

DISPOSICIONES**DEPARTAMENTO DE ENSEÑANZA****DECRETO 30/2014, de 11 de marzo, por el que se establece el currículo del ciclo formativo de grado superior de guía, información y asistencias turísticas.**

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

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

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

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

El Real decreto 1255/2009, de 24 de julio, ha establecido el título de técnico o técnica superior en guía, información y asistencias turísticas y ha fijado sus enseñanzas mínimas.

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

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

El objeto de este Decreto es establecer el currículo del ciclo formativo de grado superior de guía, información y asistencias turísticas, que conduce a la obtención del título correspondiente de técnico o técnica superior.

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

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

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

Decreto:

Artículo 1

Objeto

Este Decreto establece el currículo del ciclo formativo de grado superior de guía, información y asistencias turísticas, que permite obtener el título de técnico o técnica superior regulado por el Real decreto 1255/2009, de 24 de julio.

Artículo 2

Identificación del título y perfil profesional

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

Artículo 3

Currículo

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

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

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

Artículo 4

Incorporación de la lengua inglesa en el ciclo formativo

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

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

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

Artículo 5

Espacios

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

Artículo 6

Profesorado

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

Artículo 7

Acceso

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

Artículo 8

Convalidaciones

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

Artículo 9

Correspondencias

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

Artículo 10

Créditos ECTS

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

Artículo 11

Vinculación con capacidades profesionales

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

Disposición adicional

De acuerdo con el Real decreto 1255/2009, de 24 de julio, por el que se establece el título de técnico o técnica superior en guía, información y asistencias turísticas y se fijan sus enseñanzas mínimas, los elementos incluidos en este Decreto no constituyen una regulación del ejercicio de ninguna profesión titulada.

Disposiciones transitorias

Primera

La convalidación de módulos profesionales del título de formación profesional que se extingue con los módulos profesionales de la nueva ordenación que se establece se tiene que llevar a cabo de acuerdo con el artículo 15 del Real decreto 1255/2009, de 24 de julio.

Segunda

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

Disposición derogatoria

Se deroga el Decreto 305/1995, de 7 de noviembre, por el que se establece el currículo del ciclo formativo de grado superior de información y comercialización turísticas.

Disposiciones finales

Primera

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

Segunda

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

Barcelona, 11 de marzo de 2014

Artur Mas i Gavarró

Presidente de la Generalidad de Cataluña

Irene Rigau i Oliver

Consejera de Enseñanza

Anexo

1. Identificación del título

1.1 Denominación: guía, información y asistencias turísticas

1.2 Nivel: formación profesional de grado superior

1.3 Duración: 2.000 horas

1.4 Familia profesional: hotelería y turismo

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

2. Perfil profesional

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

2.1 Competencia general

La competencia general de este título consiste en planificar, promocionar e informar sobre destinos turísticos de base territorial, guiando y asistiendo a viajeros y clientes, en terminales, medios de transporte, eventos y otros destinos turísticos.

2.2 Competencias profesionales, personales y sociales

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

- a) Estudiar el potencial de las diferentes áreas territoriales y del mercado turístico de la zona, y detectar las ayudas institucionales existentes, analizando la información necesaria a fin de promocionarlas como destino.
- b) Diseñar y modificar los productos turísticos de base territorial para satisfacer las expectativas de la demanda turística y rentabilizar los recursos y la oferta de servicios del entorno.
- c) Proponer acciones de promoción y comercialización de los destinos turísticos con vista a su lanzamiento o consolidación, fijando los precios adecuados.
- d) Asesorar e informar al turista tanto en puntos de información como en el viaje o en el destino, teniendo en cuenta las normas de protocolo básicas, empleando los medios técnicos más adecuados en función de los clientes, y así lograr una prestación de servicio satisfactoria y la fidelización del visitante.
- e) Guiar y asistir viajeros en viajes, traslados o visitas, empleando las estrategias de comunicación, consiguiendo su satisfacción.
- f) Informar y conducir turistas y viajeros, fomentando el respeto por la riqueza del patrimonio cultural y natural.
- g) Coordinar las operaciones de los diferentes tipos de eventos, prestando asistencia a los clientes en los casos que así lo requieran.
- h) Atender las contingencias, los imprevistos y las quejas que puedan surgir y afectar viajeros y situaciones, y solucionar los problemas que ocasionen permitiendo un desarrollo adecuado del servicio.
- i) Prestar servicios específicos a los clientes en medios de transporte, así como en terminales de viajeros (aeropuertos y estaciones) cumpliendo las formalidades propias de estos procesos de manera adecuada.
- j) Aplicar los protocolos de calidad en los servicios, así como en las actuaciones de postventa, buscando la satisfacción de los clientes.
- k) Incrementar la eficacia de los servicios prestados mediante el empleo de aplicaciones informáticas y de gestión, así como las TIC.

CVE-DOGC-B-14070108-2014

- l) Motivar el personal a su cargo, delegar funciones y tareas promoviendo la participación y el respeto, las actitudes de tolerancia y los principios de igualdad de oportunidades.
- m) Resolver problemas y tomar decisiones individuales siguiendo las normas y los procedimientos establecidos, definidos dentro del ámbito de su competencia.
- n) Mantener el espíritu de innovación, de mejora de los procesos de servicio y de actualización de conocimientos en el ámbito de su trabajo.
- o) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de las relaciones laborales, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente.
- p) Detectar y analizar oportunidades de empleo y de autoempleo desarrollando una cultura emprendedora y adaptándose a diferentes puestos de trabajo y nuevas titulaciones.
- q) Establecer y administrar una pequeña empresa, realizando un análisis básico de viabilidad de productos y servicios, de planificación y de comercialización.

2.3 Capacidades clave

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

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

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

Cualificación: guía de turistas y visitantes

Unidades de competencia:

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

Se relaciona con:

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

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

Se relaciona con:

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

UC_2-1071-11_3: prestar servicios de acompañamiento y asistencia a turistas y visitantes y diseñar itinerarios

Se relaciona con:

UC1071_3: prestar servicios de acompañamiento y asistencia a turistas y visitantes y diseñar itinerarios turísticos

CVE-DOGC-B-14070108-2014

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

Se relaciona con:

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

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

Se relaciona con:

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

Cualificación: promoción turística local e información al visitante

Unidades de competencia:

UC_2-1074-11_3: gestionar información turística

Se relaciona con:

UC1074_3: gestionar información turística

UC_2-1075-11_3: crear, promocionar y gestionar servicios y productos turísticos locales

Se relaciona con:

UC1075_3: crear, promocionar y gestionar servicios y productos turísticos locales

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

Se relaciona con:

UC0268_3: gestionar unidades de información y distribución turísticas

Cualificación: creación y gestión de viajes combinados y eventos

Unidades de competencia:

UC_2-1056-11_3: gestionar eventos

Se relaciona con:

UC1056_3: gestionar eventos

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

Se relaciona con:

UC0268_3: gestionar unidades de información y de distribución turísticas

4. Campo profesional

4.1 El ámbito profesional y de trabajo

Este profesional ejercerá la actividad en el sector turístico, entendido éste en su sentido más amplio, que incluye todo tipo de eventos, terminales de viajeros y empresas de transporte, además de las áreas turísticas tradicionales, como destinos y puntos de información, entre otros.

4.2 Las principales ocupaciones y puestos de trabajo son:

- a) Guía local.
- b) Guía acompañante.
- c) Guía en emplazamientos de bienes de interés cultural.
- d) Personal informador turístico.
- e) Jefe de oficinas de información.
- f) Personal promotor turístico.
- g) Personal técnico de empresa de consultoría turística.
- h) Agente de desarrollo turístico local.
- i) Personal asistente en medios de transporte terrestre o marítimo.
- j) Personal asistente en terminales (estaciones, puertos y aeropuertos).
- k) Personal encargado de facturación en terminales de transporte.
- l) Personal asistente en ferias, congresos y convenciones.
- m) Personal encargado de servicios en eventos.

5. Currículo

5.1 Objetivos generales del ciclo formativo

Los objetivos generales de este ciclo formativo son los siguientes:

- a) Analizar e interpretar diferentes fuentes, seleccionando la información sobre la oferta turística del entorno y las ayudas institucionales para estudiar el potencial de las diferentes áreas territoriales y del mercado turístico de la zona.
- b) Realizar procesos de investigación de mercados turísticos, interpretando cada una de las fases secuenciadas para diseñar y modificar productos turísticos de base territorial rentables y de calidad.
- c) Identificar los destinos turísticos nacionales e internacionales más relevantes, analizando su oferta, características y ciclos de vida para proponer acciones de promoción y comercialización.
- d) Identificar y seleccionar información turística, analizando las fuentes, los medios, el nivel y los procedimientos más adecuados para asesorar e informar al turista en puntos de información, en viajes o en el destino, empleando al menos el inglés y otro idioma extranjero.
- e) Identificar y seleccionar estrategias de comunicación analizando su adecuación en cada tipo de servicio para guiar y asistir viajeros en viajes, traslados o visitas, empleando al menos el inglés y otro idioma extranjero.
- f) Reconocer y valorar el patrimonio natural y cultural, analizando sus peculiaridades para informar y conducir a turistas y viajeros.
- g) Analizar los procesos de servicios y los medios técnicos y humanos, identificando los procedimientos en cada caso para coordinar las operaciones en diferentes tipos de eventos.
- h) Reconocer los problemas más comunes asociados al servicio y a sus posibles soluciones, analizando y aplicando las técnicas de atención a los clientes apropiadas para atender las posibles contingencias, imprevistos y quejas.

CVE-DOGC-B-14070108-2014

- i) Analizar los procesos de prestación del servicio, identificando los recursos técnicos y humanos, así como los procedimientos habituales en terminales de transporte de viajeros para prestar servicios específicos a los clientes.
- j) Caracterizar los procedimientos de los servicios y las actuaciones postventa, seleccionando las técnicas apropiadas para la aplicación de los protocolos de calidad.
- k) Caracterizar aplicaciones informáticas y de gestión así como las TIC, reconociendo su utilidad para incrementar la eficacia de los servicios prestados.
- l) Analizar las actitudes positivas valorando la participación, el respeto, la tolerancia y la igualdad de oportunidades entre las personas para motivar el personal a su cargo y delegar funciones del puesto de trabajo.
- m) Identificar las normas de seguridad ambiental y de prevención de riesgos laborales, reconociendo los factores de riesgo y parámetros de calidad asociados a la prestación de los servicios de guía, información y asistencia turística para aplicar los protocolos de seguridad laboral y ambiental durante todo el proceso de prestación de servicio.
- n) Valorar las actividades de trabajo en los procesos de prestación de los servicios de guía, información y asistencia turística, identificando su aportación al proceso global de prestación del servicio para conseguir los objetivos previamente identificados.
- o) Valorar la diversidad de opiniones como fuente de enriquecimiento, reconociendo otras prácticas, ideas y creencias para resolver problemas y tomar decisiones.
- p) Reconocer e identificar posibilidades de mejora profesional, recabando información y adquiriendo conocimientos para la innovación y actualización en el ámbito de su trabajo.
- q) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo de la sociedad, analizando el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.
- r) Reconocer e identificar posibilidades de negocio, analizando el mercado y estudiando la viabilidad de los proyectos para la generación de su propio empleo.

5.2 Relación de los módulos profesionales y unidades formativas

Módulo profesional 1: estructura del mercado turístico

Duración: 99 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: contextualización del sector turístico. 20 horas

UF 2: tipologías y tendencias turísticas. 20 horas

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

Módulo profesional 2: destinos turísticos

Duración: 165 horas

Horas de libre disposición: 33 horas

Equivalencia en créditos ECTS: 12

Unidades formativas que lo componen:

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

CVE-DOGC-B-14070108-2014

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

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

UF 4: destinos turísticos internacionales. 22 horas

Módulo profesional 3: servicios de información turística

Duración: 132 horas

Horas de libre disposición: 33

Equivalencia en créditos ECTS: 6

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: sistemas de información turística. 20 horas

UF 2: plan de atención al público. 20 horas

UF 3: dirección de entidades de información turística. 59 horas

Módulo profesional 4: protocolo y relaciones públicas

Duración: 132 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Unidades formativas que lo componen:

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

UF 2: comunicación y atención al cliente. 46 horas

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

Módulo profesional 5: recursos turísticos

Duración: 165 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 10

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: patrimonio cultural. 70 horas

UF 2: patrimonio natural. 50 horas

UF 3: interpretación del patrimonio. 45 horas

Módulo profesional 6: procesos de guía y asistencia turística

Duración: 165 horas

Horas de libre disposición: 33

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: los servicios de guía. 35 horas

UF 2: movilidad de grupos. 35 horas

UF 3: asistencia y guía de grupos. 62 horas

Módulo profesional 7: diseño de productos turísticos

Duración: 165 horas

Horas de libre disposición: 33

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: el producto turístico. 70 horas

UF 2: planificación del producto turístico. 32 horas

UF 3: desarrollo del producto turístico. 30 horas

Módulo profesional 8: marketing turístico

Duración: 132 horas

Horas de libre disposición: 33

Equivalencia en créditos ECTS: 10

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: fundamentos del marketing turístico. 20 horas

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

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

UF 4: el plan de marketing. 22 horas

Módulo profesional 9: inglés

Duración: 132 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 7

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: inglés técnico. 132 horas

Módulo profesional 10: segunda lengua extranjera

Duración: 132 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 7

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: segunda lengua extranjera. 132 horas

Módulo profesional 11: formación y orientación laboral

CVE-DOGC-B-14070108-2014

Duración: 99 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 5

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: incorporación al trabajo. 66 horas

UF 2: prevención de riesgos laborales. 33 horas

Módulo profesional 12: empresa e iniciativa emprendedora

Duración: 66 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 4

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: empresa e iniciativa emprendedora. 66 horas

Módulo profesional 13: proyecto de guía, información y asistencias turísticas

Duración: 66 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 5

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: proyecto de guía, información y asistencias turísticas. 66 horas

Módulo profesional 14: formación en centros de trabajo

Duración: 350 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 22

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: formación en centros de trabajo. 350 horas

5.3 Descripción de los módulos profesionales y de las unidades formativas

Módulo profesional 1: estructura del mercado turístico

Duración: 99 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: contextualización del sector turístico. 20 horas

UF 2: tipologías y tendencias turísticas. 20 horas

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

UF 1: contextualización del sector turístico

Duración: 20 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

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

Contenidos

1. Contextualización del sector turístico:
 - 1.1 Concepto y definiciones relacionadas con el turismo.
 - 1.2 Evolución del turismo.
 - 1.3 Entidades públicas y privadas de ámbito local, regional, nacional e internacional relacionadas con el sector turístico.
 - 1.4 El profesional del turismo en el ámbito de su profesión.
 - 1.5 El núcleo turístico.
 - 1.5.1 La actividad turística en el desarrollo de un núcleo poblacional.
 - 1.5.2 Importancia económica del turismo para el núcleo turístico.
 - 1.6 Fuentes de información turística.
 - 1.6.1 Primarias y secundarias: externas e internas.
 - 1.6.2 Las nuevas tecnologías como fuentes de información y de promoción turística.
 - 1.7 Encuentros nacionales e internacionales en materia de turismo.

UF 2: tipologías y tendencias turísticas

Duración: 20 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

1.1 Define las diferentes tipologías turísticas relacionándolas con sus características básicas.

1.2 Localiza las diferentes tipologías turísticas por su distribución geográfica.

1.3 Relaciona los diferentes factores que influyen en la localización espacial según el tipo de turismo de la zona.

1.4 Describe las ventajas e inconvenientes del desarrollo turístico de una zona.

1.5 Analiza las tendencias de las tipologías turísticas nacionales.

1.6 Analiza las tendencias de las tipologías turísticas internacionales.

1.7 Valora los factores que influyen en la demanda y la incidencia que pueden ejercer sobre ellos y su distribución.

1.8 Identifica las tipologías turísticas y sus tendencias en el caso del turismo rural.

Contenidos

1. Identificación de las tipologías turísticas y sus tendencias:

1.1 Tipologías turísticas y sus características.

1.2 Localización geográfica de las principales tipologías turísticas.

1.2.1 Factores que influyen en la localización espacial según el tipo de turismo de la zona.

1.2.2 Factores que influyen en la demanda y su grado de incidencia.

1.2.3 Ventajas e inconvenientes del desarrollo turístico de una zona.

1.3 Tendencias de las tipologías turísticas nacionales.

1.4 Tendencias de las tipologías turísticas internacionales.

1.5 El turismo rural: tipologías y tendencias.

UF3: la oferta y la demanda turística

Duración: 59 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

intermediación y de distribución.

Criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

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

Contenidos

1. Análisis de la oferta turística:
 - 1.1 La oferta turística: elementos y estructura básica.
 - 1.2 Empresas de alojamientos turísticos. Las empresas de turismo rural.
 - 1.3 La intermediación turística.
 - 1.3.1 Canales de distribución.
 - 1.3.2 Sistemas de distribución.
 - 1.4 Los medios de transporte turísticos.
 - 1.5 La oferta complementaria.
2. Caracterización de la demanda turística:
 - 2.1 Factores que influyen en el comportamiento del consumidor.
 - 2.2 Tipologías de consumidores.
 - 2.3 Elementos externos que influyen en la elasticidad de la demanda turística.

CVE-DOGC-B-14070108-2014

- 2.4 Motivaciones de la demanda turística. Estacionalidad de la demanda y acciones de desestacionalidad.
- 2.5 Tendencias actuales de la demanda turística.
- 2.6 Valoración de la importancia de conocer a la clientela como elemento dinamizador de la demanda.
- 2.7 Caracterización de la demanda turística del alojamiento rural.

Módulo profesional 2: destinos turísticos

Duración: 165 horas

Horas de libre disposición: 33 horas

Equivalencia en créditos ECTS: 12

Unidades formativas que lo componen:

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

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

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

UF 4: destinos turísticos internacionales. 22 horas

UF 1: geografía turística de Cataluña y España

Duración: 44 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

- 1.1 Identifica el concepto de geografía turística y su importancia para el conocimiento integral de los destinos.
- 1.2 Identifica la organización territorial y administrativa de España, distinguiendo las comunidades autónomas, provincias y comarcas más representativas y los municipios turísticos más relevantes, ubicándolos en el espacio geográfico.
- 1.3 Identifica y describe las principales características, unidades físicas y accidentes geográficos del relieve.
- 1.4 Identifica los principales elementos característicos de la hidrografía y del litoral.
- 1.5 Identifica y describe los paisajes característicos y la vegetación autóctona.
- 1.6 Identifica y describe los principales espacios naturales protegidos.
- 1.7 Identifica y describe las características generales del clima.
- 1.8 Analiza la distribución de la población en Cataluña y en el conjunto del estado español.
- 1.9 Identifica los principales elementos característicos de las diferentes culturas y pueblos en el conjunto del estado español.
- 1.10 Valora la pluralidad de lenguas, culturas, costumbres, ritos y creencias de las comunidades autónomas

españolas.

1.11 Identifica los materiales y fuentes para el estudio de los destinos turísticos.

1.12 Interpreta la información sobre espacios naturales y otros recursos del patrimonio natural, correspondiente a presuntos itinerarios o visitas en la zona.

Contenidos

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

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

1.2 Relieve: características. Unidades físicas. Cartografía y representación.

1.3 Demografía: distribución de la población.

1.4 Relieve costero y orografía. Hidrografía.

1.5 Climatología: nociones básicas. Los climas.

1.6 Geografía biológica. Nociones básicas y terminología. Relaciones con la zoología y la botánica.

1.7 Respeto por las diferentes creencias, lenguas, y elementos diferenciales de las comunidades autónomas.

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

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

Duración: 22 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:

1. Identifica los principales elementos de la geografía turística de Europa y del resto del mundo reconociendo la división política de los continentes y sus estados, el relieve, la hidrografía y el clima.

Criterios de evaluación

1.1 Describe las funciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en el contexto de la división territorial de los países en regiones y subregiones.

1.2 Identifica las regiones y subregiones turísticas de la OMT, ubicándolas en el espacio geográfico.

1.3 Analiza la organización política y territorial de Europa.

1.4 Identifica las principales unidades físicas de Europa.

1.5 Distingue los países comunitarios y los no comunitarios, así como los territorios dependientes de dentro y fuera de Europa, ubicándolos en el espacio geográfico.

1.6 Describe los elementos y características más relevantes y representativos del relieve, la hidrografía y el litoral europeo.

1.7 Describe las unidades físicas, paisajes y vegetación más relevantes; así como los principales espacios naturales protegidos y las características generales del clima europeo.

1.8 Analiza las características más relevantes de las diferentes culturas y pueblos de Europa.

1.9 Valora la pluralidad de lenguas, culturas, costumbres, ritos y creencias de los diferentes estados de Europa.

CVE-DOGC-B-14070108-2014

1.10 Describe las principales características de relieve, hidrografía, vegetación y clima del resto de regiones y subregiones del mundo.

1.11 Caracteriza los elementos más remarcables de la diversidad cultural del mundo.

Contenidos

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

1.1 La organización internacional del turismo. La Organización Mundial del Turismo (OMT). Concepto y funciones. Regiones y subregiones.

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

1.3 Geografía turística de Europa: elementos distintivos del relieve, hidrografía, vegetación, clima y diversidad cultural de las regiones y subregiones de la OMT.

1.4 Geografía de los grandes parques y espacios protegidos a nivel mundial. Parques nacionales y espacios naturales protegidos.

1.5 Diversidad cultural europea: culturas, pueblos, lenguas.

1.6 Geografía humana: nociones básicas, terminología y fenómenos característicos.

1.7 Geografía turística del resto del mundo: elementos distintivos del relieve, hidrografía, vegetación, clima y diversidad cultural de las regiones y subregiones de la OMT, excepto Europa.

1.8 Actitud de respeto para las diferentes razas, creencias y elementos diferenciadores de estos países.

1.9 UNESCO: el patrimonio de la humanidad.

UF 3: destinos turísticos de Cataluña y España

Duración: 44 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

1.1 Ubica destinos turísticos en su espacio geográfico.

1.2 Caracteriza los diferentes destinos turísticos atendiendo a su especialización turística.

1.3 Reconoce la oferta turística más relevante en cada tipología de destinos.

1.4 Identifica los recursos culturales, naturales y de otro tipo en los diferentes destinos.

1.5 Selecciona los destinos más relevantes atendiendo varios factores: comercial, por tendencia o promocional.

1.6 Identifica la coincidencia de tipologías turísticas en un mismo destino.

1.7 Utiliza los diferentes soportes informativos y los diferentes medios de acceso a la información.

Contenidos

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

UF 4: destinos turísticos internacionales

Duración: 22 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

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

Contenidos

1. Identificación de los principales destinos turísticos internacionales de Europa y del resto del mundo:
 - 1.1 Destinos de sol y playa. Centros turísticos litorales.
 - 1.2 Destinos culturales. Rutas culturales.
 - 1.3 Destinos urbanos. La oferta turística en las ciudades.
 - 1.4 Destinos rurales y de naturaleza.
 - 1.5 Destinos de espacios lúdicos y de ocio.
 - 1.6 Destinos deportivos y de salud y belleza.

1.7 Grandes eventos en los destinos. Principales referencias en el entorno de estos destinos.

1.8 Diferentes soportes de acceso a la información

Módulo profesional 3: servicios de información turística

Duración: 132 horas

Horas de libre disposición: 33 horas

Equivalencia en créditos ECTS: 6

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: sistemas de información turística. 20 horas

UF 2: plan de atención al público. 20 horas

UF 3: dirección de entidades de información turística. 59 horas

UF 1: sistemas de información turística

Duración: 20 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Describe los sistemas de información turística, discriminando sus características específicas según actividades turísticas y territorios.

Criterios de evaluación

- 1.1 Identifica la evolución de las oficinas de información dentro de la historia del turismo y su tendencia actual.
 - 1.2 Realiza estudios comparativos de las legislaciones turísticas y del papel y de las funciones de las oficinas en las normas comunitarias, estatales y autonómicas.
 - 1.3 Analiza la situación actual de las oficinas en Cataluña y España, y la compara con el desarrollo experimentado en Europa.
 - 1.4 Utiliza las aplicaciones informáticas para el diseño creativo y la presentación de información de las oficinas en Cataluña a partir de datos reales.
 - 1.5 Identifica otros organismos oficiales que desarrollan tareas de información y promoción turística.
2. Define los diferentes tipos de oficinas de información turística reconociendo sus finalidades específicas.

Criterios de evaluación

- 2.1 Identifica las oficinas en origen y en destino, así como otros organismos de información y promoción.
- 2.2 Interpreta las diferentes funciones y actividades de los diferentes tipos de oficinas.
- 2.3 Reconoce los diferentes profesionales de la información turística y sus puestos de trabajo.
- 2.4 Esquematiza las estructuras organizativas de los servicios de información turística.

CVE-DOGC-B-14070108-2014

- 2.5 Describe la relación con otros agentes turísticos del destino y el modo de colaboración entre ellos.
 - 2.6 Especifica los criterios que marcan prioridades en la realización del trabajo en el centro o departamento y la adaptación a la imagen corporativa de la entidad.
3. Estructura cada sistema de información turística organizando los recursos necesarios.

Criterios de evaluación

- 3.1 Describe los diferentes espacios de una oficina de información turística de acuerdo con sus funciones.
- 3.2 Identifica las fuentes de información necesarias para elaborar un fondo de documentación turística que responda a las necesidades planteadas.
- 3.3 Señaliza los servicios de información turística, puntos de información y resto de sistemas según la normativa vigente.
- 3.4 Utiliza los apoyos técnicos e informáticos más adecuados para la gestión y el tratamiento de la información.
- 3.5 Emplea los medios de elaboración y soportes de difusión de la información turística más apropiados y actuales.

Contenidos

1. Descripción de los sistemas de información turística:
 - 1.1 Historia de la información turística.
 - 1.2 Estructura de la política sobre información turística.
 - 1.3 La información como servicio turístico.
 - 1.4 Otros tipos de servicios que puede prestar un centro de información turística.
 - 1.5 Legislación en materia de información turística en Cataluña, España y Europa.
 - 1.6 Normativa sobre las oficinas de turismo.
 - 1.7 Aplicaciones informáticas de diseño y presentación de información en las oficinas de Cataluña.
2. Definición de los tipos de oficinas de información turística y sus finalidades:
 - 2.1 Tipo de centros de información turística. Normativa.
 - 2.2 Organismos oficiales.
 - 2.3 Funciones del personal de un servicio de información turística.
 - 2.4 Diferentes tipos de profesionales de la información turística.
 - 2.5 Relaciones con otras empresas, agentes y entidades del sector turístico.
3. Estructuración de los servicios de información turística:
 - 3.1 Distribución de los espacios y de las áreas en los sistemas de información turística.
 - 3.2 Redes de centros y servicios de información turística.
 - 3.3 Páginas web afines a esta temática.
 - 3.4 Plan de calidad turística de España.

3.5 Plan de acción en oficinas de turismo.

3.6 Fuentes de información turística.

UF2: plan de atención al público

Duración: 20 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Diseña el plan de atención al público de un sistema de información turística adecuando el organigrama y el resto de recursos.

Criterios de evaluación

1.1 Analiza la demanda real y potencial para plantear el diseño de oferta de productos y servicios de información que cumplan los estándares de calidad.

1.2 Describe las características del plan de atención al público, estableciendo unas pautas básicas de atención diferenciada para cada caso (presencial, por teléfono, correo electrónico u otras vías).

1.3 Identifica los horarios más adecuados para atender el servicio de información y para planificar los recursos humanos.

1.4 Ejecuta las técnicas necesarias para solucionar las posibles quejas o reclamaciones que se produzcan en los sistemas de información turística.

1.5 Obtiene las estadísticas y los informes necesarios para analizar el funcionamiento de los sistemas de información turística.

2. Comunica los productos y servicios de los sistemas de información difundiendo lastareas realizadas.

Criterios de evaluación

2.1 Identifica los instrumentos de comunicación más adecuados para difundir los productos y servicios de los sistemas de información turística.

2.2 Ejecuta las políticas y los programas de identidad corporativa.

2.3 Evalúa la posibilidad de venta de servicios opcionales o complementarios en los casos que la legislación lo permita.

2.4 Desarrolla los instrumentos administrativos para la gestión de datos sobre flujos turísticos que afectan el sistema de información.

2.5 Determina posibles vías de colaboración con otras empresas que tienen una relación directa o indirecta con el turismo de la zona.

Contenidos

1. Diseño del plan de atención al público en oficinas de información:

1.1 Asignación de los recursos humanos en una oficina.

1.2 Atención al público en los servicios de información turística.

1.3 Tratamiento de solicitudes y peticiones presenciales, por teléfono, correo electrónico u otras vías.

- 1.4 Quejas y reclamaciones.
 - 1.5 Documentación interna y externa.
 - 1.6 Ofimática y nuevas tecnologías de la información aplicada a las oficinas de turismo.
2. Comunicación y difusión de los servicios y productos de los sistemas de información turística:
- 2.1 Creación de soportes de difusión de la información turística.
 - 2.2 Los instrumentos de comunicación.
 - 2.3 Relación con los medios de comunicación.
 - 2.4 La identidad corporativa.
 - 2.5 Instrumentos de gestión para los flujos turísticos.
 - 2.6 Venta de servicios opcionales o complementarios.

UF 3: dirección de entidades de información turística

Duración: 59 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Organiza servicios de información turística analizando las estructuras organizativas y los procesos de planificación empresarial.

Criterios de evaluación

- 1.1 Justifica la importancia de la planificación en el proceso de administración empresarial.
 - 1.2 Diferencia los principales tipos de planes empresariales o institucionales para unidades de información o distribución de oferta turística.
 - 1.3 Describe las fases de un proceso de planificación empresarial o institucional como enfoque racional para establecer objetivos, tomar decisiones y seleccionar medios.
 - 1.4 Identifica los elementos básicos para establecer un proceso de dirección por objetivos.
 - 1.5 Valora la importancia de la revisión periódica de los planes empresariales en función de la aplicación de los sistemas de control característicos de cada tipo de unidad de información y distribución de oferta turística.
2. Planifica los recursos humanos necesarios para atender la organización diseñada.

Criterios de evaluación

- 2.1 Describe las funciones, responsabilidades y tareas que tiene que ejercer en los diferentes puestos de trabajo.
- 2.2 Define los sistemas de dirección de equipos de trabajo más apropiados en función del tipo de empresa de información turística.
- 2.3 Diseña turnos, horarios y planifica las vacaciones del personal dependiente del tipo de empresa y aplicando la normativa vigente.
- 2.4 Establece los métodos más idóneos para la selección de personal en función del tipo de empresa y del

CVE-DOGC-B-14070108-2014

puesto a ocupar.

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

3. Realiza la gestión y el control presupuestarios en el marco de entidades de información turística, identificando costes y elaborando presupuestos económicos que permitan establecer programas de actuación.

Criterios de evaluación

3.1 Identifica los tipos de costes empresariales y compara estructuras de costes de diferentes tipos de entidades de información turística.

3.2 Calcula costes totales unitarios y márgenes respecto a los precios de venta de diferentes servicios y productos turísticos.

3.3 Justifica la gestión presupuestaria como subfunción empresarial vinculada a las de planificación y control.

3.4 Diferencia los tipos de presupuestos más utilizados por las entidades de información turística, expresando los objetivos de cada uno de ellos y describiendo la estructura y las partidas que los componen.

3.5 Identifica las variables que se tienen que tener en cuenta en la confección de presupuestos.

3.6 Asume la necesidad de intervenir en los procesos de control económico de la unidad de información y distribución turísticas con sentido de la responsabilidad y honradez personal.

4. Realiza la gestión administrativa caracterizando los procesos de las entidades de información turística.

Criterios de evaluación

4.1 Identifica y caracteriza los procesos administrativos en entidades de información turística derivados de las relaciones con proveedores de servicios y con clientes.

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

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

4.4 Reconoce varias estrategias comerciales y de distribución de entidades de información turística.

4.5 Aplica sistemas informáticos de gestión administrativa y comercial.

5. Gestiona la calidad de los servicios de información turística analizando, seleccionando y aplicando el sistema de calidad más adecuado.

Criterios de evaluación

5.1 Explica el concepto de calidad en los servicios turísticos e identifica los factores causales de la no-calidad de los servicios turísticos.

5.2 Describe la función de gestión de la calidad en relación con los objetivos de la empresa o entidad turística y de los departamentos o unidades que la componen.

5.3 Propone la implantación de un sistema de calidad de los servicios turísticos, interpretando y aplicando las correspondientes normas de calidad, estableciendo objetivos, identificando factores clave y barreras, y definiendo el programa para su implementación respecto a las actuaciones que se tengan que realizar y sus plazos.

5.4 Establece e interpreta indicadores de calidad de los servicios turísticos y aplica métodos que permitan medir el nivel de satisfacción de los clientes respecto a los servicios.

5.5 Evalúa el sistema de calidad en las unidades de distribución e información turísticas, identificando deficiencias y áreas de mejora, estableciendo objetivos de calidad y desarrollando planes de mejora.

5.6 Gestiona la documentación e información propia del sistema de calidad implantado, determinando los

registros necesarios y el procedimiento aplicable.

5.7 Valora la necesaria participación personal en la aplicación de la gestión de la calidad como factor que facilita el logro de mejores resultados y más satisfacción de los usuarios de servicios.

5.8 Aplica el plan de calidad turística vigente en Cataluña y España a la hora de organizar los sistemas de información turística.

Contenidos

1. Planificación empresarial en las empresas y entidades de distribución y de información turística:

1.1 La planificación en el proceso de administración empresarial e institucional.

1.2 Principales tipos de planes: objetivos, estrategias y políticas. Relación entre ellos.

1.3 Pasos lógicos del proceso de planificación como enfoque racional para establecer objetivos, tomar decisiones y seleccionar medios.

1.4. Valoración de la importancia de la revisión periódica de los planes empresariales e institucionales en función de la aplicación de los sistemas de control característicos de estas entidades.

2. La función de integración y dirección de personal en unidades de distribución y de información turísticas:

2.1 Definición y objetivos.

2.2 Relación con la función de organización.

2.3 La dirección y el liderazgo en las organizaciones: justificación y aplicaciones.

2.4 Dirección y dinamización de equipos y reuniones de trabajo.

2.5 Principales métodos para la definición de puestos de trabajo correspondientes a trabajadores cualificados de la empresa o de la entidad.

2.6 Principales métodos para la selección de trabajadores cualificados de la empresa o entidad.

3. Gestión y control presupuestarios en unidades de distribución e información turísticas.

3.1 Concepto de gestión económica y financiera en unidades de distribución e información turísticas.

3.2 Análisis de la estructura de ingresos y de gastos en unidades de distribución e información turísticas.

3.3 Justificación de la gestión presupuestaria en función de sus etapas fundamentales: previsión, presupuesto y control.

3.4 Concepto, propósito y tipo de presupuestos en las unidades de información y de distribución turísticas.

3.5 Definición del ciclo presupuestario. Control, desviaciones y medidas correctoras.

3.6 Diferenciación y elaboración de los tipos de presupuestos característicos de unidades de distribución e información turísticas.

4. Control de la rentabilidad en entidades de información turística:

4.1 Concepto de gestión económica y financiera en las empresas de información turística.

4.2 El patrimonio. Concepto. Elementos y masas patrimoniales.

4.3 Presupuestos.

4.3.1 Concepto, tipo, elementos y funciones de los presupuestos.

4.3.2 Etapas fundamentales: previsión, presupuesto y control.

4.3.3 Definición del ciclo presupuestario.

4.3.4 Análisis de la estructura de ingresos y de gastos de las empresas de intermediación turística.

4.3.5 Control de presupuestos: desviaciones, cálculos y medidas correctoras.

4.4 Los costes.

4.4.1 Tipo, cálculo e imputación de costes derivados de la gestión de empresas de intermediación turística.

4.4.2 Cálculo de costes de las fuentes financieras.

5. Gestión administrativa y comercial en unidades de distribución e información turísticas:

5.1 Procesos administrativos derivados de las relaciones con proveedores de servicios. Procedimientos. Documentos.

5.2 Procesos administrativos derivados de las relaciones con los clientes. Procedimientos. Documentos.

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

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

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

5.6 Aplicaciones informáticas de gestión administrativa y comercial.

6. Calidad en los servicios de intermediación turística:

6.1 Concepto de calidad y evolución de la gestión de calidad en la empresa turística.

6.1.1 Objetivos generales en el subsector de las empresas de información turística.

6.1.2 Elementos y principios rectores de la calidad en el sector turístico: orientación hacia el cliente, liderazgo, participación del personal. Mejora continua. TQM.

6.2 Normas, sistemas de gestión de calidad y marcas.

6.2.1 Las normas UNE- EN ISO vigentes.

6.2.2 Programas de calidad de la ICTE para servicios de información turística. La Q de calidad: normativa, certificación y auditoría. Norma UNE vigente.

6.3 Implantación de un sistema de control de calidad.

6.4 Gestión por procesos.

6.4.1 El mapa de procesos.

6.4.2 Seguimiento y medición.

6.4.3 Indicadores: sistema de encuesta, sistema de quejas y sugerencias.

6.4.4 Control y planificación de la mejora.

6.5 Estructura documental de un sistema de gestión de calidad.

6.5.1 Concepto de documento, formato y registro.

6.5.2 Manual de calidad. Ciclo de gestión de la calidad.

6.5.3 Manual de procedimientos.

6.5.4 Otros documentos.

Módulo profesional 4: protocolo y relaciones públicas

Duración: 132 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Unidades formativas que lo componen:

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

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

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

UF 1: protocolo institucional, empresarial y social

Duración: 66 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

- 1.1 Caracteriza el concepto de protocolo, sus elementos y las diferentes tipologías existentes.
- 1.2 Determina los criterios para establecer la presidencia en los actos oficiales.
- 1.3 Analiza los diferentes sistemas de ordenación de los invitados en función del tipo de acto a organizar.
- 1.4 Reconoce la normativa de protocolo y de precedencias oficiales del Estado y otras instituciones.
- 1.5 Realiza los programas protocolarios en función del evento a desarrollar.
- 1.6 Analiza el diseño y la planificación de actos protocolarios.
- 1.7 Diseña diferentes tipos de invitaciones en relación con los diferentes tipos de actos.
- 1.8 Determina la ordenación de banderas dentro de los actos protocolarios.

2. Aplica el protocolo empresarial describiendo los diferentes elementos de diseño y de organización según la naturaleza, el tipo de acto y el público a quién va dirigido.

Criterios de evaluación

- 2.1 Analiza la naturaleza y el tipo de actos a organizar (congresos, convenciones, reuniones, foros y otros).
- 2.2 Identifica el público a quien va dirigido.
- 2.3 Identifica los elementos de organización y de diseño de actos protocolarios empresariales (presidencia, invitados, día, hora, lugar, etc.).
- 2.4 Verifica la aplicación correcta del protocolo durante el desarrollo del acto.
- 2.5 Enumera la documentación necesaria según el acto a organizar para su correcto desarrollo.

2.6 Elabora el programa y el cronograma del acto a organizar.

2.7 Calcula el presupuesto económico del acto a organizar.

3. Aplica el protocolo social identificando las formas según las diferentes situaciones sociales.

Criterios de evaluación

3.1 Identifica los elementos del protocolo social.

3.2 Relaciona la etiqueta social que hay que aplicar en los actos sociales en función de su tipología.

3.3 Reconoce el protocolo a seguir en la mesa así como los diferentes usos y costumbres sociales relacionados.

Contenidos

1. Aplicación del protocolo institucional:

1.1 El protocolo: concepto, origen, tipo y utilidad. Vocabulario básico.

1.2 Protocolo institucional: elementos.

1.3 La Corona. La Casa Real y la jerarquía nobiliaria en España.

1.4 Normas de colocación de presidencias y banderas. Tratamientos, honores e himnos.

1.5 Normativa en materia de protocolo y precedencias oficiales del Estado y de las Comunidades Autónomas. La ley de la derecha.

1.6 Análisis y aplicación de las técnicas de protocolo y presentación personal más habituales.

2. Aplicación del protocolo empresarial:

2.1 Objetivos y tipos de actos protocolarios empresariales.

2.2 Sistemas de organización de los invitados: precedencias internas. Técnica del "peinado".

2.3 Organización de actos públicos. Presidencias. Autoridades. Escenarios. Símbolos y regalos de empresa. Comunicación de los actos de empresa.

3. Proyección de actos protocolarios y actos públicos:

3.1 Identificación del público objetivo y adecuación del acto.

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

3.3 Presupuesto económico del acto a organizar.

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

4. Aplicación del protocolo social:

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

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

UF 2: comunicación y atención a los clientes

Duración: 46 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

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

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

1.3 Diferencia las modalidades de atención a los clientes.

1.4 Caracteriza las técnicas de atención a los clientes.

1.5 Caracteriza los diferentes tipos de clientes.

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

1.7 Aplica las acciones del contacto directo y no directo.

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

1.9 Define las técnicas de dinamización e interacción grupales.

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

Criterios de evaluación

2.1 Analiza las expectativas de los diferentes tipos de clientes.

2.2 Consigue una actitud de empatía.

2.3 Valora la importancia de una actitud de simpatía.

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

2.5 Hace uso de estrategias de comunicación no sexistas.

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

Criterios de evaluación

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

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

3.3 Identifica los diferentes canales de comunicación de las quejas, reclamaciones o sugerencias y su jerarquización dentro de la organización.

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

3.5 Establece las fases a seguir en la gestión de quejas y de reclamaciones para conseguir la satisfacción de los

clientes, dentro de su ámbito de competencia.

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

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

Contenidos

1. Comunicación con los clientes:

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

1.2 Análisis del proceso de comunicación y sus barreras.

1.3 Identificación de las características de los interlocutores.

1.4 Interpretación del mensaje.

1.5 Comunicación no sexista.

2. Técnicas de expresión:

2.1 Comunicación verbal y comunicación no verbal. La expresión corporal. Control del regreso (*feedback*).

3. Procesos de atención a los clientes:

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

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

4. Actitudes de atención a los clientes:

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

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

4.3 Actitud profesional.

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

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

5.1 Quejas, reclamaciones y sugerencias: concepto.

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

5.3 Recogida de quejas, reclamaciones o sugerencias.

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

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

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

UF 3: las relaciones públicas en el ámbito turístico

Duración: 20 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

- 1.1 Define los fundamentos y principios de las relaciones públicas.
- 1.2 Reconoce y valora los diferentes recursos de las relaciones públicas.
- 1.3 Identifica y clasifica el concepto de imagen corporativa y sus componentes.
- 1.4 Valora la importancia de la imagen corporativa.
- 1.5 Identifica y relaciona los elementos de identidad corporativa en empresas y en instituciones turísticas.
- 1.6 Identifica las principales marcas de entidades públicas y privadas del sector turístico.
- 1.7 Reconoce diferentes tipos de imagen proyectada por empresas e instituciones turísticas.
- 1.8 Valora la importancia de la imagen, la identidad corporativa, la comunicación y las relaciones públicas en las empresas e instituciones turísticas.
- 1.9 Diseña un manual protocolario y de comunicación.
- 1.10 Selecciona diferentes medios de comunicación en función del producto a comunicar.

Contenidos

1. Aplicación de los fundamentos y los elementos de las relaciones públicas en el ámbito turístico:
 - 1.1 Definición, fundamentos y principios. Aplicación y valoración en el ámbito turístico empresarial e institucional.
 - 1.2 Recursos de las relaciones públicas: relaciones con los medios de comunicación.
 - 1.3 La imagen corporativa. Elementos y tipos de imagen: imagen real y proyectada. La imagen corporativa y la identidad empresarial. El valor de la imagen corporativa.
 - 1.4 La imagen del turismo español. Principales marcas del sector.
 - 1.5 Manual protocolario y de comunicación de una empresa.

Módulo profesional 5: recursos turísticos

Duración: 165 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia créditos ECTS: 10

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: patrimonio cultural. 70 horas

UF 2: patrimonio natural. 50 horas

UF 3: interpretación del patrimonio. 45 horas

UF 1: patrimonio cultural

Duración: 70 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

- 1.1 Detecta los recursos culturales más destacados de cada comunidad autónoma.
- 1.2 Clasifica los recursos atendiendo las tipologías y empleando la legislación vigente en cada caso.
- 1.3 Determina el tipo de recurso, de qué se trata y lo explica atendiendo sus peculiaridades y su singularidad.
- 1.4 Define cuál es la protección legal e institucional existente para los diferentes recursos.
- 1.5 Reconoce los organismos e instituciones para la tutela de los recursos.
- 1.6 Establece el proceso de petición para solicitar la declaración de un recurso en relación a su tipología y características.
- 1.7 Identifica los documentos necesarios para solicitar la catalogación de un bien o recurso de la forma más adecuada.

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

Criterios de evaluación

- 2.1 Detecta las principales manifestaciones artísticas de Cataluña y de España.
- 2.2 Reconoce prototipos artísticos que constituyen los modelos universales y nacionales.
- 2.3 Caracteriza las características técnicas y culturales de cada estilo.
- 2.4 Reconoce los centros culturales de interés con actividad turística.
- 2.5 Relaciona el conocimiento general sobre historia del arte, literatura y música con sus peculiaridades en el entorno regional y local para contextualizar la información correspondiente.
- 2.6 Identifica obras de artes plásticas, literarias y musicales representativas, clasificándolas cronológicamente, por lugar de producción o procedencia, por autor y por estilo.

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

Criterios de evaluación

- 3.1 Identifica los objetivos y los elementos clave para clasificar los diferentes tipos de patrimonio histórico y cultural.
- 3.2 Crea bases de datos que identifiquen los recursos y sus descripciones más adecuadas para clasificar la tipología del recurso y su importancia.

CVE-DOGC-B-14070108-2014

- 3.3 Identifica las ciudades patrimonio de la humanidad que hay en España, así como otros bienes inscritos en la Lista de Patrimonio Mundial, como el bien de interés cultural (BIC) y otros tipos de bienes clasificados.
- 3.4 Identifica los organismos responsables de las políticas de protección del patrimonio cultural.
- 3.5 Clasifica las fiestas tradicionales de las diferentes comunidades y diferencia las de interés turístico internacional, nacional y las que se celebran a las CCAA.
- 3.6 Identifica los principales museos y centros culturales que hay en España, así como sus contenidos genéricos.
- 3.7 Distingue diferentes tipos de patrimonio cultural y describe sus principales formas y medios de protección en el ámbito internacional, estatal, regional y local.
- 3.8 Justifica la inclusión dentro del concepto de patrimonio cultural de manifestaciones no materiales como la literatura, la música, la gastronomía y las tradiciones orales.
- 3.9 Valora la diversidad y las peculiaridades de la cultura y el patrimonio cultural.

Contenidos

1. Identificación de los recursos turísticos del territorio:
 - 1.1 Recursos turísticos. Clasificación y tipología.
 - 1.2 Legislación que afecta los recursos turísticos.
 - 1.3 Normativa de protección existente en Europa y España respecto a los recursos turísticos, a su protección, mantenimiento y reconocimiento. Procedimientos legales y organismos.
2. Interpretación de los conceptos básicos del arte:
 - 2.1 Terminología del arte. Materiales y técnicas.
 - 2.2 Periodos, movimientos y estilos artísticos más representativos en pintura, escultura, arquitectura y otras manifestaciones artísticas de Cataluña y España.
 - 2.3 Principales representaciones en Cataluña y España.
3. Identificación y análisis del patrimonio histórico, artístico y sociocultural de Cataluña y de España:
 - 3.1 Diferenciación de conceptos generales y clasificación. Aspectos legales. Niveles de protección. El patrimonio de la humanidad. El papel de la UNESCO. Los bienes de interés cultural o BIC.
 - 3.2 Patrimonio y bienes patrimoniales en España. Turismo cultural.
 - 3.3 Museos y otros centros culturales. Normativa.
 - 3.4 Gastronomía de España. Elaboraciones y productos tradicionales.
 - 3.5 Enología de España. Zonas vinícolas y denominaciones de origen.
 - 3.6 Etnografía y artesanía. Productos propios de cada zona.
 - 3.7 El patrimonio intangible. Fiestas y declaraciones de interés turístico regional, nacional e internacional.
 - 3.8 Otras expresiones culturales.
 - 3.9 Tipología de la arquitectura popular en las CCAA.

UF 2: patrimonio natural

Duración: 50 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

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

Contenidos

1. Patrimonio natural y paisajístico:

- 1.1 El recurso natural y paisajístico. Conceptos generales y clasificación. Terminología.
- 1.2 Niveles de protección y aspectos legales. Espacios naturales protegidos españoles y su normativa.
- 1.3 Programas europeos de ayuda al patrimonio natural y paisajístico. El patrimonio natural de la humanidad. El papel de la UNESCO.
- 1.4 Parques nacionales y espacios naturales protegidos del ámbito nacional, autonómico, regional y local. Otros recursos naturales del entorno regional y local.
- 1.5 Turismo, cultura ambiental y sostenibilidad. Medidas para mantener el medio ambiente.
- 1.6 Manifestaciones y peculiaridades relevantes del patrimonio natural en el entorno regional y local.
- 1.7 Infraestructura básica: accesos, abastos, transportes y otros. Infraestructura turística: alojamientos, servicios de restauración, oferta recreativa y otros. Equipamientos de uso público de espacios protegidos. Proveedores de servicios. Rutas e itinerarios, visitas u otras actividades en espacios naturales susceptibles de programación.

UF 3: interpretación del patrimonio

Duración: 45 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

CVE-DOGC-B-14070108-2014

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

Criterios de evaluación

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1.13 Diseña los correspondientes cuestionarios de satisfacción.

Contenidos

1. Análisis de recursos turísticos del entorno:

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

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

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

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

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

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

Módulo profesional 6: procesos de guía y asistencia turística

Duración: 165 horas

Horas de libre disposición: 33 horas

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: los servicios de guía. 35 horas

UF 2: movilidad de grupos. 35 horas

UF 3: asistencia y guía de grupos. 62 horas

UF 1: los servicios de guía

Duración: 35 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Caracteriza los servicios de asistencia y guía analizando los procesos derivados de estas actividades.

Criterios de evaluación

1.1 Describe los principios éticos y deontológicos de la profesión.

1.2 Describe las diferentes modalidades y perfiles profesionales de la actividad de asistencia y guía de grupos turísticos.

1.3 Reconoce los diferentes tipos de servicios y caracteriza las funciones que se han desarrollar en cada uno de ellos.

1.4 Caracteriza y relaciona los aspectos de calidad y atención al cliente en los servicios de asistencia y guía.

1.5 Interpreta las disposiciones legales vigentes que afectan la actividad de asistencia y guía.

1.6 Identifica las principales asociaciones y colegios profesionales y sus funciones.

1.7 Analiza y describe la relación profesional que se establece entre los acompañantes de grupo y los guías de turismo.

2. Diseña itinerarios, visitas y otros servicios analizando la información y aplicando la metodología de cada proceso.

Criterios de evaluación

2.1 Identifica los componentes de la oferta turística de un ámbito territorial y temporal determinado.

2.2 Diseña itinerarios, rutas y visitas a recursos turísticos, caracterizando los diversos métodos y fases.

2.3 Justifica la viabilidad comercial, técnica y, en su caso, ambiental del itinerario, ruta o visita diseñada.

2.4 Identifica las posibles dificultades para personas con discapacidad o necesidades específicas.

2.5 Caracteriza y selecciona las estrategias adecuadas para adaptar la información al perfil del usuario.

2.6 Caracteriza la intermediación habitual del guía con prestatarios de los recursos y servicios turísticos y otros

guías.

2.7 Sigue los protocolos establecidos para la gestión de la documentación relativos al registro, emisión y archivo utilizando medios informáticos.

Contenidos

1. Caracterización de los servicios de asistencia y guía:

1.1 Deontología profesional.

1.2 La calidad del servicio de asistencia y guía.

1.3 Figuras profesionales. Caracterización de cada figura.

1.4 Servicios de asistencia y de guía. Funciones del guía en cada caso. Relaciones de los acompañantes de grupos turísticos con los guías turísticos y con las entidades contratantes, proveedores de servicios y otros profesionales.

1.5 Regulación de la actividad profesional.

1.6 Normativa europea, estatal y autonómica.

1.7 Regulación del acceso a la condición de guía.

1.8 Asociaciones y colegios profesionales.

2. Diseño de itinerarios, visitas y otros servicios:

2.1 Diseño y programación de los diferentes tipos de servicios. Metodología. Fases.

2.2 Análisis de viabilidad.

2.3 La accesibilidad en los recursos turísticos.

2.4 Información adaptada a diferentes perfiles de usuarios y/o servicios.

2.5 Intermediación del guía con otras entidades y profesionales del sector.

2.6 Responsabilidades contractuales.

2.7 Documentación asociada a los servicios de asistencia y de guía: fichas de recursos, lista de grupo (*rooming list*), bonos y expedientes.

2.8 Aplicaciones informáticas.

UF 2: movilidad de grupos

Duración: 35 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Describe los requisitos inherentes en los desplazamientos de viajeros analizando la normativa aplicable.

Criterios de evaluación

1.1 Identifica e interpreta la normativa sobre movimiento de viajeros en fronteras y aduanas.

1.2 Identifica las principales divisas, caracterizado la operativa del cambio y el movimiento de divisas.

CVE-DOGC-B-14070108-2014

- 1.3 Describe las funciones y los servicios que prestan los consulados y las embajadas.
 - 1.4 Identifica y describe los posibles riesgos para la seguridad y la salud de los viajeros en determinadas destinos y los trámites sanitarios exigidos en cada caso.
 - 1.5 Identifica y describe las prestaciones de los seguros de viajes, las cláusulas de las pólizas y las exclusiones, así como el procedimiento que hay que seguir en caso de contingencias.
 - 1.6 Reconoce las diferencias religiosas, culturales y otras consideraciones que deben ser tenidas en cuenta en determinados destinos.
 - 1.7 Utiliza varias fuentes para la obtención de información de utilidad al viajero.
 - 1.8 Describe las contingencias que habitualmente se producen en el desarrollo de la actividad, justificando las medidas alternativas y las técnicas de solución de incidencias que se pueden adoptar para evitarlas o solucionarlas.
2. Controla procedimientos de entradas y de salidas de viajeros en terminales de transporte caracterizando los protocolos de actuación.

Criterios de evaluación

- 2.1 Describe y caracteriza las tipologías de terminales de transporte de viajeros.
- 2.2 Describe las instalaciones, el personal y el funcionamiento básico de las terminales de transporte de viajeros.
- 2.3 Describe el contenido de un plan de seguridad en terminales de transporte de viajeros.
- 2.4 Enumera y define las operaciones y los trámites que tienen que efectuar los viajeros en las terminales de salida y de llegada, según el medio de transporte.
- 2.5 Caracteriza los procedimientos de facturación, embarque y recogida de equipajes teniendo en cuenta las características específicas de las mercancías y de cada terminal.
- 2.6 Analiza los derechos y las obligaciones de los viajeros en los medios de transporte, así como los de las empresas transportistas.
- 2.7 Describe y caracteriza los procesos en los puntos de información turística y atención al cliente en las terminales de transporte de viajeros.
- 2.8 Describe y caracteriza los servicios de reserva, venta y emisión de títulos de transporte en diferentes medios.
- 2.9 Identifica las actividades complementarias susceptibles de ser realizadas por el guía en el ámbito de las terminales de transporte de viajeros.
- 2.10 Tiene en cuenta los aspectos relacionados con la atención al cliente y la gestión de la calidad.

Contenidos

1. Descripción de los requisitos inherentes en los desplazamientos de viajeros:
 - 1.1 Viajeros, viajeros en tránsito, fronteras y aduanas.
 - 1.2 Aspectos legales y documentación.
 - 1.3 Moneda y divisa. Normativa internacional y comunitaria sobre cambio y movimiento de moneda.
 - 1.4 Consulados y embajadas. Funciones y servicios.
 - 1.5 La salud y la seguridad en los viajes.
 - 1.6 Riesgos sanitarios y de otra índole. Vacunación profiláctica y otros.

- 1.7 Seguros de viajes.
- 1.8 Actitudes del viajero en determinadas destinos: religión, cultura y tradiciones.
- 1.9 Fuentes de información de utilidad para el viajero.

2. Control de los procedimientos de entradas y de salidas de viajeros en terminales de transporte:
 - 2.1 Terminales y medios de transporte. Características, instalaciones, organización y funcionamiento básico. Plan de seguridad.
 - 2.2 Derechos y obligaciones de viajeros y transportistas.
 - 2.3 Procedimiento de facturación. Normas de seguridad y documentación.
 - 2.4 Mercancías peligrosas y animales vivos.
 - 2.5 Procedimiento de embarque.
 - 2.6 Recogida de equipajes.
 - 2.7 Protocolos de actuación en caso de incidencias.
 - 2.8 Procedimientos de reserva, venta y emisión de títulos en terminales de transporte.
 - 2.9 Otras operaciones en terminales de transporte.
 - 2.10 Información turística. Información de la compañía.
 - 2.11 Asistencia a colectivos con necesidades específicas: pasajeros con movilidad reducida, situaciones de dependencia y menores no acompañados.
 - 2.12 Tratamiento de incidencias: sobrerreserva (*overbooking*), conexiones, cancelaciones y otros.
 - 2.13 Atención de quejas y reclamaciones. Gestión de la calidad.
 - 2.14 Aplicaciones informáticas.

UF 3: asistencia y guía de grupos

Duración: 62 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Desarrolla las actividades de asistencia y guía identificando las fases y los procedimientos en cada caso.

Criterios de evaluación

- 1.1 Comprueba las condiciones de los recursos a utilizar (días de apertura, horarios, otros), la disponibilidad del transporte y cualquier otra información relevante para el desarrollo del viaje, de la ruta, del itinerario o de la visita.
- 1.2 Comprueba la documentación de viaje que aportan las agencias y los mayoristas para el guía y los prestatarios de los servicios.
- 1.3 Anticipa posibilidades de cambios en el viaje, la ruta, el itinerario o la visita por imprevistos.
- 1.4 Desarrolla las exposiciones adaptando el mensaje en función del tipo de cliente.
- 1.5 Tiene en cuenta las condiciones de accesibilidad y las barreras arquitectónicas para personas con necesidades específicas.
- 1.6 Valora la participación activa del guía o acompañante con la entidad organizadora y el resto de

CVE-DOGC-B-14070108-2014

proveedores, en la mejora del itinerario y servicios finales ofrecidos.

1.7 Aplica las técnicas para la autoevaluación de la práctica profesional.

1.8 Tiene en cuenta los aspectos relacionados con la atención al cliente, la seguridad y la gestión de la calidad.

1.9 Realiza la factura teniendo en cuenta las tarifas vigentes.

1.10 Aplica técnicas para la gestión de situaciones de tensión, resolución de conflictos individuales o de grupo y de imprevistos.

1.11 Identifica las pautas de actuación en caso de accidente o situación de emergencia.

2. Aplica las técnicas de comunicación y de dinamización, analizándolas y relacionándolas con las diferentes tipologías de grupos.

Criterios de evaluación

2.1 Analiza las fases en el proceso de comunicación del guía con grupos de visitantes y prevé las dificultades propias en el mencionado proceso.

2.2 Describe y aplica diferentes técnicas de habilidades sociales y de comunicación no verbal propias de la actividad de asistencia y guía de grupos.

2.3 Expresa oralmente, de forma directa o con otros medios de amplificación, con tono, ritmo, volumen de voz y expresión gestual adecuada a la situación.

2.4 Identifica las diferencias culturales y describe los comportamientos que se pueden encontrar en grupos de viajeros e identifica los problemas de relación que plantean.

2.5 Identifica y aplica las técnicas de dinámicas de grupo, motivación y liderazgo aplicables a la asistencia y guía de grupos turísticos en diferentes entornos de trabajo y con diferente tipología de grupos.

2.6 Planifica diferentes programas y actividades de animación y actividades lúdico-recreativas dependiendo del servicio y de las características del grupo.

Contenidos

1. Desarrollo de los procesos de asistencia y guía:

1.1 Procesos de servicios de asistencia y guía en transbordo (*transfer*), visitas a recursos culturales y naturales, excursiones, circuitos, rutas e itinerarios. Otros servicios.

1.2 Procedimientos de desarrollo del servicio: fases, técnicas, gestiones previas. Presentación, desarrollo y despedida.

1.3 Encuestas y autoevaluación. Tipo y aplicaciones.

1.4 La calidad en los servicios de guía. El perfeccionamiento profesional y la mejora continua.

1.5 La gestión de lo imprevisto. Técnicas.

1.6 Pautas de actuación en caso de accidente o situación de emergencia.

1.7 Organización de los sistemas de emergencia. Principios básicos de comunicación con el accidentado o accidentada.

2. Aplicación de técnicas de comunicación y de dinamización de grupos:

2.1 La comunicación en el servicio de asistencia y de guía. Fases. La comunicación interpersonal. La comunicación en grandes grupos. Retroalimentación.

CVE-DOGC-B-14070108-2014

2.2 Habilidades sociales y técnicas de comunicación específicas para la actividad de asistencia, acompañamiento y guía de grupos turísticos. Dificultades y barreras en la comunicación. Comunicación verbal y no verbal en público. Problemas más frecuentes. Sexismo y estereotipos de género.

2.3 Metodología para la interpretación de recursos culturales y naturales.

2.4 Aplicaciones. Manejo de grupos en entornos urbanos, interior de monumentos, entornos rurales, espacios naturales o parques nacionales. Uso de equipos de megafonía en espacios abiertos y cercados.

2.5 Los grupos turísticos. Caracterización. Etapas en el desarrollo de los grupos. Principales roles en el grupo.

2.6 Dirección y liderazgo de grupos. Concepto, enfoques y aplicación.

2.7 Técnicas de dinamización de grupos en diferentes entornos y diferentes segmentos.

2.8 Programas de animación y actividades lúdico-recreativas en ruta. La comunicación en los grupos en una intervención de animación.

Módulo profesional 7: diseño de productos turísticos

Duración: 165 horas

Horas de libre disposición: 33 horas

Equivalencia de créditos ECTS: 8

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: el producto turístico. 70 horas

UF 2: planificación del producto turístico. 32 horas

UF 3: desarrollo del producto turístico. 30 horas

UF 1: el producto turístico

Duración: 70 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Analiza el potencial turístico de una zona aplicando técnicas de evaluación de recursos.

Criterios de evaluación

1.1 Identifica los elementos que constituyen los inventarios de recursos.

1.2 Realiza inventarios de recursos a partir del estudio de campo de otros recursos.

1.3 Identifica los puntos clave de una ficha técnica.

1.4 Diseña y cumplimenta fichas técnicas del recurso territorial.

1.5 Realiza el análisis DAFO a partir de la información obtenida en el estudio de campo.

1.6 Analiza las técnicas de evaluación de los recursos turísticos.

1.7 Utiliza las aplicaciones informáticas para un diseño creativo.

1.8 Enumera, caracteriza e interrelaciona las variables que conforman la demanda turística de una zona

CVE-DOGC-B-14070108-2014

determinada y analiza las motivaciones y otros factores que la condicionan.

1.9 Identifica los diferentes segmentos de mercado y los relaciona con productos determinados y con los servicios turísticos locales.

2. Determina la oportunidad de creación, modificación o eliminación de un producto o servicio turístico, evaluando las variables que lo caracterizan.

Criterios de evaluación

2.1 Identifica los elementos que determinan la oferta turística.

2.2 Describe las diferentes formas de turismo relacionando los servicios y productos susceptibles de desarrollo dependiendo de la tipología.

2.3 Identifica los componentes del producto turístico detectando los elementos de atracción de destino.

2.4 Reconoce los tres niveles que forman parte del producto turístico: recursos, servicios y valor añadido.

2.5 Elabora proyectos de creación, mejora y desarrollo de productos y servicios turísticos en ámbitos locales, analizando la potencialidad turística de la zona y las características de la demanda actual y potencial.

2.6 Aplica la legislación vigente sobre urbanismo, protección ambiental y ordenación turística.

2.7 Elabora mapas de posicionamiento de los productos, destinos o servicios turísticos.

2.8 Aplica los principios de desarrollo sostenible y de protección ambiental al programar las actuaciones.

2.9 Comprueba si existe o no una pérdida de competitividad del destino.

2.10 Elabora el ciclo de vida del producto, servicio o destino y establece en qué fase se encuentra.

Contenidos

1. Análisis del potencial turístico de una zona:

1.1 Recursos turísticos del territorio.

1.2 Tipo de recursos.

1.3 Confección de fichas de recursos turísticos.

1.4 Elaboración de los inventarios de recursos turísticos.

1.5 Técnicas de evaluación.

1.6 Cuestionarios de evaluación de recursos.

1.7 Elaboración de sistemas de diagnóstico DAFO.

1.8 Programas ofimáticos de gestión de datos.

1.9 Dinámica de los flujos turísticos.

1.10 El marco jurídico, económico y social.

1.11 Administraciones públicas competentes en materia de turismo.

1.12 Análisis de las variables que intervienen en la demanda.

1.13 La estructura de comercialización en el sector.

2. Oportunidades de creación, modificación y eliminación de productos, servicios o destinos turísticos:

CVE-DOGC-B-14070108-2014

- 2.1 Organización de la oferta turística.
- 2.2 Mapas de posicionamiento de los diferentes productos turísticos de una zona.
- 2.3 Ciclo de vida de los productos, servicios y destinos.
- 2.4 El desarrollo sostenible para planificadores locales: aspectos económicos, ambientales y socioculturales.
- 2.5 La importancia del entorno ambiental para el desarrollo turístico.
- 2.6 La gestión ambiental en turismo: impactos ambientales, consumo energético y agua, tratamiento de residuos, otros aspectos.
- 2.7 Plan de mejora ambiental dentro de la política de calidad.

UF 2: planificación del producto turístico

Duración: 32 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Diseña productos, servicios y destinos turísticos organizando y planificando actuaciones concretas.

Criterios de evaluación

- 1.1 Relaciona los recursos para establecer el tipo de producto o servicio y/o destino que se quiere diseñar.
- 1.2 Identifica las características del producto o servicio y/o el destino turístico.
- 1.3 Realiza las operaciones necesarias para estructurar el producto, servicio o destino turístico en función de los beneficios.
- 1.4 Realiza todas las acciones necesarias para la creación de productos, servicios o destinos turísticos.
- 1.5 Identifica los objetivos clave del plan de desarrollo para su aplicación en la creación de productos o servicios.
- 1.6 Formula planes de acción conforme a los objetivos identificados y argumenta las estrategias de promoción más adecuadas, según el tipo de producto o servicio turístico en cuestión.
- 1.7 Asocia estrategias de comercialización y comunicación determinadas a las peculiaridades de los productos, servicios y destinos turísticos locales en general.
- 1.8 Selecciona los diferentes canales e instrumentos de comunicación utilizados para la comercialización de productos, servicios y destinos turísticos locales.
- 1.9 Identifica los ámbitos geográficos, públicos objetivos y acciones de comunicación adecuadas al producto.
- 1.10 Estima los costes, el alcance y los posibles resultados de las acciones definidas.
- 1.11 Identifica los instrumentos y las variables que permiten evaluar el grado de eficacia de las acciones comerciales programadas, en función del público receptor y del coste previsto.
- 1.12 Identifica e interpreta la normativa que regula la comercialización de productos y marcas.

Contenidos

1. Diseño de productos, servicios y /o destinos turísticos:
 - 1.1 Planificación del destino turístico: creación y desarrollo.

- 1.2 Clasificación de los destinos.
- 1.3 Identificación del producto, servicio y/o destino.
- 1.4 Fuentes de información sobre oferta, demanda, estructura, evolución y tendencias de los productos turísticos locales.
- 1.5 Plan de desarrollo del producto, destino y/o servicio turístico.
- 1.6 Los planes de ordenación territorial y su incidencia en el desarrollo turístico.
- 1.7 Plan de acción.
- 1.8 Posicionamiento estratégico ante la competencia.
- 1.9 Normativas.

UF 3: desarrollo del producto turístico

Duración: 30 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Implementa los productos, servicios y/o destinos turísticos seleccionando las variables de más impacto socioeconómico para el entorno.

Criterios de evaluación

- 1.1 Identifica los efectos del turismo en el área o en la zona.
 - 1.2 Realiza todos los estudios necesarios para conocer la capacidad de carga del destino donde se llevará a cabo el producto o servicio turístico.
 - 1.3 Identifica los componentes del marketing de servicios que inciden en la creación, oferta y promoción de un determinado producto turístico.
 - 1.4 Valora la importancia de la aplicación del sistema de servucción en la creación y promoción de productos turísticos de ámbito local.
 - 1.5 Valora el peso de cada variable del marketing mix y su importancia para el desarrollo de productos turísticos locales a partir del ciclo de vida de los productos.
 - 1.6 Ejecuta las técnicas necesarias para el desarrollo y puesta en marcha de un nuevo producto.
 - 1.7 Ejecuta las técnicas necesarias para establecer los niveles de producto o servicio turístico.
 - 1.8 Caracteriza el producto, servicio y/o destino turístico para establecer las decisiones de marca.
2. Dinamiza los recursos económicos territoriales, relacionando la actividad de los agentes locales con el producto o servicio turístico creado.

Criterios de evaluación

- 2.1 Identifica las políticas, planes y programas estratégicos de desarrollo local.
- 2.2 Selecciona y utiliza las políticas, planes y programas de desarrollo turístico y local.
- 2.3 Identifica y selecciona los equipos humanos y las técnicas adecuadas para dinamizar los recursos de la zona.
- 2.4 Aplica las técnicas de dinamización seleccionadas.
- 2.5 Valora la repercusión de la dinamización turística llevada a cabo, como oportunidad de desarrollo local,

económico y de bienestar social.

2.6 Identifica y selecciona las diferentes ayudas y subvenciones a las cuales se puede acoger un destino turístico para desarrollar un producto o servicio turístico.

Contenidos

1. Implementación de los productos, servicios y/o destinos turísticos:

1.1 Desarrollo del producto, servicio y/o destino turístico.

1.2 Análisis de los efectos del desarrollo turístico.

1.3 Establecimiento de la capacidad de carga.

1.4 La puesta en marcha del producto o destino turístico.

1.5 Importancia y creación de la marca y de la imagen del destino.

1.6 Funciones de la imagen de marca y tipo.

1.7 Publicidad, publicaciones, relaciones públicas, ferias turísticas, encuentros profesionales entre ofertantes de productos turísticos y organizadores de viajes y otros.

2. Dinamización de los recursos territoriales:

2.1 Políticas instrumentales de desarrollo local.

2.2 Técnicas de dinamización de los diferentes grupos de interés.

2.3 Ayudas y subvenciones.

Módulo profesional 8: marketing turístico

Duración: 132 horas

Horas de libre disposición: 33 horas

Equivalencia de créditos ECTS: 10

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: fundamentos del marketing turístico. 20 horas

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

UF 3: marketing mix y nuevas tecnologías. 35 horas

UF 4: el plan de marketing. 22 horas

UF 1: fundamentos del marketing turístico

Duración: 20 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

CVE-DOGC-B-14070108-2014

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

Criterios de evaluación

- 1.1 Justifica la importancia del marketing en el sector turístico.
- 1.2 Diferencia las peculiaridades del marketing de servicios en general y las propias del marketing turístico.
- 1.3 Describe los conceptos, definiciones e instrumentos básicos del marketing turístico.
- 1.4 Diferencia las etapas y la evolución del marketing.
- 1.5 Valora la importancia de los diferentes instrumentos del marketing.
- 1.6 Define los factores y los criterios eficaces para orientar el marketing a los consumidores.
- 1.7 Compara las diferentes estructuras y enfoques de dirección de marketing.
- 1.8 Identifica la necesidad del marketing en la función comercial de la empresa turística.
- 1.9 Analiza las tendencias del marketing en turismo.

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

Criterios de evaluación

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

Contenidos

1. Caracterización del marketing turístico:

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

2. Interpretación de la segmentación de los mercados turísticos:

CVE-DOGC-B-14070108-2014

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

UF 2: los consumidores de productos y servicios turísticos

Duración: 22 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

- 1.1 Identifica las necesidades y las motivaciones de los consumidores de productos y de servicios turísticos.
 - 1.2 Identifica las fases del proceso de decisión de compra en los consumidores.
 - 1.3 Caracteriza los agentes implicados en el proceso de decisión de compra.
 - 1.4 Analiza el impacto psicosocial del marketing, la publicidad y las relaciones públicas y su incidencia en el proceso de compra.
 - 1.5 Caracteriza los puntos clave en el proceso de post-compra y las oportunidades de fidelización.
 - 1.6 Describe y valora la percepción y satisfacción de los consumidores mediante los procesos de control de calidad.
2. Caracteriza los criterios del consumidorismo relacionándolos con la sociedad, el marketing y la ética.

Criterios de evaluación

- 2.1 Caracteriza las peculiaridades de las economías de mercado.
- 2.2 Identifica el origen del consumidorismo, así como su evolución en España.
- 2.3 Realiza estudios para analizar la reacción de las empresas ante esta situación.
- 2.4 Determina la respuesta de las empresas y de la sociedad e identifica unos principios éticos.
- 2.5 Identifica la normativa que protege los consumidores en la UE y en España.
- 2.6 Analiza los derechos y los deberes de los consumidores.

Contenidos

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

- 1.2 El proceso de decisión de compra.
 - 1.3 Post-compra y fidelización: valoración de la compra. Repercusión del grado de satisfacción en futuras acciones de compra.
 - 1.4 Los roles de los consumidores en el proceso de decisión de compra.
 - 1.5 Herramientas de control de la calidad y la satisfacción de los clientes. Implementación en empresas del sector turístico.
 - 1.6 Los nuevos consumidores en el sector turístico: segmentos emergentes.
-
2. Caracterización de los criterios de consumidorismo:
 - 2.1 Concepto, origen y evolución.
 - 2.2 Factores clave: la información y la reflexión en el proceso de compra.
 - 2.3 Los organismos de atención a los consumidores. El conocimiento de los mecanismos de reclamación.
 - 2.4 La reacción de la empresa y su respuesta.
 - 2.5 Normativa que regula los derechos y deberes de los consumidores en la UE y en España: legislación genérica y específica.

UF 3: marketing mix y nuevas tecnologías

Duración: 35 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Identifica los elementos del marketing reconociendo su aplicación en el sector turístico.

Criterios de evaluación

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

CVE-DOGC-B-14070108-2014

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

Criterios de evaluación

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

Contenidos

1. Identificación del marketing mix y sus elementos:

- 1.1 Los componentes de la política de marketing: la política de producto y/o servicio, la política de precios, la política de distribución y la política de comunicación. Aplicación y estrategias.
- 1.2 El producto y/o servicio.
 - 1.2.1 Niveles y elementos. La servucción.
 - 1.2.2 El ciclo de vida del producto y de los destinos turísticos: la planificación del producto turístico.
 - 1.2.3 Desarrollo y lanzamiento de los nuevos productos turísticos.
- 1.3 El precio y sus condicionantes.
 - 1.3.1 Métodos de fijación de precios como instrumento comercial.
 - 1.3.2 El precio como estrategia comercial.
- 1.4 La organización de la estrategia comercial: la comercialización de productos y servicios turísticos.
- 1.5 La comunicación comercial: objetivos, técnicas, plan de comunicación, instrumentos.
- 1.6 La publicidad: contenido y objetivos.
 - 1.6.1 Los medios publicitarios y el mensaje.
 - 1.6.2 El presupuesto publicitario. La eficacia publicitaria: productos publicitarios, el emplazamiento y la medida.
 - 1.6.3 Acciones publicitarias: material y formas de distribución.
 - 1.6.4 Publicidad no sexista.
- 1.7 La promoción turística en el mix de comunicación: la publicidad, las relaciones públicas, las promociones de ventas/merchandising, las ferias turísticas, los talleres (*workshops*), los viajes de familiarización (*famtrips*) y otros.

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

- 2.1 Marketing directo y nuevas tecnologías.
- 2.2 Marketing en Internet.

- 2.3 Bases de datos: objetivos generales. La ley de protección de datos.
- 2.4 Marketing directo: factores que influyen en su expansión y desarrollo.
- 2.5 Materiales de apoyo y de desarrollo de políticas de marketing directo.

UF 4: el plan de marketing

Duración: 22 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

- 1.1 Describe los elementos básicos que conforman el plan de marketing.
- 1.2 Valora la importancia de un plan de marketing en una empresa turística.
- 1.3 Realiza el análisis de otros planes empresariales e institucionales relacionados con el plan de marketing.
- 1.4 Identifica los principales factores del entorno con incidencia en el plan de marketing.
- 1.5 Analiza la competencia y el potencial del mercado.
- 1.6 Realiza el plan de acción, con sus estrategias y tácticas.
- 1.7 Define los recursos necesarios para establecer las estrategias propuestas y para la consecución de los objetivos del plan de marketing.
- 1.8 Realiza el control de seguimiento y de calidad del plan de marketing con las técnicas adquiridas.
- 1.9 Realiza la presentación del plan de marketing con las pautas establecidas y ante los responsables implicados.
- 1.10 Valora las implicaciones ambientales de la implementación de un plan de marketing propuesto.

Contenidos

1. Caracterización del plan de marketing:

- 1.1 Plan de marketing: elementos y finalidad.
- 1.2 Fase analítica: DAFO.
- 1.3 Fase estratégica: objetivos y cuotas de ventas. Segmentación y público objetivo. Planes de acción: estrategias y tácticas.
- 1.4 Fase de valoración económica: recursos necesarios para apoyar a las estrategias y lograr los objetivos.
- 1.5 Fase operativa: la elaboración del plan de marketing y marketing total.
- 1.6 Fase de control y retroalimentación: seguimiento y control del marketing.
- 1.7 Presentación y promoción del plan.
- 1.8 Auditoría ambiental del plan.

Módulo profesional 9: inglés

Duración: 132 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 7

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: inglés técnico. 132 horas

UF 1: inglés técnico

Duración: 132 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

1.1 Identifica la idea principal del mensaje.

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

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

1.4 Identifica los puntos de vista y las actitudes del hablante.

1.5 Identifica las ideas principales de declaraciones y mensajes sobre temas concretos y abstractos, en lengua estándar y con un ritmo normal.

1.6 Comprende con todo detalle que se le dice en lengua estándar, incluso en un ambiente con ruido de fondo.

1.7 Extrae las ideas principales de conferencias, charlas e informes, y otras presentaciones profesionales.

1.8 Toma conciencia de la importancia de comprender globalmente un mensaje, sin entender todos y cada uno de los elementos.

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

Criterios de evaluación

2.1 Lee con un alto grado de independencia, adaptando el estilo y la velocidad de la lectura a diferentes textos y finalidades.

2.2 Interpreta, con detalle, textos extensos y de relativa complejidad, relacionados con el ámbito profesional.

2.3 Relaciona el texto con el ámbito del sector a que se refiere.

2.4 Identifica con rapidez el contenido y la importancia de noticias, artículos e informes sobre una amplia serie de temas profesionales y decide si es oportuno un análisis más profundo.

CVE-DOGC-B-14070108-2014

- 2.5 Realiza traducciones de textos complejos utilizando material de apoyo si procede.
 - 2.6 Interpreta mensajes técnicos recibidos a través de medios diversos: correo postal, fax, correo electrónico, entre otros.
 - 2.7 Interpreta instrucciones extensas y complejas, relacionadas con el ámbito profesional.
 - 2.8 Selecciona materiales de consulta y diccionarios técnicos, y utiliza apoyos de traducción técnicos y las herramientas de traducción asistida o automatizada de textos.
3. Emite mensajes orales claros y muy estructurados, analizando el contenido de la situación y adaptándose al registro lingüístico del interlocutor.

Criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

- 4.1 Redacta textos claros y detallados sobre una variedad de temas relacionados con el ámbito profesional, sintetizando y evaluando información y argumentos procedentes de varias fuentes.
 - 4.2 Organiza la información con corrección, precisión, coherencia y cohesión, solicitando y/o facilitando información de tipo general o detallada.
 - 4.3 Redacta informes, destacando los aspectos significativos y ofreciendo detalles relevantes que sirvan de apoyo.
 - 4.4 Cumplimenta la documentación específica del ámbito profesional.
 - 4.5 Aplica las fórmulas establecidas y el vocabulario específico en la realización de documentos.
 - 4.6 Resume artículos, noticias o informaciones del ámbito profesional, utilizando un vocabulario amplio para evitar la repetición frecuente.
 - 4.7 Extrae la información esencial de manuales de instrucciones técnicos y otros documentos escritos habituales en la profesión.
 - 4.8 Utiliza las fórmulas de cortesía propias del documento a elaborar.
5. Aplica actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación, siguiendo las

convenciones internacionales.

Criterios de evaluación

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

Contenidos

1. Comprensión de mensajes orales:

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

2. Interpretación de mensajes escritos:

- 2.1 Comprensión de mensajes, textos, artículos profesionales y cotidianos.
- 2.2 Apoyos convencionales: correo postal, fax, burofax, entre otros, y apoyos telemáticos: correo electrónico, telefonía móvil, agenda electrónica, entre otros.
- 2.3 Terminología específica de los servicios turísticos.

3. Producción de mensajes orales:

- 3.1 Registros utilizados en la emisión de mensajes orales. Terminología específica del sector turístico.
- 3.2 Mantenimiento y seguimiento del discurso oral: utilización del turno de palabra, mantenimiento y cesión. Apoyo, demostración de comprensión, petición de aclaración y otras.
- 3.3 Expresión fónica, entonación y ritmo.
- 3.4 Entonación como recurso de cohesión del texto oral: uso de los patrones de entonación.
- 3.5 Marcadores lingüísticos de protocolo en el ámbito profesional y social, normas de cortesía y diferencias de registro.

4. Emisión de textos escritos:

- 4.1 Cumplimentación de documentos profesionales del sector y de la vida cotidiana.
- 4.2 Elaboración de textos profesionales del sector y de la vida cotidiana.
- 4.3 Adecuación del texto al contexto comunicativo.

4.4 Registro.

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

4.6 Coherencia en el desarrollo del texto.

5. Conocimiento del entorno sociocultural y profesional:

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

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

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

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

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

Módulo profesional 10: segunda lengua extranjera

Duración: 132 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 7

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: segunda lengua extranjera. 132 horas

UF 1: segunda lengua extranjera

Duración: 132 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

1.1 Sitúa el mensaje en su contexto profesional.

1.2 Capta la idea principal del mensaje.

1.3 Comprende la información específica del mensaje.

1.4 Identifica la actitud y la intención del interlocutor.

1.5 Extrae las ideas principales de un mensaje emitido por un medio de comunicación.

1.6 Identifica el hilo argumental en situaciones comunicativas grabadas y/o visionadas.

CVE-DOGC-B-14070108-2014

1.7 Determina los roles que aparecen en situaciones comunicativas grabadas y/o visionadas.

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

Criterios de evaluación

2.1 Lee de forma comprensiva textos específicos del ámbito profesional.

2.2 Identifica con precisión la terminología utilizada.

2.3 Extrae información relevante de un texto relativo al ámbito profesional.

2.4 Realiza traducciones directas e inversas de textos sencillos utilizando material de apoyo si procede.

2.5 Interpreta mensajes técnicos recibidos a través de medios diversos: correo postal, fax, correo electrónico, entre otros.

2.6 Interpreta instrucciones extensas y complejas, relacionados con el ámbito profesional.

2.7 Relaciona textos con el sector profesional.

2.8 Selecciona materiales de consulta y diccionarios técnicos, y utiliza apoyos de traducción técnicos y las herramientas de traducción asistida o automatizada de textos.

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

Criterios de evaluación

3.1 Se comunica utilizando fórmulas sencillas, nexos de unión y estrategias de interacción.

3.2 Utiliza correctamente la terminología de la profesión.

3.3 Describe con una cierta fluidez el entorno profesional cercano.

3.4 Secuencia las funciones y actividades más habituales propias del ámbito profesional.

3.5 Hace presentaciones, de forma clara, breves y preparadas sobre un tema del ámbito profesional.

3.6 Utiliza normas de protocolo en presentaciones adaptadas a su nivel.

3.7 Responde a preguntas breves relacionadas con el ámbito profesional.

3.8 Intercambia con una cierta fluidez información específica.

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

Criterios de evaluación

4.1 Cumplimenta información básica en los documentos profesionales más habituales.

4.2 Confecciona solicitudes de ocupación a partir de ofertas de trabajo dadas.

4.3 Redacta un curriculum vitae.

4.4 Elabora informes con objetivos específicos de comunicación del ámbito profesional.

4.5 Redacta cartas comerciales a partir de instrucciones detalladas y modelos dados.

CVE-DOGC-B-14070108-2014

4.6 Resume las ideas principales de informaciones dadas, utilizando los propios recursos lingüísticos.

4.7 Organiza la información de manera coherente y cohesionada.

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

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

Criterios de evaluación

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

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

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

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

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

Contenidos

1. Comprensión de mensajes orales:

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

1.2 Terminología específica del sector de los servicios turísticos.

1.3 Ideas principales y secundarias.

1.4 Diferentes acentos de lengua oral.

2. Interpretación de mensajes escritos:

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

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

2.3 Terminología específica de los servicios turísticos.

3. Producción de mensajes orales:

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

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

3.3 Expresión fónica, entonación y ritmo.

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

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

4. Emisión de textos escritos:

- 4.1 Realización de documentos profesionales del sector y de la vida cotidiana.
- 4.2 Elaboración de textos sencillos profesionales del sector y de la vida cotidiana.
- 4.3 Adecuación del texto al contexto comunicativo.
- 4.4 Registro.
- 4.5 Selección léxica, selección de estructuras sintácticas y selección de contenido relevante.
- 4.6 Uso de los signos de puntuación.
- 4.7 Coherencia en el desarrollo del texto.

5. Conocimiento del entorno sociocultural y profesional:

- 5.1 Identificación e interpretación de los elementos culturales más significativos de los países donde se utiliza la lengua extranjera.
- 5.2 Valoración de las normas socioculturales y protocolarias en las relaciones internacionales.
- 5.3 Uso de los recursos formales y funcionales en situaciones que requieren un comportamiento socioprofesional para proyectar una buena imagen de la empresa.
- 5.4 Reconocimiento de la lengua extranjera para profundizar en conocimientos que resulten de interés a lo largo de la vida personal y profesional.

Módulo profesional 11: formación y orientación laboral

Duración: 99 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 5

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: incorporación al trabajo. 66 horas

UF 2: prevención de riesgos laborales. 33 horas

UF 1: incorporación al trabajo

Duración: 66 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

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

CVE-DOGC-B-14070108-2014

- 1.2 Identifica los itinerarios formativos y profesionales relacionados con el perfil profesional del técnico o técnica superior en guía, información y asistencias turísticas.
 - 1.3 Planifica un proyecto de carrera profesional.
 - 1.4 Determina las aptitudes y actitudes requeridas para la actividad profesional relacionada con el perfil del título.
 - 1.5 Identifica los principales yacimientos de ocupación y de inserción laboral para el técnico o la técnica superior en guía, información y asistencias turísticas.
 - 1.6 Determina las técnicas utilizadas en el proceso de búsqueda de ocupación.
 - 1.7 Prevé las alternativas de autoempleo en los sectores profesionales relacionados con el título.
 - 1.8 Realiza la valoración de la personalidad, aspiraciones, actitudes y formación propias para tomar decisiones.
2. Aplica las estrategias del trabajo en equipo, valorando la eficacia y eficiencia para lograr los objetivos de la organización.

Criterios de evaluación

- 2.1 Valora las ventajas del trabajo en equipo en situaciones de trabajo relacionadas con el perfil de técnico o técnica superior en guía, información y asistencias turísticas.
 - 2.2 Identifica los equipos de trabajo que se pueden constituir en una situación real de trabajo.
 - 2.3 Determina las características del equipo de trabajo eficaz ante los equipos ineficaces.
 - 2.4 Valora positivamente la existencia necesaria de diversidad de roles y opiniones asumidos por los miembros de un equipo.
 - 2.5 Reconoce la posible existencia de conflicto entre los miembros de un grupo como un aspecto característico de las organizaciones.
 - 2.6 Identifica los tipos de conflictos y sus fuentes.
 - 2.7 Determina procedimientos para resolver conflictos.
 - 2.8 Resuelve los conflictos presentados en un equipo.
 - 2.9 Aplica habilidades comunicativas en el trabajo en equipo.
3. Ejerce los derechos y cumple las obligaciones que se derivan de las relaciones laborales, reconociéndolas en los diferentes contratos de trabajo.

Criterios de evaluación

- 3.1 Identifica las características que definen los nuevos entornos de organización del trabajo.
- 3.2 Identifica los conceptos básicos del derecho del trabajo.
- 3.3 Distingue los organismos que intervienen en la relación laboral.
- 3.4 Determina los derechos y deberes derivados de la relación laboral.
- 3.5 Analiza el contrato de trabajo y las principales modalidades de contratación aplicables al sector de guía, información y asistencias turísticas.
- 3.6 Identifica las medidas de fomento de la contratación para determinados colectivos.
- 3.7 Valora las medidas de fomento del trabajo.
- 3.8 Identifica el tiempo de trabajo y las medidas para conciliar la vida laboral y familiar.

CVE-DOGC-B-14070108-2014

- 3.9 Identifica las causas y efectos de la modificación, suspensión y extinción de la relación laboral.
 - 3.10 Analiza el recibo de salarios e identifica los principales elementos que lo integran.
 - 3.11 Analiza las diferentes medidas de conflicto colectivo y los procedimientos de solución de conflictos.
 - 3.12 Determina los elementos de la negociación en el ámbito laboral.
 - 3.13 Identifica la representación de los trabajadores en la empresa.
 - 3.14 Interpreta los elementos básicos de un convenio colectivo aplicable a un sector profesional relacionado con el título de técnico o técnica superior en guía, información y asistencias turísticas y su incidencia en las condiciones de trabajo.
4. Determina la acción protectora del sistema de la Seguridad Social ante las diferentes contingencias cubiertas, identificando las diferentes clases de prestaciones.

Criterios de evaluación

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

Contenidos

- 1. Búsqueda activa de empleo:
 - 1.1 Valoración de la importancia de la formación permanente para la trayectoria laboral y profesional del técnico o técnica superior en guía, información y asistencias turísticas.
 - 1.2 Análisis de los intereses, aptitudes y motivaciones personales para la carrera profesional.
 - 1.3 Las capacidades clave del técnico o técnica superior en guía, información y asistencias turísticas.
 - 1.4 El sistema de cualificaciones profesionales. Las competencias y las cualificaciones profesionales del título y de la familia profesional de hotelería y turismo.
 - 1.5 Identificación de itinerarios formativos y profesionalizadores relacionados con el título. Titulaciones y estudios de la familia profesional de hotelería y turismo.
 - 1.6 Planificación de la carrera profesional.
 - 1.7 Definición y análisis del sector profesional de guía, información y asistencias turísticas.
 - 1.8 Yacimientos de ocupación en el sector de guía, información y asistencias turísticas.
 - 1.9 Proceso de búsqueda de ocupación en empresas del sector.

CVE-DOGC-B-14070108-2014

- 1.10 Oportunidades de aprendizaje y ocupación en Europa.
 - 1.11 Técnicas e instrumentos de búsqueda de ocupación.
 - 1.12 El proceso de toma de decisiones.
 - 1.13 Ofertas formativas dirigidas a grupos con dificultades de integración laboral.
 - 1.14 Igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.
 - 1.15 Valoración del autoempleo como alternativa para la inserción laboral.
 - 1.16 Valoración de los conocimientos y las competencias obtenidas mediante la formación contenida en el título.
2. Gestión del conflicto y equipos de trabajo:
- 2.1 Valoración de las ventajas e inconvenientes del trabajo de equipo para la eficacia de la organización.
 - 2.2 Equipos en el sector de guía, información y asistencias turísticas según las funciones que ejercen.
 - 2.3 Formas de participación en el equipo de trabajo.
 - 2.4 Conflicto: características, fuentes y etapas.
 - 2.5 Métodos para resolver o suprimir el conflicto.
 - 2.6 Aplicación de habilidades comunicativas en el trabajo en equipo.
3. Contratación:
- 3.1 Ventajas e inconvenientes de las nuevas formas de organización: flexibilidad, beneficios sociales, entre otros.
 - 3.2 El derecho del trabajo: concepto y fuentes.
 - 3.3 Análisis de la relación laboral individual.
 - 3.4 Derechos y deberes que se derivan de la relación laboral y su aplicación.
 - 3.5 Determinación de los elementos del contrato de trabajo, de las principales modalidades de contratación que se aplican en el sector de guía, información y asistencias turísticas y de las medidas de fomento del trabajo.
 - 3.6 Las condiciones de trabajo: tiempo de trabajo y conciliación laboral y familiar.
 - 3.7 Interpretación del recibo del salario.
 - 3.8 Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo.
 - 3.9 Organismos laborales. Sistemas de asesoramiento de los trabajadores respecto a sus derechos y deberes.
 - 3.10 Representación de los trabajadores.
 - 3.11 El convenio colectivo como fruto de la negociación colectiva.
 - 3.12 Análisis del convenio o convenios aplicables al trabajo del técnico o técnica superior en guía, información y asistencias turísticas.
4. Seguridad Social, ocupación y desocupación:
- 4.1 Estructura del sistema de la Seguridad Social.
 - 4.2 Determinación de las principales obligaciones de empresarios y trabajadores en materia de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización.
 - 4.3 Requisitos de las prestaciones.

4.4 Situaciones protegidas en la protección por desocupación.

4.5 Identificación de la información y los servicios de la plataforma de la Seguridad Social.

UF 2: prevención de riesgos laborales

Duración: 33 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

1.1 Valora la importancia de la cultura preventiva en todos los ámbitos y actividades de la empresa.

1.2 Relaciona las condiciones laborales con la salud del trabajador o trabajadora.

1.3 Clasifica los factores de riesgo en la actividad y los daños que se pueden derivar.

1.4 Identifica las situaciones de riesgo más habituales en los entornos de trabajo del técnico o técnica superior en guía, información y asistencias turísticas.

1.5 Determina la evaluación de riesgos en la empresa.

1.6 Determina las condiciones de trabajo con significación para la prevención en los entornos de trabajo relacionados con el perfil profesional del técnico o técnica superior en guía, información y asistencias turísticas.

1.7 Clasifica y describe los tipos de daños profesionales, con especial referencia a accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, relacionados con el perfil profesional del técnico o técnica superior en guía, información y asistencias turísticas.

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

Criterios de evaluación

2.1 Determina los principales derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.

2.2 Clasifica las diferentes formas de gestión de la prevención en la empresa, en función de los diferentes criterios establecidos en la normativa sobre prevención de riesgos laborales.

2.3 Determina las formas de representación de los trabajadores en la empresa en materia de prevención de riesgos.

2.4 Identifica los organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.

2.5 Valora la importancia de la existencia de un plan preventivo en la empresa, que incluya la secuenciación de actuaciones que hay que realizar en caso de emergencia.

2.6 Define el contenido del plan de prevención en un centro de trabajo relacionado con el sector profesional del técnico o técnica superior en guía, información y asistencias turísticas.

2.7 Propone mejoras en el plan de emergencia y evacuación de la empresa.

3. Aplica medidas de prevención y protección individual y colectiva, analizando las situaciones de riesgo en el entorno laboral del técnico o técnica superior en guía, información y asistencias turísticas.

Criterios de evaluación

- 3.1 Determina las técnicas de prevención y de protección individual y colectiva que deben aplicarse para evitar los daños en su origen y minimizar las consecuencias en caso de que sean inevitables.
- 3.2 Analiza el significado y el alcance de los diferentes tipos de señalización de seguridad.
- 3.3 Analiza los protocolos de actuación en caso de emergencia.
- 3.4 Identifica las técnicas de clasificación de heridos en caso de emergencia en que haya víctimas de diversa gravedad.
- 3.5 Identifica los procedimientos de atención sanitaria inmediata.
- 3.6 Identifica la composición y el uso del botiquín de la empresa.
- 3.7 Determina los requisitos y las condiciones para la vigilancia de la salud del trabajador o trabajadora y su importancia como medida de prevención.

Contenidos:

1. Evaluación de riesgos profesionales:

- 1.1 La evaluación de riesgos en la empresa como elemento básico de la actividad preventiva.
- 1.2 Importancia de la cultura preventiva en todas las fases de la actividad profesional.
- 1.3 Efectos de las condiciones de trabajo sobre la salud. El accidente de trabajo, la enfermedad profesional y las enfermedades inespecíficas.
- 1.4 Riesgo profesional. Análisis y clasificación de factores de riesgo.
- 1.5 Análisis de riesgos relativos a las condiciones de seguridad.
- 1.6 Análisis de riesgos relativos a las condiciones ambientales.
- 1.7 Análisis de riesgos relativos a las condiciones ergonómicas y psicosociales.
- 1.8 Riesgos genéricos en el sector de guía, información y asistencias turísticas.
- 1.9 Daños para la salud ocasionados por los riesgos.
- 1.10 Determinación de los posibles daños a la salud de los trabajadores que pueden derivarse de las situaciones de riesgo detectadas en el sector de guía, información y asistencias turísticas.

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

- 2.1 Determinación de los derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.
- 2.2 Sistema de gestión de la prevención de riesgos a la empresa.
- 2.3 Organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
- 2.4 Plan de la prevención de riesgos en la empresa. Estructura. Acciones preventivas. Medidas específicas.
- 2.5 Identificación de las responsabilidades en materia de prevención de riesgos laborales.
- 2.6 Determinación de la representación de los trabajadores en materia preventiva.
- 2.7 Planes de emergencia y de evacuación en entornos de trabajo.

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

CVE-DOGC-B-14070108-2014

- 3.1 Determinación de las medidas de prevención y protección individual y colectiva.
- 3.2 Interpretación de la señalización de seguridad.
- 3.3 Consignas de actuación ante una situación de emergencia.
- 3.4 Protocolos de actuación ante una situación de emergencia.
- 3.5 Identificación de los procedimientos de atención sanitaria inmediata.
- 3.6 Primeras actuaciones en emergencias con heridos.

Módulo profesional 12: empresa e iniciativa emprendedora

Duración: 66 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 4

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: empresa e iniciativa emprendedora. 66 horas

UF 1: empresa e iniciativa emprendedora

Duración: 66 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

- 1.1 Identifica el concepto de innovación y su relación con el progreso de la sociedad y el aumento en el bienestar de los individuos.
- 1.2 Analiza el concepto de cultura emprendedora y su importancia como fuente de creación de ocupación y bienestar social.
- 1.3 Identifica la importancia que la iniciativa individual, la creatividad, la formación y la colaboración tienen en el éxito de la actividad emprendedora.
- 1.4 Analiza la capacidad de iniciativa en el trabajo de una persona ocupada en una empresa relacionada con los servicios de guía, información y asistencias turísticas.
- 1.5 Analiza el desarrollo de la actividad emprendedora de un empresario que se inicie en el sector de guía, información y asistencias turísticas.
- 1.6 Analiza el concepto de riesgo como elemento inevitable de toda actividad emprendedora.
- 1.7 Analiza el concepto de empresario y los requisitos y actitudes necesarios para desarrollar la actividad empresarial.
- 1.8 Relaciona la estrategia empresarial con la misión, la visión y los valores de la empresa.
- 1.9 Reconoce las nuevas herramientas y recursos para el fomento del autoempleo, en especial los viveros de empresas.

CVE-DOGC-B-14070108-2014

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

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

Criterios de evaluación

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

2.2 Analiza la empresa dentro del sistema económico global.

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

2.4 Analiza los componentes principales del entorno general que rodea una microempresa del sector de guía, información y asistencias turísticas.

2.5 Analiza la influencia de las relaciones de empresas del sector de guía, información y asistencias turísticas con los principales integrantes del entorno específico.

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

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

2.8 Elabora el balance social de una empresa relacionada con los servicios de guía, información y asistencias turísticas, incorporando los costes sociales en que incurre y los beneficios sociales que produce.

2.9 Identifica prácticas que incorporan valores éticos y sociales en empresas relacionadas con los servicios de guía, información y asistencias turísticas.

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

2.11 Reconoce las oportunidades y amenazas existentes en el entorno de una microempresa de guía, información y asistencias turísticas.

2.12 Determina la viabilidad económica y financiera de una microempresa relacionada con los servicios de guía, información y asistencias turísticas.

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

3. Realiza actividades para la constitución y puesta en marcha de una microempresa de servicios de guía, información y asistencias turísticas, seleccionando la forma jurídica e identificando las obligaciones legales asociadas.

Criterios de evaluación

3.1 Analiza las diferentes formas jurídicas y organizativas de empresa más habituales.

3.2 Identifica los rasgos característicos de la economía cooperativa.

3.3 Especifica el grado de responsabilidad legal de los propietarios de la empresa, en función de la forma jurídica escogida.

3.4. Diferencia el tratamiento fiscal establecido para las diferentes formas jurídicas de la empresa.

3.5 Analiza los trámites exigidos por la legislación vigente para constituir una microempresa del sector de guía, información y asistencias turísticas, según la forma jurídica escogida.

CVE-DOGC-B-14070108-2014

- 3.6 Identifica los organismos y entidades que intervienen a la hora de poner en funcionamiento una microempresa.
- 3.7 Busca las diferentes ayudas para crear microempresas del sector de guía, información y asistencias turísticas disponibles en Cataluña y en la localidad de referencia.
- 3.8 Especifica los beneficios que aportan la imagen corporativa y la organización de la comunicación interna y externa a la empresa.
- 3.9 Identifica las herramientas para estudiar la viabilidad económica y financiera de una microempresa.
- 3.10 Incluye en el plan de empresa todos los aspectos relativos a la elección de la forma jurídica, estudio de viabilidad económica y financiera, trámites administrativos, ayudas y subvenciones, y el plan de marketing.
- 3.11 Identifica las vías de asesoramiento y gestión administrativa externas existentes a la hora de poner en funcionamiento una microempresa.

4. Realiza actividades de gestión administrativa y financiera de una microempresa de guía, información y asistencias turísticas, identificando las obligaciones contables y fiscales principales y conociendo la documentación.

Crterios de evaluaci3n

- 4.1 Analiza los conceptos b3sicos de la contabilidad y las t3cnicas de registro de la informaci3n contable.
- 4.2 Identifica las t3cnicas b3sicas de an3lisis de la informaci3n contable, en especial en lo referente a la solvencia, liquidez y rentabilidad de la empresa.
- 4.3 Define las obligaciones fiscales de una microempresa relacionada con los servicios de gu3a, informaci3n y asistencias turísticas.
- 4.4 Diferencia los tipos de impuestos del calendario fiscal.
- 4.5 Identifica la documentaci3n b3sica de car3cter comercial y contable para una microempresa del sector de gu3a, informaci3n y asistencias turísticas, y los circuitos que la documentaci3n mencionada sigue dentro de la empresa.
- 4.6 Identifica los principales instrumentos de financiaci3n bancaria.
- 4.7 Sitúa correctamente la documentaci3n contable y de financiaci3n en el plan de empresa.

Contenidos

1. Iniciativa emprendedora:

- 1.1 Innovaci3n y desarrollo econ3mico. Características principales de la innovaci3n en la actividad del sector de gu3a, informaci3n y asistencias turísticas (materiales, tecnolog3a, organizaci3n de la producci3n).
- 1.2 Factores clave de los emprendedores: iniciativa, creatividad, formaci3n y liderazgo empresarial.
- 1.3 La actuaci3n de los emprendedores como empleados de una empresa relacionada con los servicios de gu3a, informaci3n y asistencias turísticas.
- 1.4 La actuaci3n de los emprendedores como empresarios de una empresa relacionada con el sector de gu3a, informaci3n y asistencias turísticas.
- 1.5 Instrumentos para identificar las capacidades que favorecen el esp3ritu emprendedor.
- 1.6 El empresario. Actitudes y requisitos para ejercer la actividad empresarial.
- 1.7 Objetivos personales *versus* objetivos empresariales. Mis3n, visi3n y valores de empresa.
- 1.8 El plan de empresa y la idea de negocio en el 3mbito de gu3a, informaci3n y asistencias turísticas.

1.9 Las buenas prácticas empresariales.

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

2. La empresa y su entorno:

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

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

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

2.4 Análisis del macroentorno de una microempresa del sector de guía, información y asistencias turísticas.

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

2.6 Análisis del microentorno de una microempresa del sector de guía, información y asistencias turísticas.

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

2.8 Relaciones de una microempresa de guía, información y asistencias turísticas con los agentes sociales.

2.9 La responsabilidad social de la empresa.

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

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

2.12 Detección de oportunidades y amenazas del sector de guía, información y asistencias turísticas. Instrumentos de detección.

2.13 Determinación de la viabilidad económica y financiera de una microempresa relacionada con el sector de guía, información y asistencias turísticas.

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

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

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

3. Creación y puesta en funcionamiento de la empresa:

3.1 Tipo de empresa más comunes del sector de guía, información y asistencias turísticas.

3.2 Características de las empresas cooperativas y las sociedades laborales.

3.3 Organización de una empresa del sector de guía, información y asistencias turísticas: estructura interna. Organización de la comunicación interna y externa a la empresa.

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

3.5 La fiscalidad de empresas del sector de guía, información y asistencias turísticas.

3.6 Trámites administrativos para constituir una empresa del sector de guía, información y asistencias turísticas.

3.7 Búsqueda y tratamiento de información en los procesos de creación de una microempresa del sector de guía, información y asistencias turísticas.

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

3.9 Plan de empresa: elección de la forma jurídica, estudio de viabilidad económica y financiera, trámites administrativos y gestión de ayudas y subvenciones de una microempresa relacionada con el sector de guía, información y asistencias turísticas.

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

4. Gestión empresarial:

4.1 Elementos básicos de la contabilidad.

4.2 Cuentas anuales exigibles a una microempresa.

4.3 Análisis de la información contable.

4.4 La previsión de resultados.

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

4.6 Las formas de financiación de una empresa.

4.7 Técnicas básicas de gestión administrativa de una empresa relacionada con el sector de guía, información y asistencias turísticas.

4.8 Documentación básica comercial y contable y conexión entre ellas.

4.9 Importancia de la información contable de la empresa.

Módulo profesional 13: proyecto de guía, información y asistencias turísticas

Duración: 66 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 5

Unidades formativas que lo componen:

UF 1: proyecto de guía, información y asistencias turísticas

Duración: 66 horas

UF1: proyecto de guía, información y asistencias turísticas

Duración: 66 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Identifica necesidades del sector productivo de la información turística, relacionándolas con proyectos tipos que las puedan satisfacer.

Criterios de evaluación

1.1 Clasifica las diferentes empresas, entidades y/o instituciones del sector atendiendo sus características organizativas y el tipo de producto o servicio que ofrecen.

1.2 Caracteriza las empresas, entidades y/o instituciones tipos indicando la estructura organizativa y las funciones de cada departamento.

1.3 Detecta las tendencias del sector e identifica las necesidades más demandadas a las empresas, entidades y/o instituciones.

CVE-DOGC-B-14070108-2014

- 1.4 Valora las oportunidades de negocio previsibles en el sector.
 - 1.5 Identifica el tipo de proyecto requerido para dar respuesta a las demandas previstas.
 - 1.6 Determina las características específicas requeridas al proyecto.
 - 1.7 Determina las obligaciones fiscales, laborales y de prevención de riesgos y sus condiciones de aplicación.
 - 1.8 Identifica posibles ayudas o subvenciones para la incorporación de nuevas tecnologías de producción o de servicio que se proponen.
 - 1.9 Elabora el guión de trabajo que se debe seguir para la elaboración del proyecto.
2. Diseña un proyecto relacionado con las competencias del título, incluyendo y desarrollando las fases que lo componen.

Criterios de evaluación

- 2.1 Recopila la información relativa a los aspectos tratados en el proyecto.
 - 2.2 Realiza el estudio de viabilidad técnica del proyecto.
 - 2.3 Detalla las fases o partes que componen el proyecto y su contenido.
 - 2.4 Establece los objetivos que se pretenden conseguir en el proyecto, identificando su alcance.
 - 2.5 Prevé los recursos materiales y personales necesarios para la realización del proyecto.
 - 2.6 Realiza el presupuesto económico correspondiente, identificando las necesidades de financiación.
 - 2.7 Define y elabora la documentación necesaria para su diseño.
 - 2.8 Identifica los aspectos que se deben controlar para garantizar la calidad del proyecto.
3. Planifica la implementación o ejecución del proyecto, determinando el plan de intervención y la documentación asociada.

Criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

CVE-DOGC-B-14070108-2014

- 4.1 Define el procedimiento de evaluación de las actividades o intervenciones.
- 4.2 Define los indicadores de calidad para realizar la evaluación.
- 4.3 Define el procedimiento para la gestión de las incidencias que puedan presentarse durante la realización de las actividades, su posible solución y registro.
- 4.4 Define el procedimiento para gestionar los posibles cambios en los recursos y en las actividades, incluido el sistema de registro.
- 4.5 Define y elabora la documentación necesaria para la evaluación de las actividades y del proyecto.
- 4.6 Establece el procedimiento para la participación en la evaluación de los usuarios o clientes, elaborando los documentos específicos.
- 4.7 Establece un sistema para garantizar el cumplimiento del pliego de condiciones del proyecto.

Contenidos

Los determina el centro educativo.

Módulo profesional 14: formación en centros de trabajo

Duración: 350 horas

Horas de libre disposición: no se asignan

Equivalencia en créditos ECTS: 22

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

- 1.1 Identifica las características generales de la empresa, centro o servicio y el organigrama y las funciones de cada área.
- 1.2 Identifica los procedimientos de trabajo en el desarrollo de la actividad.
- 1.3 Identifica las competencias de los puestos de trabajo en el desarrollo de la actividad.
- 1.4 Identifica las características del mercado o entorno, tipo de usuarios y proveedores.
- 1.5 Identifica las actividades de responsabilidad social de la empresa, centro o servicio hacia el entorno.
- 1.6 Identifica el flujo de servicios o los canales de comercialización más frecuentes en esta actividad.
- 1.7 Relaciona ventajas e inconvenientes de la estructura de la empresa, centro o servicio, ante otros tipos de organizaciones relacionadas.
- 1.8 Identifica el convenio colectivo o el sistema de relaciones laborales al cual se acoge la empresa, centro o servicio.
- 1.9 Identifica los incentivos laborales, las actividades de integración o de formación y las medidas de conciliación en relación con la actividad.

CVE-DOGC-B-14070108-2014

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

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

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

Criterios de evaluación

2.1 Cumple el horario establecido.

2.2 Muestra una presentación personal adecuada.

2.3 Es responsable en la ejecución de las tareas asignadas.

2.4 Se adapta a los cambios de las tareas asignadas.

2.5 Manifiesta iniciativa en la resolución de problemas.

2.6 Valora la importancia de su actividad profesional.

2.7 Mantiene organizada su área de trabajo.

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

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

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

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

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

Criterios de evaluación

3.1 Ejecuta las tareas según los procedimientos establecidos.

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

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

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

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

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

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

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

Actividades formativas de referencia

1. Actividades formativas de referencia relacionadas con procesos de guía y asistencia turística.

1.1 Participación en el diseño y estudio de viabilidad de itinerarios, visitas y otros servicios.

1.2 Previsión de las diferentes necesidades de los viajeros en los desplazamientos y visitas.

CVE-DOGC-B-14070108-2014

1.3 Colaboración en la gestión de la documentación referida al registro, emisión y archivo mediante programas informáticos.

1.4 Participación en actividades de asistencia y guía en diferentes entornos y con diferentes segmentos, comprobando la documentación del viaje y desarrollando las exposiciones.

1.5 Aplicación de técnicas para la autoevaluación de la práctica profesional.

2. Actividades formativas de referencia relacionadas con servicios de información turística y la dirección de entidades de información.

2.1 Aplicación de programas informáticos de gestión de las solicitudes y/o consultas, quejas y reclamaciones por parte de usuarios.

2.2 Colaboración en las técnicas de motivación del personal y promoción de la participación y el respeto, las actitudes de tolerancia y los principios de igualdad de oportunidades en las entidades o instituciones.

2.3 Recogida y análisis de la demanda actual y potencial del servicio de información.

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

2.5 Elaboración de un presupuesto de operaciones, ajustándose a los recursos disponibles.

2.6 Participación en el diseño del plan de atención al público de un sistema de información turística.

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

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

3.2 Participación en actos y programas de promoción, atendiendo las peticiones de información turística sobre destino, zona o producto turístico.

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

3.4 Consulta, actualización e introducción de información en una base de datos de los clientes potenciales.

3.5 Colaboración en el diseño y producción del material gráfico necesario.

3.6 Colaboración en la supervisión de todo tipo de actos y eventos.

4. Actividades formativas de referencia relacionadas con la planificación y diseño de productos turísticos.

4.1 Identificación de las fuentes de recogida de información para estudiar el mercado turístico del entorno.

4.2 Realización de propuestas de diseño de productos turísticos concretos, satisfaciendo las expectativas de la demanda y rentabilizando los recursos y la oferta de servicios.

4.3 Establecimiento y preparación de las acciones necesarias para el desarrollo de los productos turísticos definidos, siguiendo las instrucciones recibidas.

4.4 Información a las empresas, entidades y/u organismos relacionados con los productos/servicios turísticos definidos.

4.5 Control del desarrollo del producto turístico, de su realización en la forma y tiempos establecidos y cumpliendo con las especificaciones definidas y con el estándar de calidad previsto.

6. Incorporación de la lengua inglesa en el ciclo formativo

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

- 1.1 Aplica en situaciones profesionales la información contenida en textos técnicos o normativa relacionados con el ámbito profesional.
- 1.2 Identifica y selecciona con agilidad los contenidos relevantes de novedades, artículos, noticias, informes y normativa sobre varios temas profesionales.
- 1.3 Analiza en detalle las informaciones específicas seleccionadas.
- 1.4 Actúa en consecuencia para dar respuesta a los mensajes técnicos recibidos a través de soportes convencionales (correo postal, fax) o telemáticos (correo electrónico, web).
- 1.5 Selecciona y extrae información relevante en lengua inglesa, según prescripciones establecidas, para elaborar en lengua propia comparativas, informes breves o extractos.
- 1.6 Completa en lengua inglesa documentación y/o formularios del campo profesional habituales.
- 1.7 Utiliza apoyos de traducción técnicos y las herramientas de traducción asistida o automatizada de textos.

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

Criterios de evaluación

- 2.1 Elabora documentación y textos relacionados con las funciones más habituales de la profesión.
- 2.2 Utiliza con agilidad la documentación y textos escritos en lengua inglesa habituales en situaciones profesionales diversas.
- 2.3 Mantiene conversaciones en lengua inglesa en situaciones profesionales habituales.
- 2.4 Utiliza normas de protocolo en la atención al cliente o usuario.
- 2.5 Aplica con fluidez la terminología de la profesión en lengua inglesa.
- 2.6 Emplea las estrategias comunicativas adecuadas a cada situación profesional.
- 2.7 Resuelve con autonomía los problemas de comprensión y de expresión en las comunicaciones profesionales.
- 2.8 Utiliza apoyos de traducción técnicos y las herramientas de traducción asistida o automatizada de textos.

Este resultado de aprendizaje se debe aplicar al menos en uno de los módulos siguientes: estructura del mercado turístico, protocolo y relaciones públicas, marketing turístico, destinos turísticos, recursos turísticos, servicios de información turística, procesos de guía y asistencia turística y diseño de productos turísticos.

7. Espacios



CVE-DOGC-B-14070108-2014

Espacio formativo	Superficie m² (30 alumnos)	Superficie m² (20 alumnos)	Grado de uso
Aula polivalente	45	30	50%
Aula de agencias/ información turística	90	60	50%

8. Profesorado

8.1 Profesorado de centros educativos dependientes del Departamento de Enseñanza

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

Especialidades de los profesores con atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo de guía, información y asistencias turísticas:

Módulo profesional	Especialidad de los profesores	Cuerpo
Estructura del mercado turístico	Hotelería y turismo	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria
Protocolo y relaciones públicas	Hotelería y turismo	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria
Marketing turístico	Hotelería y turismo	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria
Destinos turísticos	Hotelería y turismo	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria
Recursos turísticos	Hotelería y turismo	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria
Servicios de información turística	Hotelería y turismo	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria
Procesos de guía y asistencia turística	Hotelería y turismo	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria

CVE-DOGC-B-14070108-2014

Diseño de productos turísticos	Hotelería y turismo	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria
Inglés	Inglés Hotelería y turismo*	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria
Segunda lengua extranjera	Segunda lengua extranjera Hotelería y turismo*	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria
Proyecto de guía, información y asistencias turísticas	Hotelería y turismo	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria
Formación y orientación laboral	Formación y orientación laboral	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria
Empresa e iniciativa emprendedora	Formación y orientación laboral	Catedráticos de enseñanza secundaria Profesores de enseñanza secundaria

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

8.2 Titulaciones equivalentes a efectos de docencia

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

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

CVE-DOGC-B-14070108-2014

Enseñanza

Módulos profesionales	Titulación
Estructura del mercado turístico Protocolo y relaciones públicas Marketing turístico Destinos turísticos Recursos turísticos Servicios de información turística Procesos de guía y asistencia turística Diseño de productos turísticos Inglés Segunda lengua extranjera Proyecto de guía, información y asistencias turísticas Formación y orientación laboral Empresa e iniciativa emprendedora	Licenciado o licenciada, ingeniero o ingeniera, arquitecto o arquitecta, o título de grado correspondiente u otros títulos equivalentes a efectos de docencia

9. Convalidaciones

9.1 Convalidaciones entre los créditos y módulos profesionales del ciclo formativo de información y comercialización turísticas al amparo de la LOGSE (2217/1993, de 17 de diciembre) y los módulos profesionales del currículo que se establecen en este Decreto

CFGS (LOGSE)		CFGS (LOE)
Créditos	Módulos	Módulos profesionales
Diseño y comercialización de productos y servicios turísticos locales y regionales	Diseño y comercialización de productos y servicios turísticos locales y regionales	Diseño de productos turísticos Marketing turístico Estructura del mercado turístico Recursos turísticos
Información turística en destino	Información turística en destino	Estructura del mercado turístico Servicios de información turística Protocolo y relaciones públicas
Productos y destinos turísticos nacionales e internacionales	Productos y destinos turísticos nacionales e internacionales	Destinos turísticos Recursos turísticos
		Procesos de guía y

CVE-DOGC-B-14070108-2014

Asistencia y guía de grupos	Asistencia y guía de grupos	asistencia turística Protocolo y relaciones públicas
Lengua extranjera: Inglés	Lengua extranjera: Inglés	Inglés
Segunda lengua extranjera	Segunda lengua extranjera	Segunda lengua extranjera
Formación en centros de trabajo	Formación en centros de trabajo	Formación en centros de trabajo

9.2 Otras convalidaciones

Convalidaciones entre los créditos del CFGS Información y comercialización turísticas LOGSE y las unidades formativas del currículo que se establecen en este Decreto.

Créditos del CFGS información y comercialización turísticas	Unidades formativas de los módulos profesionales del CFGS guía, información y asistencias turísticas
Formación y orientación laboral	Unidades formativas del módulo de formación y orientación laboral: UF1: incorporación al trabajo
Síntesis	Unidades formativas del módulo profesional de proyecto: UF 1: proyecto de guía, información y asistencias turísticas

10. Correspondencias

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

Unidades de competencia del Catálogo de cualificaciones profesionales de Cataluña	Módulos profesionales
UC_2-1069-11_3: interpretar el patrimonio y bienes de interés cultural del ámbito de actuación a turistas y visitantes UC_2-1070-11_3: interpretar espacios naturales y otros bienes de interés natural del ámbito de actuación a turistas y visitantes	Recursos turísticos
UC_2-1071-11_3: prestar servicios de acompañamiento y asistencia a turistas y visitantes y diseñar itinerarios	Procesos de guía y asistencia turística
UC_2-1056-11_3: gestionar eventos	Protocolo y relaciones públicas
UC_2-1072-11_3: comunicarse en inglés con un nivel de usuario/aria competente en los servicios turísticos de guía y animación	Inglés (*)
UC_2-1073-11_3: comunicarse en una lengua extranjera diferente del inglés con un nivel de usuario/aria competente en los servicios turísticos de guía y animación	Segunda lengua extranjera (*)
UC_2-1074-11_3: gestionar información turística	Marketing turístico

CVE-DOGC-B-14070108-2014

UC_2-1075-11_3: crear, promocionar y gestionar servicios y productos turísticos locales	Diseño de productos turísticos
UC_2-0268-11_3: gestionar unidades de información y distribución turísticas	Servicios de información turística

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

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

Módulos profesionales	Unidades de competencia del Catálogo de cualificaciones profesionales de Cataluña
Recursos turísticos	UC_2-1069-11_3: interpretar el patrimonio y bienes de interés cultural del ámbito de actuación a turistas y visitantes UC_2-1070-11_3: interpretar espacios naturales y otros bienes de interés natural del ámbito de actuación a turistas y visitantes
Procesos de guía y asistencia turística	UC_2-1071-11_3: prestar servicios de acompañamiento y asistencia a turistas y visitantes y diseñar itinerarios
Protocolo y relaciones públicas	UC_2-1056-11_3: gestionar eventos
Marketing turístico	UC_2-1074-11_3: gestionar información turística
Diseño de productos turísticos	UC_2-1075-11_3: crear, promocionar y gestionar servicios y productos turísticos locales
Inglés	UC_2-1072-11_3: comunicarse en inglés con un nivel de usuario/aria competente en los servicios turísticos de guía y animación
Segunda lengua extranjera	UC_2-1073-11_3: comunicarse en una lengua extranjera diferente del inglés con un nivel de usuario/aria competente en los servicios turísticos de guía y animación

(14.070.108)