial.
- g) Se han mantenido sencillas conversaciones telefónicas acerca de temas relacionados con actividades cotidianas.
- h) Se han realizado sencillas descripciones de experiencias personales sobre diferentes temas cotidianos.
- i) Se ha utilizado el deletreo, si fuera necesario, como forma de asegurar una correcta comprensión.
- j) Se han transmitido consejos y recomendaciones manifestando la opinión personal.
- k) Se han transmitido sencillos mensajes acerca de temas relacionados con su entorno cotidiano.
- l) Se han realizado, de manera clara, presentaciones breves y preparadas sobre un tema dentro de su especialidad.
- m) Se han utilizado normas de protocolo en presentaciones adaptadas a su nivel.
- n) Se ha respondido a preguntas breves complementarias relativas a su profesión.
- ñ) Se ha intercambiado, con cierta fluidez, información específica utilizando frases de estructura sencilla.
- o) Se han formulado peticiones de servicios determinados en la vida cotidiana.
- p) Se ha transmitido agradecimiento justificando las causas que lo motivan.
- q) Se han formulado y facilitado respuesta a reclamaciones.
- r) Se ha facilitado información sobre el entorno, itinerarios o rutas por una determinada ubicación.

- s) Se han relatado hechos o historias relacionadas con el entorno.
 - t) Se ha mantenido una sencilla conversación acerca de temas cotidianos.
 - u) Se han realizado presentaciones orales con el apoyo de medios tecnológicos.
4. Elabora textos sencillos, relacionado reglas gramaticales con el propósito de los mismos.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha cumplimentado información básica requerida en distintos tipos de documentos.
 - b) Se ha elaborado una solicitud de empleo a partir de una oferta de trabajo dada.
 - c) Se ha redactado un breve currículum.
 - d) Se ha cumplimentado un texto dado con apoyos visuales y claves lingüísticas aportadas.
 - e) Se ha elaborado un pequeño informe con un propósito comunicativo específico.
 - f) Se ha redactado una carta comercial a partir de instrucciones detalladas y modelos dados.
 - g) Se han redactado sencillas descripciones de lugares, empresas y servicios propios del entorno cotidiano y del sector turístico.
 - h) Se han redactado documentos sencillos y otros soportes informativos dirigidos al público en general.
 - i) Se han redactado pequeños anuncios o textos informativos breves dirigidos a los medios de comunicación.
 - j) Se han realizado resúmenes breves de textos sencillos, relacionados con su entorno profesional.
5. Aplica actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación, describiendo las relaciones típicas características del país de la lengua extranjera.

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido los rasgos más significativos de las costumbres y usos de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.
- b) Se han reconocido referencias culturales lingüísticas y no lingüísticas sobre aspectos de la vida cotidiana en los países de la lengua extranjera.
- c) Se han descrito los protocolos y normas de relación social propios del país.
- d) Se han valorado elementos socioculturales correspondientes a países donde se habla la lengua extranjera en las informaciones que transmiten los medios de comunicación.

- e) Se han valorado positivamente el enriquecimiento que las costumbres y tradiciones de otras culturas o sociedades nos pueden aportar.
- f) Se han identificado los valores y creencias propios de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.
- g) Se han identificado los aspectos socio-profesionales propios del sector, en cualquier tipo de texto.
- h) Se han aplicado los protocolos y normas de relación social propios del país de la lengua extranjera.
- i) Se han reconocido los marcadores lingüísticos de la procedencia regional.

Duración: 160 horas.

Contenidos:

1. Comprensión de mensajes orales:

- Reconocimiento de sencillos mensajes profesionales del sector y cotidianos.
- Sencillos mensajes directos, telefónicos, radiofónicos, grabados.
- Terminología propia del sector turístico.
- Descripciones.
- Datos personales. Documentación.
- Ideas principales y secundarias.
- Recursos lingüísticos. Estructuras y funciones.
- Recursos gramaticales.
- El saludo. Fórmulas de cortesía y saludo.

2. Interpretación de mensajes escritos:

- Comprensión de mensajes, textos, artículos profesionales del sector y cotidianos.
- Ideas principales e ideas secundarias.
- Recursos gramaticales.
- Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.
- Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.

3. Producción de mensajes orales:

– Mensajes orales:

- Registros utilizados en la emisión de mensajes orales.
- Terminología específica del sector turístico.
- Expresión fónica, acento, entonación y ritmo.
- Marcadores lingüísticos de relaciones sociales, normas de cortesía y diferencias de registro.
- Uso de formas verbales.

– Mantenimiento y seguimiento del discurso oral:

- Toma, mantenimiento y cesión del turno de palabra.
- Apoyo, demostración de entendimiento, petición de aclaración, etc.
- Entonación como recurso de cohesión del texto oral: uso de los patrones de entonación.

– Fonética:

- Los sonidos vocálicos y consonánticos del alfabeto correspondiente a la lengua extranjera.
- Pronunciación.

4. Emisión de textos escritos:

- Expresión y cumplimentación de documentos y textos profesionales del sector y cotidianos.
- Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.
- Nexos.
- Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.

5. Coherencia textual:

- Identificación e interpretación de los elementos culturales más significativos de los países donde se hable la lengua extranjera.
- Valoración de las normas socioculturales y protocolarias en las relaciones internacionales.
- Uso de los recursos formales y funcionales en situaciones que requieren un comportamiento socioprofesional con el fin de proyectar una buena imagen de la empresa.

- Reconocimiento de la lengua extranjera para profundizar en conocimientos que resulten de interés a lo largo de la vida personal y profesional.
- Uso de registros adecuados según el contexto de la comunicación, el interlocutor y la intención de los interlocutores.

Orientaciones pedagógicas y metodológicas.

Este módulo profesional tiene como principal objetivo la formación necesaria para el desempeño de actividades relacionadas con el sector turístico empleando una segunda lengua extranjera, el francés oral y escrito en niveles muy diferentes. Así, el alumnado podría precisar del empleo de la lengua francesa de forma espontánea en departamentos de ventas o de gestión de producto; podría hacerlo de modo más formal y menos espontáneo en ámbitos telefónicos y deberá expresarse de forma escrita en casos de contratación y gestión.

El profesorado debe reforzar los conocimientos de la lengua extranjera, si existiera, procedentes del Bachillerato y preparar al alumno para una especialización posterior. No obstante, es fácil que el alumno no posea conocimientos previos de la lengua y, por tanto, el inicio desde un nivel básico sería una metodología necesaria. Preparar al alumnado para un uso oral de la lengua francesa, especialmente en el momento de la especialización, debe ser uno de sus objetivos. Además, debe afrontar, independientemente del estudio gramatical de la lengua, totalmente necesario, el fomento del uso de la lengua oral, como se expresa en las siguientes orientaciones:

- Propondrá actividades en las cuales se fomente el aspecto oral de la lengua.
- No se descuidará, bajo ningún aspecto, el uso de la lengua escrita.
- El alumnado debe realizar exposiciones orales a partir de:
 - Simulaciones de presencia de usuarios nativos de la lengua.
 - Escucha de grabaciones sencillas y DVD de la vida cotidiana y del sector profesional.
 - Textos escritos procedentes de medios de comunicación.
 - Textos procedentes de Internet.

El hecho de que la lengua debe sea el instrumento de comunicación durante el desarrollo de las clases debe convertirse en un objetivo verificable.

Además, el profesorado propondrá sencillas actividades de trabajo basadas en:

- Simulaciones de comunicación.
- Juegos de rol que simulen situaciones reales.
- Creación de conversaciones que provoquen debates en el grupo.
- Grabación de situaciones de comunicación por parte del alumno.

- Extracción de los conocimientos gramaticales presentes en las actividades anteriores.
- Producción y comprensión de textos y mensajes orales.
- Revisión y repaso sistemático.
- Fomento del trabajo autónomo por parte del alumno.
- Prácticas de pronunciación.

En cualquier caso, a lo largo de toda la formación que se imparte dentro de esta titulación de «Agencias de Viajes y Gestión de Eventos», y como consecuencia de una actitud profesional por parte del profesorado, se debe conseguir que el alumnado tenga una actitud positiva hacia los aprendizajes y sea capaz de comprender la gran necesidad de uso de la lengua francesa en su desarrollo profesional. Esta actitud debe formar parte de la evaluación del alumnado y, por tanto, formará parte de la actuación y metodología didáctica del profesorado.

A la hora de impartir este módulo profesional, se tendrá en cuenta la necesidad de coordinación en contenidos, procesos y actividades procedimentales, con los profesores que impartan los módulos profesionales siguientes:

- Todos los módulos profesionales.

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

Equivalencia en créditos ECTS: 5.

Código: 0400.

Duración: 30 horas.

Orientaciones pedagógicas y metodológicas.

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

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

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

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

Las actividades profesionales asociadas a estas funciones se desarrollan en el sector de las agencias de viajes y la gestión de eventos, abarcando de manera integrada aspectos de otras funciones como son la gestión de recursos turísticos, la gestión de los

recursos propios de los eventos, marketing, comercialización y reservas, promoción del sector, seguridad del medioambiente, prevención de riesgos y seguridad laboral.

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

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

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

El proyecto será realizado por el alumno, de forma individual, preferentemente durante el tercer trimestre del segundo curso. El alumno será tutorizado por un profesor, que imparta docencia en segundo curso del ciclo formativo, de la especialidad de Hostelería y Turismo, de acuerdo con lo establecido en el Anexo III A) del Real Decreto 1254/2009 de 24 de julio, no obstante, dado que los resultados de aprendizaje y criterios de evaluación de este módulo complementan los del resto de los módulos y tiene un carácter integrador de todos los módulos del ciclo, sería conveniente la colaboración de todos los profesores con atribución docente en el ciclo formativo.

Módulo Profesional: Formación y orientación laboral.

Equivalencia en créditos ECTS: 5.

Código: 0401.

Duración: 96 horas.

Contenidos:

BLOQUE A: Formación, Legislación y Relaciones Laborales.

Duración: 46 horas.

1. Búsqueda activa de empleo:

- Valoración de la importancia de la formación permanente para la trayectoria laboral y profesional del Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa. Programas europeos.
- Valoración de la empleabilidad y adaptación como factores clave para responder a las exigencias del mercado laboral.
- Identificación de los itinerarios formativos relacionados con el Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.

- Análisis de los intereses, aptitudes y motivaciones personales para la carrera profesional.
- Definición y análisis del sector profesional del título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- Características personales y profesionales más apreciadas por empresas del sector de las Agencias de Viajes en Castilla y León.
- Proceso de búsqueda de empleo en pequeñas, medianas y grandes empresas del sector.
- La búsqueda de empleo. Fuentes de información.
- Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo.
- Oportunidades de autoempleo.
- El proceso de toma de decisiones.
- La igualdad de oportunidades en el acceso al empleo.

2. Gestión del conflicto y equipos de trabajo:

- Valoración de las ventajas e inconvenientes del trabajo en equipo para la eficacia de la organización.
- Tipología de equipos de trabajo.
- Equipos en el sector de las agencias de viajes y gestión de eventos según las funciones que desempeñan.
- Formación y funcionamiento de equipos eficaces.
- La participación en el equipo de trabajo.
- Técnicas de participación.
- Identificación de roles. Barreras a la participación en el equipo.
- Conflicto: características, fuentes y etapas.
- Consecuencias de los conflictos.
- Métodos para la resolución o supresión del conflicto.
- La comunicación como instrumento fundamental para el trabajo en equipo y la negociación. Comunicación asertiva.

3. Contrato de trabajo:

- El Derecho del Trabajo. Normas fundamentales.
- Órganos de la administración y jurisdicción laboral.

- Análisis de la relación laboral individual.
- Modalidades del contrato de trabajo y medidas de fomento de la contratación.
- Derechos y deberes derivados de la relación laboral.
- El tiempo de trabajo.
- Análisis del recibo de salarios. Liquidación de haberes.
- Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo.
- Valoración de las medidas para la conciliación familiar y profesional.
- Representación de los trabajadores en la empresa.
- Medidas de conflicto colectivo. Procedimientos de solución.
- Análisis de un convenio colectivo aplicable al ámbito profesional del Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- Beneficios para los trabajadores en las nuevas organizaciones: flexibilidad, beneficios sociales, entre otros.

4. Seguridad Social, Empleo y Desempleo:

- Estructura del Sistema de la Seguridad Social.
- Determinación de las principales obligaciones de empresarios y trabajadores en materia de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización.
- Situaciones protegibles en la protección por desempleo.
- Cálculo de bases de cotización a la seguridad social y determinación de cuotas en un supuesto sencillo.
- Prestaciones de la Seguridad Social.
- Cálculo de una prestación por desempleo de nivel contributivo básico.

BLOQUE B: Prevención de Riesgos Laborales.

Duración: 50 horas.

5. Evaluación de riesgos profesionales:

- Importancia de la cultura preventiva en todas las fases de la actividad. Sensibilización, a través de las estadísticas de siniestralidad nacional y en Castilla y León, de la necesidad de hábitos y actuaciones seguras.
- Valoración de la relación entre trabajo y salud.
- El riesgo profesional.

- Análisis de factores de riesgo.
 - Análisis de riesgos ligados a las condiciones de seguridad.
 - Análisis de riesgos ligados a las condiciones ambientales.
 - Análisis de riesgos ligados a las condiciones ergonómicas y psicosociales.
 - Riesgos específicos en el sector de las agencias de viajes y gestión de eventos.
 - La evaluación de riesgos en la empresa como elemento básico de la actividad preventiva.
 - Técnicas de evaluación de riesgos.
 - Condiciones de trabajo y seguridad.
 - Determinación de los posibles daños a la salud del trabajador que pueden derivarse de las situaciones de riesgo detectadas. Los accidentes de trabajo, las enfermedades profesionales y otras patologías.
6. Planificación de la prevención de riesgos en la empresa. Prevención integrada:
- Marco normativo en materia de prevención de riesgos laborales.
 - Derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.
 - Responsabilidades en materia de prevención de riesgos laborales.
 - Gestión de la prevención en la empresa. Documentación.
 - Organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
 - Planificación de la prevención en la empresa. Secuenciación de actuaciones.
 - Definición del contenido del Plan de Prevención de un centro de trabajo relacionado con el sector profesional.
 - Planes de emergencia y de evacuación en entornos de trabajo.
 - Elaboración de un plan de emergencia en una «pyme».
 - Representación de los trabajadores en materia preventiva.
7. Aplicación de medidas de prevención y protección en la empresa:
- Determinación de las medidas de prevención y protección individual y colectiva.
 - Señalización de seguridad.
 - Protocolo de actuación ante la situación de emergencias.
 - Prioridades y secuencia de actuación en el lugar del accidente.

- Urgencia médica. Primeros auxilios. Conceptos básicos.
- Aplicación de técnicas de primeros auxilios.
- Vigilancia de la salud de los trabajadores.
- Formación a los trabajadores en materia de planes de emergencia y aplicación de técnicas de primeros auxilios.

Orientaciones pedagógicas y metodológicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para que el alumnado pueda insertarse laboralmente y desarrollar su carrera profesional en el sector de las Agencias de viajes y gestión de eventos, conociendo en cada momento las obligaciones y derechos que le son propios como trabajador.

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

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

Módulo Profesional: Empresa e iniciativa emprendedora.

Equivalencia en créditos ECTS: 4.

Código: 0402.

Duración: 63 horas.

Contenidos:

1. Iniciativa emprendedora:

- Innovación y desarrollo económico. Principales características de la innovación en las actividades de las Agencias de Viajes y la Gestión de Eventos (materiales, tecnología, organización de la producción, entre otros).

- El trabajo por cuenta propia como fuente de creación de empleo y bienestar social.
- Responsabilidad social de la empresa.
- Factores claves de los emprendedores: iniciativa, creatividad y formación.
- Desarrollo del espíritu emprendedor a través del fomento de las actitudes de creatividad, iniciativa, autonomía y responsabilidad.
- La actuación de los emprendedores como empleados de actividades de las Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- Fomento de las capacidades emprendedoras de un trabajador por cuenta ajena.
- La actuación de los emprendedores como empresarios de una pyme del sector de las Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- Análisis de las oportunidades de negocio en el sector de las Agencias de Viajes y Gestión de eventos.
- Análisis de la capacidad para asumir riesgos del emprendedor.
- El empresario. Requisitos para el ejercicio de la actividad empresarial. Aptitudes y actitudes.
- Plan de empresa: la idea de negocio en el ámbito de las actividades de las Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- Búsqueda de ideas de negocio. Análisis y viabilidad de las mismas.

2. La empresa y su entorno:

- Funciones básicas de la empresa.
- Estructura organizativa de la empresa. Organigrama.
- La empresa como sistema.
- El entorno general de la empresa en los aspectos económico, social, demográfico y cultural.
- Competencia. Barreras de entrada.
- Relaciones con clientes y proveedores.
- Variables del marketing mix: precio, producto, comunicación y distribución.
- Análisis del entorno general y específico de una pyme de actividades de las Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- Relaciones de una pyme de actividades de las Agencias de Viajes y Gestión de Eventos con su entorno.

- Cultura empresarial e Imagen corporativa.
 - Relaciones de una pyme de actividades de las Agencias de Viajes y Gestión de Eventos con el conjunto de la sociedad.
 - El balance social: Los costes y los beneficios sociales.
 - La ética empresarial en empresas de actividades de las Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
3. Creación y puesta en marcha de una empresa:
- Tipos de empresa.
 - Elección de la forma jurídica.
 - La franquicia como forma de empresa.
 - Ventajas e inconvenientes de las distintas formas jurídicas con especial atención a la responsabilidad legal.
 - La fiscalidad en las empresas.
 - Impuestos más importantes que afectan a la actividad de la empresa.
 - Trámites administrativos para la constitución de una empresa.
 - Relación con organismos oficiales.
 - Subvenciones y ayudas destinadas a la creación de empresa de actividades de las Agencias de Viajes y Gestión de Eventos en la localidad de referencia.
 - Viabilidad económica y viabilidad financiera de una «pyme» de actividades de las Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
 - Plan de empresa: elección de la forma jurídica, estudio de viabilidad económico y financiera, trámites administrativos y gestión de ayudas y subvenciones.
 - Vías externas de asesoramiento y gestión. La ventanilla única empresarial.
4. Función administrativa:
- Concepto de contabilidad y nociones básicas.
 - Cuentas anuales obligatorias.
 - Análisis de la información contable.
 - Ratios.
 - Cálculo de coste, beneficio y umbral de rentabilidad.
 - Obligaciones fiscales de las empresas.

- Calendario fiscal.
- Gestión administrativa de una empresa de actividades de las Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- Documentos básicos utilizados en la actividad económica de la empresa: nota de pedido, albarán, factura, letra de cambio, cheque y otros.
- Gestión de aprovisionamiento. Valoración de existencias. Volumen óptimo de pedido.
- Elaboración de un plan de empresa.

Orientaciones pedagógicas y metodológicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desarrollar la propia iniciativa en el ámbito empresarial, tanto hacia el autoempleo como hacia la asunción de responsabilidades y funciones en el empleo por cuenta ajena.

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

- Manejo de las fuentes de información sobre el sector de las Agencias de Viajes y Gestión de Eventos, incluyendo el análisis de los procesos de innovación sectorial en marcha.
- La realización de casos y dinámicas de grupo que permitan comprender y valorar las actitudes de los emprendedores y ajustar la necesidad de los mismos al sector servicios relacionado con los procesos de servicio en empresas de actividades de las Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- La realización de un proyecto de plan de empresa relacionada con la actividad de mecanizado y que incluya todas las facetas de puesta en marcha de un negocio: viabilidad, organización de la producción y los recursos humanos, acción comercial, control administrativo y financiero, así como justificación de su responsabilidad social.
- Utilización de la herramienta Aprende a Empezar.

Módulo profesional: Formación en Centros de Trabajo.

Equivalencia en créditos ECTS: 22.

Código: 0403.

Duración: 380 horas.

Este módulo profesional contribuye a completar las competencias y objetivos generales, propios de este título, que se han alcanzado en el centro educativo o a desarrollar competencias características difíciles de conseguir en el mismo.

ANEXO III**Módulo profesional: Inglés para agencias de viajes y gestión de eventos.****Código: CL10.***Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.*

1. Reconoce información profesional en el ámbito de las actividades de agencias de viajes y gestión de eventos contenida en discursos orales claros y sencillos emitidos en lengua estándar, identificando el contenido global del mensaje.

Criterios de evaluación:

- a) Se han reconocido aquellos aspectos y terminología propios del sector turístico en general y de las actividades de agencias de viajes y gestión de eventos en particular.
- b) Se han identificado los componentes de la oferta turística de un determinado núcleo receptor de Turismo.
- c) Se han identificado las características de la demanda turística comparándolas con las diferentes tipologías de Turismo existentes en el mercado nacional.
- d) Se han interpretado instrucciones profesionales acerca de la organización y funcionamiento de los distintos departamentos existentes en una pyme de actividades de agencias de viajes y gestión de eventos.
- e) Se han interpretado peticiones de información oral o telefónica realizada por cliente o prestatarios de servicios turísticos.
- f) Se han recogido solicitudes de reserva, confirmación y cambios por cuenta de clientes, prestatarios e intermediarios de servicios turísticos utilizando como medio la vía telefónica.
- g) Se han recogido solicitudes de reserva, confirmación y cambios por cuenta de clientes personados en el establecimiento.
- h) Se han interpretado reclamaciones recibidas.
- i) Se han identificado fórmulas de saludo y tratamiento de clientes en las actividades de agencias de viajes y gestión de eventos.

2. Interpreta información escrita relativa a las actividades de agencias de viajes y gestión de eventos contenida en textos de naturaleza diversa, analizando de forma comprensiva sus contenidos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han interpretado manuales y otra documentación relativa al funcionamiento de una empresa de actividades de agencias de viajes y gestión de eventos.

- b) Se ha interpretado la información contenida en textos profesionales y publicaciones turísticas, folletos, ..., relativas a las actividades de agencias de viajes y gestión de eventos.
- c) Se ha analizado el contenido de textos o documentos comerciales, acuerdos, bonos o contratos que contribuyen o intervienen en el desarrollo de las actividades de agencias de viajes y gestión de eventos.
- d) Se han identificado las ideas contenidas en documentos y otros soportes comerciales.
- e) Se ha recogido información comercial expresada en la lengua extranjera presente en páginas web identificadas con el servicio y comercialización de actividades de agencias de viajes y gestión de eventos.
- f) Se ha recogido información de servicio expresada en la lengua extranjera presente en páginas web identificadas con el servicio y comercialización de actividades de agencias de viajes y gestión de eventos.
- g) Se ha comprendido un escrito de petición de gestión y reserva de servicios o de anulación y los datos correspondientes.
- h) Se ha identificado una reclamación presentada por escrito.
- i) Se ha extraído la información contenida en folletos, páginas Web, Internet, entre otras, relativa al ámbito profesional.
- j) Se ha interpretado la información correspondiente a las actividades de agencias de viajes y gestión de eventos que pueden existir en establecimientos turísticos, tales como cartas de folletos, guías, entre otros.
- k) Se ha interpretado información contenida en soportes diversos que pueden influir en el proceso de prestación del servicio, tales como horarios, tarifas, entre otros.

3. Emite mensajes orales sencillos, claros y bien estructurados, relativos al desarrollo de las actividades de agencias de viajes y gestión de eventos, analizando el contenido de la situación y adaptándose a la situación de la conversación.

Criterios de evaluación:

- a) Se han descrito las diferentes funciones que se desarrollan en una pequeña empresa de actividades de agencias de viajes y gestión de eventos.
- b) Se ha establecido la comunicación con personas que usen la lengua extranjera empleando el tratamiento adecuado y mostrando el respeto debido.
- c) Se han descrito los servicios que componen la oferta de una empresa de actividades de agencias de viajes y gestión de eventos.
- d) Se han descrito los elementos que forman parte de la oferta de una empresa de actividades de agencias de viajes y gestión de eventos.

- e) Se han emitido mensajes a través de la megafonía.
 - f) Se ha atendido a clientes, prestatarios de servicios e intermediarios de forma telefónica o presencial en la solicitud de gestión de reservas, confirmaciones o cambios, facilitando la información necesaria para el cliente.
 - g) Se han propuesto alternativas al servicio demandado en el caso de que resulte imposible aceptar las solicitudes.
 - h) Se ha recibido al cliente con cortesía y profesionalidad atendiendo a sus expectativas.
 - i) Se ha facilitado la información relativa al servicio propio de una empresa de actividades de agencias de viajes y gestión de eventos y otras formalidades propias del momento de acogida del cliente.
 - j) Se ha asesorado al cliente acerca de las diferentes ofertas de servicios propios y externos, de acuerdo con sus solicitudes.
 - k) Se ha descrito el contenido de diferentes servicios asociados a las actividades de agencias de viajes y gestión de eventos.
 - l) Se ha informado al cliente acerca de itinerarios o rutas asociadas al servicio básico pactado.
 - m) Se ha atendido a reclamaciones de clientes expresando las excusas correspondientes y facilitando las explicaciones adecuadas para su comprensión por parte de los clientes.
 - n) Se han emitido avisos y anuncios a clientes empleando la lengua extranjera.
 - ñ) Se ha explicado con diligencia el contenido de los diferentes documentos asociados a las actividades de agencias de viajes y gestión de eventos.
 - o) Se han emitido instrucciones empleando la lengua extranjera.
4. Elabora textos y documentación escrita propios del sector de las actividades de agencias de viajes y gestión de eventos relacionándolos con sus propósitos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han cumplimentado fichas y formularios propios del servicio característico de una empresa de actividades de agencias de viajes y gestión de eventos.
- b) Se han redactado notas explicativas dirigidas a clientes de una empresa de actividades de agencias de viajes y gestión de eventos.
- c) Se han redactado cartas dirigidas a clientes, prestatarios de servicios e intermediarios a modo de presentación de los servicios.
- d) Se han cumplimentado documentos de confirmación de reservas e información de los servicios empleando correctamente las normas de cortesía.

- e) Se ha establecido comunicación con otros interlocutores empleando para ello textos redactados para su envío por fax, e-mail, entre otros.
- f) Se han redactado documentos comerciales para el envío de facturas, liquidaciones de comisiones o remesas de créditos generados como consecuencia de acuerdos comerciales.
- g) Se han redactado acuerdos comerciales y contratos, si procede, empleando la lengua extranjera.

Duración: 63 horas.

Contenidos:

1. Comprensión de mensajes orales:

- Reconocimiento de mensajes propios del ámbito de las actividades de las Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- Mensajes directos, telefónicos, radiofónicos o grabados que pueden aparecer en el desarrollo profesional del sector de las actividades de las Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- Identificación de la terminología específica del sector de las actividades de las Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- Identificación de la terminología propia del sector turístico.
- Descripciones.
- Datos personales. Documentación.
- El saludo. Fórmulas de cortesía y saludo.
- Componentes de la reserva de servicios. Intervención en la recogida de solicitudes.

2. Interpretación de mensajes escritos:

- Identificación de los elementos que componen la oferta de un establecimiento destinado a las actividades de las Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- Comprensión de textos y documentos relacionados con las actividades de las Agencias de Viajes y Gestión de Eventos:
 - Manuales de funcionamiento.
 - Folletos.
 - Páginas web.
 - Contratos u otros acuerdos.
 - Bonos de Agencia.

- Terminología específica de las actividades de las Agencias de Viajes y Gestión de Eventos:
 - Intervención relacionada con la presencia de los clientes.
 - Intervención relacionada con la asistencia telefónica a clientes
 - Intervención relacionada con el empleo de medios ofimáticos y telemáticos.
 - Intervención relacionada con el empleo de las TIC.

3. Producción de mensajes orales:

- Mensajes orales:
 - Registros utilizados en la emisión de mensajes orales.
- Empleo de la terminología específica de las actividades de las Agencias de Viajes y Gestión de Eventos:
 - Relacionada con clientes.
 - Relacionada con prestatarios de servicios.
 - Relacionada con cualquier otro servicios asociado (interno o externo).
- Empleo de la terminología propia del sector turístico.
- Uso del teléfono.
- Tratamiento de personas en las actividades de las Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- Intervención en la solicitud, confirmación, denegación o cambios en gestiones relacionadas con las Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- Intervención relacionada con la presencia de los clientes.
- Intervención relacionada con la asistencia telefónica a clientes.
- Intervención relacionada con el empleo de medios ofimáticos y telemáticos.
- Intervención relacionada con el empleo de las TIC.

4. Emisión de textos escritos:

- Expresión y cumplimentación de documentos relacionados con gestión y venta de productos propios de las actividades de las Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- Cartas comerciales y de presentación de servicios.
- Contratos y acuerdos comerciales.
- Folletos.

Orientaciones pedagógicas y metodológicas.

Este módulo profesional mantiene como principal objetivo la formación necesaria para el uso de la lengua inglesa en el desempeño de actividades relacionadas con el sector de las Agencias de Viajes y Gestión de Eventos, y sirve además para especializar al alumnado en el sector.

El profesorado debe trasladar los contenidos de sus enseñanzas al ámbito de la especialidad, participando el alumnado en situaciones similares al módulo cursado en el primer curso, pero mucho más localizado en la actividad meramente profesional. Por tanto:

- Propondrá actividades en las cuales debe reforzar el aspecto oral de la lengua.
- No se descuidará, bajo ningún aspecto, el uso de la lengua escrita.
- El alumno debe realizar exposiciones orales a partir de:
 - Simulaciones de presencia de usuarios nativos de la lengua.
 - Escucha de grabaciones y DVD de la vida cotidiana y del sector profesional.
 - Textos escritos procedentes de medios de comunicación.
 - Textos procedentes de Internet.
- La lengua debe ser el instrumento de comunicación durante el desarrollo de las clases.

Además, el profesorado propondrá actividades de trabajo basadas en:

- Simulaciones de comunicación telefónica y cara a cara.
- Juegos de rol que simulen situaciones reales en un establecimiento del sector de las Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- Creación de conversaciones que provoquen debates en el grupo acerca del funcionamiento de una pyme de actividades de agencias de viajes y gestión de eventos.
- Grabación de situaciones de comunicación o intervenciones profesionales por parte del alumno.
- Extracción de los conocimientos gramaticales presentes en las actividades anteriores.
- Producción y comprensión de textos y mensajes orales, incluso como apoyo de futuras intervenciones profesionales.
- Revisión y repaso sistemático.
- Fomento del trabajo autónomo por parte del alumno.
- Prácticas de pronunciación.

En cualquier caso, a lo largo de toda la formación que se imparte dentro de esta titulación de «Agencias de Viajes y Gestión de Eventos», y como consecuencia de una actitud profesional por parte del profesorado, se debe conseguir que el alumnado tenga una actitud positiva hacia los aprendizajes y sea capaz de comprender la gran necesidad del uso de la lengua inglesa en su desarrollo profesional. Esta actitud debe formar parte de la evaluación del alumnado y, por tanto, formará parte de la actuación y metodología didáctica del profesorado.

A la hora de impartir este módulo profesional, se tendrá en cuenta la necesidad de coordinación en contenidos, procesos y actividades procedimentales, con el profesorado que imparta los módulos profesionales siguientes:

- Todos los módulos profesionales.

Módulo profesional: Segunda lengua extranjera para agencias de viajes y gestión de eventos, Francés.

Código: CL11.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:

1. Reconoce información profesional en el ámbito de las actividades de agencias de viajes y gestión de eventos contenida en discursos orales claros y sencillos emitidos en lengua estándar, identificando el contenido global del mensaje.

Criterios de evaluación:

- a) Se han reconocido aquellos aspectos y terminología propios del sector turístico en general y de las actividades de agencias de viajes y gestión de eventos en particular.
- b) Se han identificado los componentes de la oferta turística de un determinado núcleo receptor de Turismo.
- c) Se han identificado las características de la demanda turística comparándolas con las diferentes tipologías de Turismo existentes en el mercado nacional.
- d) Se han interpretado instrucciones profesionales acerca de la organización y funcionamiento de los distintos departamentos existentes en una pyme de actividades de agencias de viajes y gestión de eventos.
- e) Se han interpretado peticiones de información oral o telefónica realizada por cliente o prestatarios de servicios turísticos.
- f) Se han recogido solicitudes de reserva, confirmación y cambios por cuenta de clientes, prestatarios e intermediarios de servicios turísticos utilizando como medio la vía telefónica.
- g) Se han recogido solicitudes de reserva, confirmación y cambios por cuenta de clientes personados en el establecimiento.
- h) Se han interpretado reclamaciones recibidas.

- i) Se han identificado fórmulas de saludo y tratamiento de clientes en las actividades de agencias de viajes y gestión de eventos.

2. Interpreta información escrita relativa a las actividades de agencias de viajes y gestión de eventos contenida en textos de naturaleza diversa, analizando de forma comprensiva sus contenidos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han interpretado manuales u otra documentación relativa al funcionamiento de una empresa de actividades de agencias de viajes y gestión de eventos.
- b) Se ha interpretado la información contenida en textos profesionales y publicaciones turísticas, folletos, entre otros, relativas a las actividades de agencias de viajes y gestión de eventos.
- c) Se ha analizado el contenido de textos o documentos comerciales, acuerdos, bonos o contratos que contribuyen o intervienen en el desarrollo de las actividades de agencias de viajes y gestión de eventos.
- d) Se han identificado las ideas contenidas en documentos y otros soportes comerciales.
- e) Se ha recogido información comercial expresada en la lengua extranjera presente en páginas web identificadas con el servicio y comercialización de actividades de agencias de viajes y gestión de eventos.
- f) Se ha recogido información de servicio expresada en la lengua extranjera presente en páginas web identificadas con el servicio y comercialización de actividades de agencias de viajes y gestión de eventos.
- g) Se ha comprendido un escrito de petición de gestión y reserva de servicios o de anulación y los datos correspondientes.
- h) Se ha identificado una reclamación presentada por escrito.
- i) Se ha extraído la información contenida en folletos, páginas Web, Internet, etc., relativa al ámbito profesional.
- j) Se ha interpretado la información correspondiente a las actividades de agencias de viajes y gestión de eventos que pueden existir en establecimientos turísticos, tales como cartas de folletos, guías, entre otros.
- k) Se ha interpretado información contenida en soportes diversos que pueden influir en el proceso de prestación del servicio, tales como horarios, tarifas, entre otros.

3. Emite mensajes orales sencillos, claros y bien estructurados, relativos al desarrollo de las actividades de agencias de viajes y gestión de eventos, analizando el contenido de la situación y adaptándose a la situación de la conversación.

Criterios de evaluación:

- a) Se han descrito las diferentes funciones que se desarrollan en una pequeña empresa de actividades de agencias de viajes y gestión de eventos.
 - b) Se ha establecido la comunicación con personas que usen la lengua extranjera empleando el tratamiento adecuado y mostrando el respeto debido.
 - c) Se han descrito los servicios que componen la oferta de una empresa de actividades de agencias de viajes y gestión de eventos.
 - d) Se han descrito los elementos que forman parte de la oferta de una empresa de actividades de agencias de viajes y gestión de eventos.
 - e) Se han emitido mensajes a través de la megafonía.
 - f) Se ha atendido a clientes, prestatarios de servicios e intermediarios de forma telefónica o presencial en la solicitud de gestión de reservas, confirmaciones o cambios, facilitando la información necesaria para el cliente.
 - g) Se han propuesto alternativas al servicio demandado en el caso de que resulte imposible aceptar las solicitudes.
 - h) Se ha recibido al cliente con cortesía y profesionalidad atendiendo a sus expectativas.
 - i) Se ha facilitado la información relativa al servicio propio de una empresa de actividades de agencias de viajes y gestión de eventos y otras formalidades propias del momento de acogida del cliente.
 - j) Se ha asesorado al cliente acerca de las diferentes ofertas de servicios propios y externos, de acuerdo con sus solicitudes.
 - k) Se ha descrito el contenido de diferentes servicios asociados a las actividades de agencias de viajes y gestión de eventos.
 - l) Se ha informado al cliente acerca de itinerarios o rutas asociadas al servicio básico pactado.
 - m) Se ha atendido a reclamaciones de clientes expresando las excusas correspondientes y facilitando las explicaciones adecuadas para su comprensión por parte de los clientes.
 - n) Se han emitido avisos y anuncios a clientes empleando la lengua extranjera.
 - ñ) Se ha explicado con diligencia el contenido de los diferentes documentos asociados a las actividades de agencias de viajes y gestión de eventos.
 - o) Se han emitido instrucciones empleando la lengua extranjera.
4. Elabora textos y documentación escrita propios del sector de las actividades de agencias de viajes y gestión de eventos relacionándolos con sus propósitos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han cumplimentado fichas y formularios propios del servicio característico de una empresa de actividades de agencias de viajes y gestión de eventos.
- b) Se han redactado notas explicativas dirigidas a clientes de una empresa de actividades de agencias de viajes y gestión de eventos.
- c) Se han redactado cartas dirigidas a clientes, prestatarios de servicios e intermediarios a modo de presentación de los servicios.
- d) Se han cumplimentado documentos de confirmación de reservas e información de los servicios empleando correctamente las normas de cortesía.
- e) Se ha establecido comunicación con otros interlocutores empleando para ello textos redactados para su envío por fax, e-mail, entre otros.
- f) Se han redactado documentos comerciales para adjuntar al envío de facturas, liquidaciones de comisiones o remesas de créditos generados como consecuencia de acuerdos comerciales.

Duración: 42 horas.

*Contenidos:***1. Comprensión de mensajes orales:**

- Reconocimiento de mensajes propios del ámbito de las actividades de las Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- Mensajes directos, telefónicos, radiofónicos o grabados que pueden aparecer en el desarrollo profesional del sector de las actividades de las Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- Identificación de la terminología específica del sector de las actividades de las Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- Identificación de la terminología propia del sector turístico.
- Descripciones.
- Datos personales. Documentación.
- El saludo. Fórmulas de cortesía y saludo.
- Componentes de la reserva de servicios. Intervención en la recogida de solicitudes.

2. Interpretación de mensajes escritos:

- Identificación de los elementos que componen la oferta de un establecimiento destinado a las actividades de las Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.

- Comprensión de textos y documentos relacionados con las actividades de las Agencias de Viajes y Gestión de Eventos:
 - Manuales de funcionamiento.
 - Folletos.
 - Páginas web.
 - Contratos u otros acuerdos.
 - Bonos de Agencia.
 - Terminología específica de las actividades de las Agencias de Viajes y Gestión de Eventos:
 - Intervención relacionada con la presencia de los clientes.
 - Intervención relacionada con la asistencia telefónica a clientes.
 - Intervención relacionada con el empleo de medios ofimáticos y telemáticos.
 - Intervención relacionada con el empleo de las TIC.
3. Producción de mensajes orales:
- Mensajes orales:
 - Registros utilizados en la emisión de mensajes orales.
 - Empleo de la terminología específica de las actividades de las Agencias de Viajes y Gestión de Eventos:
 - Relacionada con clientes.
 - Relacionada con prestatarios de servicios.
 - Relacionada con cualquier otro servicios asociado (interno o externo).
 - Empleo de la terminología propia del sector turístico.
 - Uso del teléfono.
 - Tratamiento de personas en las actividades de las Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
 - Intervención en la solicitud, confirmación, denegación o cambios en gestiones relacionadas con las Agencias de Viajes.
 - Intervención relacionada con la presencia de los clientes.
 - Intervención relacionada con la asistencia telefónica a clientes.
 - Intervención relacionada con el empleo de medios ofimáticos y telemáticos.
 - Intervención relacionada con el empleo de las TIC.

4. Emisión de textos escritos:

- Expresión y cumplimentación de documentos relacionados con gestión y venta de productos propios de las actividades de las Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- Cartas comerciales y de presentación de servicios.
- Contratos y acuerdos comerciales.
- Folletos.

Orientaciones pedagógicas y metodológicas.

Este módulo profesional mantiene como principal objetivo la formación necesaria para el uso de la lengua francesa, el desempeño de actividades relacionadas con el sector de las Agencias de Viajes y Gestión de Eventos, y sirve además para especializar al alumno en el sector.

El profesorado debe trasladar los contenidos de sus enseñanzas al ámbito de la especialidad, participando el alumnado de situaciones similares al módulo cursado en el primer curso, pero mucho más localizado en la actividad meramente profesional. Por tanto:

- Propondrá actividades en las cuales debe reforzar el aspecto oral de la lengua.
- No se descuidará, bajo ningún aspecto, el uso de la lengua escrita.
- El alumno debe realizar exposiciones orales a partir de:
 - Simulaciones de presencia de usuarios nativos de la lengua.
 - Escucha de grabaciones y DVD de la vida cotidiana y del sector profesional.
 - Textos escritos procedentes de medios de comunicación.
 - Textos procedentes de Internet.

La lengua debe ser el instrumento de comunicación durante el desarrollo de las clases.

Además, el profesorado propondrá actividades de trabajo basadas en:

- Simulaciones de comunicación telefónica y cara a cara.
- Juegos de rol que simulen situaciones reales en un establecimiento del sector de las Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- Creación de conversaciones que provoquen debates en el grupo acerca del funcionamiento de una pyme de actividades de agencias de viajes y gestión de eventos.

- Grabación de situaciones de comunicación o intervenciones profesionales por parte del alumno.
- Extracción de los conocimientos gramaticales presentes en las actividades anteriores.
- Producción y comprensión de textos y mensajes orales, incluso como apoyo de futuras intervenciones profesionales.
- Revisión y repaso sistemático.
- Fomento del trabajo autónomo por parte del alumno.
- Prácticas de pronunciación.

En cualquier caso, a lo largo de toda la formación que se imparte dentro de esta titulación de «Agencias de Viajes y Gestión de Eventos», y como consecuencia de una actitud profesional por parte del profesorado, se debe conseguir que el alumnado tenga una actitud positiva hacia los aprendizajes y sea capaz de comprender la gran necesidad de uso de la lengua francesa en su desarrollo profesional. Esta actitud debe formar parte de la evaluación del alumnado y, por tanto, formará parte de la actuación y metodología didáctica del profesorado.

A la hora de impartir este módulo profesional, se tendrá en cuenta la necesidad de coordinación en contenidos, procesos y actividades procedimentales, con el profesorado que imparta los módulos profesionales siguientes:

- Todos los módulos profesionales.

ANEXO IV**ORGANIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN HORARIA**

Módulos profesionales	Duración del currículo (horas)	Centro Educativo			Centro de Trabajo
		Curso 1.º horas/semanales	Curso 2.º		3.º trimestre horas
			1.º y 2.º trimestres horas/semanales		
0171. Estructura de mercado turístico.	96	3			
0172. Protocolo y relaciones públicas.	96	3			
0173. Marketing turístico.	128	4			
0383. Destinos turísticos.	224	7			
0384. Recursos turísticos.	126		6		
0397. Gestión de productos turísticos.	126		6		
0398. Venta de servicios turísticos.	147		7		
0399. Dirección de entidades de intermediación turística.	84		4		
0179. Inglés.	160	5			
0180. Segunda lengua extranjera.	160	5			
0400. Proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos.	30			30	
0401. Formación y orientación laboral.	96	3			
0402. Empresa e iniciativa emprendedora.	63		3		
CL10. Inglés para agencias de viajes y gestión de eventos.	42		2		
CL11. Segunda lengua extranjera para agencias de viajes y gestión de eventos, Francés.	42		2		
0403. Formación en centros de trabajo.	380			380	
TOTAL	2000	30	30	410	

ANEXO V**PROFESORADO****A. Especialidades del profesorado con atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.**

Las especialidades del profesorado con atribución docente en los módulos profesionales de «Inglés para agencias de viajes y gestión de eventos» y «Segunda lengua extranjera para agencias de viajes y gestión de eventos, Francés», serán las siguientes:

Módulo profesional	Especialidad del profesorado	Cuerpo
CL10. Inglés para agencias de viajes y gestión de eventos.	– Inglés.	– Catedrático de Enseñanza Secundaria. – Profesor de Enseñanza Secundaria.
CL11. Segunda lengua extranjera para agencias de viajes y gestión de eventos, Francés.	– Francés.	– Catedrático de Enseñanza Secundaria. – Profesor de Enseñanza Secundaria.

B. Titulaciones requeridas para impartir los módulos profesionales que conforman el título en los centros de titularidad privada, de otras Administraciones distintas de la educativa y orientaciones para la Administración educativa.

Las titulaciones requeridas y cualesquiera otros requisitos necesarios para la impartición los módulos profesionales de «Inglés para agencias de viajes y gestión de eventos» y «Segunda lengua extranjera para agencias de viajes y gestión de eventos, Francés», serán las siguientes:

Módulo profesional	Titulaciones
CL10. Inglés para agencias de viajes y gestión de eventos. CL11. Segunda lengua extranjera para agencias de viajes y gestión de eventos, Francés.	- Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el título de grado correspondiente u otros títulos equivalentes a efectos de docencia.