

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

## CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN

**CVE-2010-14906** *Orden EDU/76/2010, de 4 de octubre, por la que se establece el currículo del ciclo formativo de Grado Superior correspondiente al título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos en la Comunidad Autónoma de Cantabria.*

El artículo 28.1 de la Ley Orgánica 8/1981, de 30 de diciembre, por la que se aprueba el Estatuto de Autonomía para Cantabria atribuye a la Comunidad de Cantabria la competencia de desarrollo legislativo y ejecución de la enseñanza en toda su extensión, niveles y grados, modalidades y especialidades, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 27 de la Constitución y Leyes Orgánicas que lo desarrollen.

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

La Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, en su artículo 6.4, determina que, las Administraciones educativas establecerán el currículo de las distintas enseñanzas reguladas en dicha Ley, así como que los centros docentes desarrollarán y completarán, en su caso, el currículo de los diferentes ciclos en uso de su autonomía. Así mismo, en su artículo 39.4 establece que, el currículo de las enseñanzas de Formación Profesional Inicial se ajustará a las exigencias derivadas del Sistema Nacional de Cualificaciones y Formación Profesional y a lo establecido en el artículo 6.3 de la citada Ley.

El Real Decreto 1538/2006, de 15 de diciembre, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo dispone, en su artículo 18, que, las Administraciones educativas tendrán en cuenta, al establecer el currículo de cada ciclo formativo, la realidad socioeconómica del territorio de su competencia, así como las perspectivas de desarrollo económico y social, con la finalidad de que las enseñanzas respondan en todo momento a las necesidades de cualificación de los sectores socio-productivos de su entorno, sin perjuicio alguno a la movilidad del alumnado. Asimismo, dicho artículo establece que, los centros de formación profesional desarrollarán los currículos establecidos por la Administración educativa correspondiente de acuerdo con las características y expectativas del alumnado.

El Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos y se fijan sus enseñanzas mínimas atribuye, en su artículo 10.2. a la Comunidad Autónoma de Cantabria la competencia para establecer el currículo respetando lo establecido en el citado Real Decreto.

En virtud de lo anteriormente expuesto, con el dictamen favorable del Consejo de Formación Profesional de Cantabria y de acuerdo con lo establecido en el artículo 33 de la Ley 6/2002, de 10 de diciembre, de Régimen Jurídico del Gobierno y de la Administración de la Comunidad Autónoma de Cantabria,

### DISPONGO

Artículo 1.- Objeto y ámbito de aplicación.

1. La presente orden tiene por objeto establecer el currículo correspondiente al título determinado en el Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio, por el que se establece el título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos y se fijan sus enseñanzas mínimas, teniendo en cuenta las características socio-productivas, laborales y educativas de la comunidad autónoma de Cantabria.

2. Lo dispuesto en la presente orden será de aplicación en el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Cantabria.

CVE-2010-14906

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

#### Artículo 2.- Currículo.

1. La identificación del título es la que se establece en el Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio, por el que se establece el título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos y se fijan sus enseñanzas mínimas. El código que identifica este título para el ámbito de la Comunidad Autónoma de Cantabria es el siguiente:

Código: HOT303C.

2. Los aspectos del currículo referentes al perfil profesional, a la competencia general, a la relación de cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, al entorno profesional y a la prospectiva del título en el sector o sectores, son los que se establecen en el Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio.

3. Las competencias profesionales, personales y sociales, y los objetivos generales del presente currículo son los que se establecen en el Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio.

4. La relación de módulos profesionales, así como sus correspondientes resultados de aprendizaje, criterios de evaluación, contenidos y orientaciones pedagógicas que conforman el presente currículo son los que se establecen en el anexo I de esta orden.

#### Artículo 3.- Estructura del Ciclo Formativo.

1. La duración total de las enseñanzas correspondientes a este ciclo formativo, incluido el módulo profesional de formación en centros de trabajo, es de 2000 horas.

2. Los módulos profesionales en que se organizan las enseñanzas correspondientes al título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos son los siguientes:

##### a. Módulos profesionales asociados a unidades de competencia:

0172. Protocolo y relaciones públicas.

0173. Marketing turístico.

0384. Recursos turísticos.

0397. Gestión de productos turísticos.

0398. Venta de servicios turísticos.

0399. Dirección de entidades de intermediación turística.

0179. Inglés

##### - Unidades formativas:

UF0179\_12. Inglés I.

UF0179\_22. Inglés II.

0180. Segunda Lengua Extranjera. Francés.

##### - Unidades formativas:

UF 0180\_12. Francés I.

UF 0180\_22. Francés II.

##### b. Otros módulos profesionales:

0171. Estructura del mercado turístico.

0383. Destinos turísticos.

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

0401. Formación y orientación laboral.

0402. Empresa e iniciativa emprendedora.

0403. Formación en centros de trabajo.

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

3. Los módulos profesionales de este ciclo formativo se organizarán para el régimen presencial en dos cursos académicos y se ajustarán a la secuenciación y distribución horaria semanal que se establece en el anexo II de esta orden.

#### Artículo 4.- Espacios y Equipamientos.

Las características de los espacios y equipamientos que deben reunir los centros de formación profesional que impartan las enseñanzas que se establecen en esta orden son las que se determinan en el anexo III de dicha orden.

#### Artículo 5.- Profesorado.

1. Las especialidades del profesorado de los Cuerpos de Catedráticos de Enseñanza Secundaria, de Profesores de Enseñanza Secundaria y de Profesores Técnicos de Formación Profesional, según proceda, con atribución docente en los módulos profesionales que constituyen las enseñanzas establecidas para el título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos, así como las equivalentes a efectos de docencia son las recogidas respectivamente, en los anexos III.A) y III.B) del Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio.

2. Las titulaciones requeridas y cualesquiera otros requisitos necesarios para la impartición de los módulos profesionales que constituyen las enseñanzas establecidas para el título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos, para el profesorado de los centros de titularidad privada o de titularidad pública de otras administraciones distintas a la educativa, se concretan en el anexo III.C) del Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio.

#### Artículo 6.- Adaptación del currículo al entorno socio-productivo y educativo.

1. El currículo tiene en cuenta la realidad socioeconómica de la Comunidad Autónoma de Cantabria, así como las perspectivas de desarrollo económico y social.

2. Los centros educativos, en virtud de su autonomía pedagógica desarrollarán el currículo establecido en la presente orden, mediante la elaboración de un proyecto curricular del ciclo formativo, de acuerdo con el entorno socio-productivo, cultural y profesional, así como a las características y necesidades del alumnado, con especial atención a las necesidades de aquellas personas que presenten alguna discapacidad en el marco del proyecto educativo del centro.

3. El currículo se desarrollará en las programaciones didácticas de los distintos módulos profesionales. En su elaboración se incorporarán las tecnologías de la información y de la comunicación, la prevención de riesgos laborales, la cultura del respeto al medio ambiente, el trabajo realizado conforme a las normas de calidad, la innovación, el espíritu emprendedor y la igualdad de género.

#### Artículo 7.- Convalidaciones y exenciones.

El acceso a otros estudios, las convalidaciones y exenciones son los establecidos en el Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio.

Artículo 8.- Correspondencia de los módulos profesionales con las unidades de competencia para su acreditación, convalidación o exención.

La correspondencia de las unidades de competencia con los módulos profesionales que forman las enseñanzas del título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos, así como la correspondencia de los módulos profesionales con las unidades de competencia, para su convalidación, exención o acreditación son las que se definen en los anexos V A) y V B) del Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

#### DISPOSICIÓN ADICIONAL PRIMERA

Organización de la formación.

Excepcionalmente, de acuerdo con las necesidades de organización y metodología de la formación, tanto en la modalidad presencial, como semipresencial y distancia, la Dirección General de Formación Profesional y Educación Permanente podrá adaptar la organización a la que se refiere la presente orden conforme a las características, condiciones y necesidades de la población destinataria.

#### DISPOSICIÓN ADICIONAL SEGUNDA

Capacitaciones y carnés profesionales.

1. La formación establecida en esta Orden en el módulo profesional de Formación y Orientación Laboral, capacita para llevar a cabo responsabilidades profesionales equivalentes a las que precisan las actividades de nivel básico en prevención de riesgos laborales, establecidas en el Real Decreto 39/1997, de 17 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención. Los centros docentes certificarán la formación de nivel básico en prevención de riesgos laborales a todos los alumnos que hayan obtenido el título, cuyo currículo se establece en la presente orden, siguiendo para ello el modelo establecido en el anexo I de la Orden EDU/59/2010 de 9 de julio, para la acreditación de la formación de nivel básico en prevención de riesgos laborales para el alumnado que haya obtenido el título de técnico o técnico superior de las enseñanzas de formación profesional inicial en Cantabria (BOC 22 de julio de 2010).

2. Además de las capacitaciones establecidas anteriormente, se adquirirá cualquier otra que sea regulada por las Administraciones Públicas competentes.

#### DISPOSICIÓN TRANSITORIA PRIMERA

Implantación de estas enseñanzas.

1. En el curso 2010/2011, se implantarán las enseñanzas correspondientes al primer curso del ciclo formativo cuyo currículo establece esta orden, y dejarán de impartirse las enseñanzas de primer curso amparadas por la Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de Ordenación General del Sistema Educativo, correspondientes al título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.

2. En el curso 2011/2012, se implantarán las enseñanzas correspondientes al segundo curso del ciclo formativo cuyo currículo establece esta orden, y dejarán de impartirse las enseñanzas de segundo curso amparadas por la Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de Ordenación General del Sistema Educativo, correspondientes a los títulos de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos

#### DISPOSICIÓN TRANSITORIA SEGUNDA

Transitoriedad en la aplicación.

1. El alumnado que durante el curso 2009/2010 no haya superado los módulos profesionales del primer curso necesarios para promocionar al segundo curso para cursar el módulo profesional de Formación en Centros de Trabajo, se podrá incorporar al primer curso de las enseñanzas reguladas en la presente orden y se le aplicarán las convalidaciones establecidas en el Anexo IV del Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio.

2. El alumnado de primer curso que, al finalizar el curso escolar 2009-2010, no haya superado algunos de los módulos profesionales y no se acoja al punto anterior, contará con dos convocatorias en cada uno de los dos años sucesivos para poder superar dichos módulos

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

profesionales, con el límite de las convocatorias establecidas por la normativa vigente, a excepción del módulo de formación en centro de trabajo para el que se dispondrá de un curso escolar suplementario. Transcurrido este periodo se le aplicarán, con los módulos superados, las convalidaciones establecidas en el anexo IV del Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio por el que se establece el Título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.

#### DISPOSICIÓN DEROGATORIA ÚNICA

Derogatoria de normas.

Quedan derogadas todas las disposiciones de igual o inferior rango que se opongan a lo dispuesto en la presente orden.

#### DISPOSICIÓN FINAL PRIMERA

Desarrollo normativo.

El titular de la Dirección General competente en materia de Formación Profesional podrá adoptar cuantas medidas sean necesarias para la aplicación y ejecución de lo dispuesto en esta orden.

#### DISPOSICIÓN FINAL SEGUNDA

Entrada en vigor.

La presente orden entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial de Cantabria.

Santander, 4 de octubre de 2010.

La consejera de Educación,  
Rosa Eva Díaz Tezanos.

Título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos, en la Comunidad Autónoma de Cantabria

#### ANEXO I

##### 1. MÓDULOS PROFESIONALES.

Los módulos profesionales de este ciclo formativo son los que a continuación se relacionan:

- Estructura del mercado turístico.
- Protocolo y relaciones públicas.
- Marketing turístico.
- Destinos turísticos.
- Recursos turísticos.
- Gestión de productos turísticos.
- Venta de servicios turísticos.
- Dirección de entidades de intermediación turística.
- Inglés:
  - UF0179\_12. Inglés I.
  - UF0179\_22. Inglés II.



MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

- Segunda lengua extranjera:
  - UF 0180\_12. Francés I.
  - UF 0180\_22. Francés II.
- Proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos.
- Formación y orientación laboral.
- Empresa e iniciativa emprendedora.
- Formación en centros de trabajo.

1.1. Módulo Profesional: Estructura del mercado turístico.  
Equivalencia en créditos ECTS: 8  
Código: 0171.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha definido la oferta turística junto con los elementos y estructura básica de la misma.
- b) Se han caracterizado los canales de intermediación turística, así como los nuevos sistemas de distribución.

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

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

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

e) Se ha caracterizado la oferta complementaria.

f) Se han descrito las peculiaridades del núcleo turístico.

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

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

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

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

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

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

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

Duración: 132 horas.

Contenidos básicos:

1. Contextualización del sector turístico:

— Evolución del turismo.

— Evolución del turismo en Cantabria.

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

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

— Análisis socioeconómico de la actividad turística en Cantabria y su repercusión en el desarrollo de los distintos núcleos turísticos.

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

— Valoración del profesional turístico en el ámbito de su profesión.

2. Identificación de las tipologías turísticas y sus tendencias:

— Tipologías turísticas y sus características.

— Tipologías turísticas en Cantabria y sus características específicas.

— Localización geográfica de las principales tipologías turísticas.

— Localización geográfica de las principales tipologías turísticas en Cantabria.

— Tendencias de las tipologías turísticas locales y regionales.

— Tendencias de las tipologías turísticas nacionales.

— Tendencias de las tipologías turísticas internacionales.

3. Análisis de la oferta turística:

— La oferta turística.

— La oferta turística en Cantabria.

— La intermediación turística. Canales de distribución.

— La intermediación turística en Cantabria. Canales de distribución en Cantabria.

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

- Empresas de alojamientos turísticos.
- Los medios de transporte turísticos.
- La oferta complementaria.
- La oferta complementaria en Cantabria.
- El núcleo turístico.
- Importancia económica del turismo para el núcleo turístico.
- Importancia económica del turismo para Cantabria y los núcleos turísticos regionales.
- 4. Caracterización de la demanda turística:
  - Características de la demanda turística en Cantabria.
  - Elementos externos que influyen en la elasticidad de la demanda turística.
  - Motivaciones de la demanda turística.
  - Motivaciones de la demanda turística en Cantabria.
  - Estacionalidad de la demanda. Acciones de desestacionalización.
  - Estacionalidad de la demanda en Cantabria. Acciones de desestacionalización del turismo en Cantabria.
    - Tendencias actuales de la demanda turística.
    - Tendencias actuales de la demanda turística en Cantabria. Mercados emergentes y mercados potenciales.
    - Valoración de la importancia de conocer a la clientela como elemento dinamizador de la demanda.

Orientaciones pedagógicas.

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

Este módulo incluye aspectos como:

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

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

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

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

1.2. Módulo Profesional: Protocolo y relaciones públicas Equivalencia en créditos ECTS: 8  
Código: 0172

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:



MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

Duración: 99 horas.

Contenidos básicos:

1. Aplicación del protocolo institucional:
  - Protocolo institucional.
  - Sistemas de organización de invitados.

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

— Interés por la normativa en materia de protocolo y precedencias oficiales del Estado y de las Comunidades Autónomas.

— Proyección de actos protocolarios.

2. Aplicación del protocolo empresarial:

— Tipos y objetivos de los actos protocolarios empresariales.

— Identificación del público objetivo y adecuación del acto.

— Manual protocolario y de comunicación de una empresa.

— Actos protocolarios empresariales.

— Elaboración del programa y cronograma del acto a organizar.

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

— Aplicación y valoración de las RR.PP. en al ámbito turístico empresarial e institucional.

— Recursos de las relaciones públicas.

— La imagen corporativa.

— La expresión corporal. La imagen personal. Habilidades sociales.

— Tipos de imagen.

— La imagen del turismo español.

4. Comunicación con los clientes:

— Proceso de la comunicación.

— Comunicación no verbal.

— Comunicación verbal.

— Variables de la atención al cliente.

— Modalidades de atención al cliente.

— Puntos clave de una buena atención al cliente según la fase de contacto de este con la empresa.

5. Gestión de quejas, reclamaciones y sugerencias:

— Quejas, reclamaciones y sugerencias.

— Principales motivos de quejas del cliente de las empresas de hostelería y turismo.

— Elementos de recogida de quejas, reclamaciones o sugerencias.

— Fases de la gestión de quejas y reclamaciones.

— Normativa legal vigente en materia de reclamaciones de clientes en establecimientos de empresas turísticas.

6. Actitudes de atención al cliente:

— Actitud de servicio al cliente.

— Actitud de respeto hacia clientes, superiores, personal dependiente y compañeros.

— Actitud profesional.

— El valor de la discreción dentro del ámbito laboral.

— El valor de la imagen corporativa.

Orientaciones pedagógicas.

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

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

— Protocolo institucional básico.

— Protocolo empresarial.

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

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

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

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

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

### 1.3. Módulo Profesional: Marketing turístico

Equivalencia en créditos ECTS: 10

Código: 0173

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

h) Se han valorado los instrumentos comerciales y su compatibilidad con los diferentes segmentos de mercado.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han descrito los elementos básicos que conforman el plan de marketing.
- b) Se ha valorado la importancia de un plan de marketing en una empresa turística.
- c) Se ha realizado el análisis de otros planes empresariales e institucionales relacionados con el plan de marketing.
- d) Se han identificado los principales factores del entorno con incidencia en el plan de marketing.



MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

- e) Se ha analizado la competencia y el potencial de mercado.
- f) Se ha realizado el plan de acción, con sus estrategias y tácticas.
- g) Se han definido los recursos necesarios para establecer las estrategias propuestas y para la consecución de los objetivos del plan de marketing.
- h) Se ha realizado el control de cumplimiento y calidad del plan de marketing con las técnicas adquiridas.
- i) Se ha realizado la presentación del plan de marketing con las pautas establecidas y ante los responsables implicados.
- j) Se han valorado las implicaciones ambientales de la implementación de un plan de marketing propuesto.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

Duración: 132 horas.

Contenidos básicos:

1. Caracterización del marketing turístico:

- Marketing turístico.
- Relación con el sector de la hostelería y el turismo.
- Evolución de la función del marketing: orientación hacia el consumidor.
- El futuro del marketing.

2. Interpretación de la segmentación de mercados turísticos:

- Variables de segmentación más utilizadas en turismo.
- Aplicación de la segmentación al diseño de la estrategia comercial de las empresas turísticas.

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

- Tipos de estrategias de cobertura del mercado.
- Posicionamiento en el mercado: Conceptos. Estrategias. Métodos.
- Instrumentos comerciales y compatibilidad de los segmentos.
- 3. Identificación del marketing-mix y sus elementos:
  - Aplicación y estrategias.
  - El producto-servicio. Niveles y elementos.
  - La «servucción».
  - El ciclo de vida del producto y de los destinos turísticos.
  - Desarrollo y lanzamiento de los nuevos productos turísticos.
  - La promoción turística en el mix promocional: la publicidad, las RR.PP., las promociones de ventas/merchandising, las ferias turísticas, Work shops, Fam-trips y otros.
- 4. Análisis de las nuevas tecnologías aplicadas al marketing turístico:
  - Marketing directo en turismo y nuevas tecnologías.
  - Marketing en internet.
  - Bases de datos.
  - Objetivos generales del desarrollo de una base de datos de marketing.
  - Marketing directo.
  - Materiales de soporte y de desarrollo de políticas de marketing directo.
  - El marketing directo y su desarrollo.
- 5. Caracterización y elaboración del plan de marketing:
  - Plan de marketing. Elementos y Finalidad.
  - Segmentación y público objetivo.
  - Planes de acción: estrategias y tácticas.
  - Objetivos y cuotas de ventas.
  - Recursos necesarios para respaldar las estrategias y alcanzar los objetivos.
  - Seguimiento y control del marketing.
  - Presentación y promoción del plan.
  - Auditoría ambiental del plan.
- 6. Interpretación del proceso de decisión en el consumidor:
  - Fases del proceso de decisión.
  - Post-compra y fidelización.
  - Los nuevos consumidores en el sector turístico.
  - Herramientas de control de la calidad y la satisfacción del cliente. Implementación en empresas del sector turístico.
- 7. Caracterización de los criterios de consumerismo:
  - El consumerismo.
  - La reacción de la empresa y su respuesta.
  - Normativa que regula al consumidor y sus derechos en la U.E. y en España: legislación genérica y específica.
  - Derechos y deberes de los consumidores.

Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional tiene como finalidad la adquisición de competencias básicas e iniciales en el ámbito profesional turístico de temas de introducción y aplicación de conceptos y criterios específicos del marketing.

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

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

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

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

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

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

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

#### 1.4. Módulo Profesional: Destinos turísticos.

Equivalencia en créditos ECTS: 12

Código: 0383.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

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

RA 2. Identifica los principales elementos de la geografía turística de Europa y del resto del mundo reconociendo la división política de los continentes y sus Estados, el relieve, la hidrografía y el clima.

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

Criterios de evaluación:

- a) Se han descrito las funciones de la Organización Mundial del Turismo, (OMT), en el contexto de la división territorial de los países en regiones y subregiones.
- b) Se han identificado las regiones y subregiones turísticas de la OMT, ubicándolas en el espacio geográfico.
- c) Se ha analizado la organización política y territorial de Europa.
- d) Se ha identificado las principales unidades físicas de Europa.
- e) Se han distinguido los países comunitarios y los no comunitarios, así como los territorios dependientes de dentro y fuera de Europa, ubicándoles en el espacio geográfico.
- f) Se han descrito los elementos y características más relevantes y representativos del relieve, la hidrografía y el litoral europeos.
- g) Se han descrito las unidades físicas, paisajes y vegetación más relevantes; así como los principales espacios naturales protegidos y las características generales del clima europeo.
- h) Se han analizado las características más sobresalientes de las diferentes culturas y pueblos de Europa.
- i) Se ha valorado la pluralidad de lenguas, culturas, costumbres, ritos y creencias de los diferentes Estados de Europa.
- j) Se han descrito las características más relevantes de relieve, hidrografía, vegetación, clima y diversidad cultural del resto de regiones y subregiones del mundo.

RA 3. Identifica los principales destinos turísticos de España describiendo y valorando sus recursos y oferta turística.

Criterios de evaluación:

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

RA 4. Identifica los principales destinos turísticos de Europa y del resto del mundo describiendo y valorando sus recursos y oferta turística.

Criterios de evaluación:

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

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

g) Se han utilizado diversas fuentes de información.

Duración: 165 horas

Contenidos básicos:

1. Identificación de la geografía turística de España.
  - Organización territorial y administrativa. Concepto de Autonomía, región, provincia, comarca y municipio. Identificación.
  - Relieve. Características. Unidades físicas.
  - Demografía: distribución de la población.
  - Respeto por las diferentes creencias, lenguas y elementos diferenciales de las distintas comunidades autónomas.
  - Aplicaciones informáticas y otras fuentes para el estudio de la geografía turística.
2. Identificación de la geografía turística de Cantabria
  - Organización territorial y administrativa. Identificación de los municipios, comarcas y denominaciones geoturísticas de Cantabria.
  - Relieve. Características y unidades físicas de Cantabria.
  - Demografía y distribución de la población en Cantabria
3. Identificación de la geografía turística de Europa y del resto del mundo.
  - La organización internacional del turismo. La OMT. Concepto y funciones. Regiones y subregiones.
  - Organización política y territorial de Europa. Países comunitarios y no comunitarios. Territorios dependientes de dentro y fuera de Europa.
  - Unidades físicas europeas.
  - Diversidad cultural europea: culturas, pueblos, lenguas.
  - Geografía turística del resto del mundo: rasgos distintivos del relieve, hidrografía, vegetación, clima y diversidad cultural de las regiones y subregiones OMT, excepto Europa.
  - Actitud de respeto por las diferentes razas, creencias y elementos diferenciadores de estos países.
4. Identificación de los principales destinos turísticos de España.
  - Destinos españoles de sol y playa. Centros turísticos litorales peninsulares e islas.
  - Destinos culturales españoles. Rutas culturales.
  - Destinos urbanos españoles.
  - Destinos rurales y de naturaleza españoles.
  - Destinos españoles de espacios lúdicos y de ocio.
  - Destinos deportivos (golf, esquí, náutico, ecuestre, aventura y nieve) y de salud y belleza.
  - Grandes eventos en los destinos.
5. Identificación de los principales destinos turísticos de Cantabria.
  - Destinos de sol y playa de Cantabria.
  - Destinos culturales de Cantabria. Rutas culturales.
  - Destinos urbanos de Cantabria.
  - Destinos rurales y de naturaleza de Cantabria.
  - Destinos de espacios lúdicos y de ocio de Cantabria
  - Destinos deportivos (golf, esquí, náutico, ecuestre, aventura y nieve) y de salud y belleza de Cantabria
  - Grandes eventos en los destinos de Cantabria
6. Identificación de los principales destinos turísticos de Europa y del resto del mundo.
  - Destinos de sol y playa. Centros turísticos litorales, islas y archipiélagos.



MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

- Destinos culturales Rutas culturales.
- Destinos urbanos. La oferta turística en las ciudades.
- Destinos rurales y de naturaleza.
- Destinos de espacios lúdicos y de ocio.
- Destinos deportivos (golf, esquí, náutico, ecuestre, aventura y nieve) y de salud y belleza.
- Grandes eventos en los destinos.

#### Orientaciones pedagógicas

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

Las funciones de asesoramiento e información turística incluyen aspectos como:

— Recopilación y análisis de información sobre recursos y oferta de los destinos turísticos antes del inicio del viaje.

— Información y asesoramiento a turistas en visitas y viajes.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

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

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

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

— El análisis de la especialización de diferentes tipos de destinos turísticos.

— La descripción y caracterización de los elementos más característicos del medio físico de los destinos, desde el enfoque de la geografía turística.

— La identificación de los destinos turísticos más relevantes analizando su oferta, recursos y características más sobresalientes.

— La actualización continua de la información para la selección de los destinos más relevantes del mercado turístico.

— La utilización de una metodología activa y motivadora que implique la participación del alumno como agente activo del proceso de enseñanza-aprendizaje.

— La utilización en el aula de recursos bibliográficos, audiovisuales y TIC.

#### 1.5. Módulo Profesional: Recursos turísticos.

Equivalencia en créditos ECTS: 10

Código: 0384

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

a) Se han detectado los recursos turísticos más destacados de cada CCAA.

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

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

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

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

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

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

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

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

RA 2. Interpreta los conceptos básicos del arte caracterizando el patrimonio artístico de España.  
Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

RA 4. Analiza el patrimonio natural-paisajístico de España caracterizándolo e interpretándolo como recurso turístico.

Criterios de evaluación:

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

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

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

Criterios de evaluación:

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

Duración: 198 horas

Contenidos básicos:

1. Identificación de los recursos turísticos del territorio
  - Recursos turísticos. Clasificación y tipología. Recursos naturales/recursos culturales; recursos tangibles/recursos intangibles.
  - Organización territorial de Cantabria como soporte y modo de vertebrar los recursos.
  - Legislación que afecta a los recursos turísticos.
  - Normativa de protección de recursos existente en Europa y en España referente a los recursos turísticos, a su protección, mantenimiento y reconocimiento.
  - Normativa de protección de recursos de Cantabria.
2. Identificación y clasificación de los recursos turísticos de Cantabria
  - Organización territorial de Cantabria como soporte y modo de vertebrar los recursos.
  - Complementos de los recursos para llegar al producto turístico. Infraestructuras y servicios turísticos de Cantabria.
3. Interpretación de los conceptos básicos del arte.
  - Pintura.
  - Escultura.
  - Arquitectura.
  - Otras manifestaciones artísticas.
  - Diferentes movimientos y estilos artísticos en pintura, escultura, arquitectura y otras manifestaciones artísticas de España.
  - Identificación de los elementos críticos para adjudicar cada obra a un estilo y describirla correctamente
  - Principales muestras artísticas de Cantabria.
4. Identificación y análisis del Patrimonio histórico-artístico y sociocultural de España y Cantabria.
  - Patrimonio y Bienes patrimoniales en España. Turismo cultural.
  - Museos y otros centros culturales
  - Museos, centros de interpretación de Cantabria
  - Patrimonio cultural intangible. Contexto histórico y cultural de Cantabria.
  - Fiestas y declaraciones de interés turístico regional, nacional e internacional. Normativa.
  - Fiestas declaradas de interés turístico nacional y regional de Cantabria: lugar, fechas, descripción

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

- Gastronomía de España. Elaboraciones y productos tradicionales.
  - Gastronomía de Cantabria. Productos e ingredientes básicos. Recetas clásicas. Marcas de calidad. Ferias y eventos relacionados con la gastronomía de Cantabria.
    - Enología de España. Zonas vinícolas y denominaciones de origen.
    - Enología de Cantabria: Vino de la Tierra Costa de Cantabria, Vino de la Tierra de Liébana, otros. Ferias y eventos relacionados con la enología de Cantabria.
    - Etnografía y artesanía. Productos propios de cada zona. Tipos.
    - Etnografía y artesanía de las distintas zonas de Cantabria. Tipos y usos. Ferias y eventos relacionados con la etnografía y artesanía de Cantabria.
    - Patrimonio Inmaterial. Descripción y contenido. Música popular. Danza. Tradiciones. Otras expresiones culturales.
    - Patrimonio inmaterial de las distintas zonas de Cantabria. Música popular. Danza. Otras expresiones culturales. Eventos asociados con ellas.
      - Tipología de la arquitectura popular en las CCAA.
      - Tipología de la arquitectura popular de las distintas comarcas de Cantabria.
      - Análisis del Patrimonio natural y paisajístico de España y Cantabria.
  - 5. Patrimonio natural y paisajístico.
    - Concepto de recursos naturales y paisajísticos.
    - Recursos naturales vivos e inertes de Cantabria
    - Normativa.
    - Distintos paisajes de Cantabria, interpretación de los factores naturales y culturales que los han provocado
      - Espacios naturales protegidos españoles y su normativa.
      - Espacios naturales protegidos de Cantabria. Parques Nacionales, parques naturales, LICs, ZEPAs y otras figuras de protección.
        - Programas europeos de ayuda al patrimonio natural y paisajístico
        - Nuevas tecnologías para detectar y localizar los espacios, programas de cartografía y otros.
      - Medidas para mantener el medio ambiente. Turismo y sostenibilidad.
  - 6. Interpretación global del patrimonio histórico, artístico y sociocultural.
    - Métodos para acercar el legado natural y cultural al público visitante.
    - La interpretación del patrimonio como sistema de gestión.
    - Diseño de los métodos de evaluación y control de los sistemas de interpretación.
- Orientaciones pedagógicas.
- Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar la función de asesoramiento e información sobre recursos turísticos, integrando el hecho cultural patrimonial así como el entorno natural dentro de la oferta turística de cada zona.
- Este módulo incluye aspectos como:
- Comercialización de turismos especializados en el recurso, proporcionando valor añadido a los destinos.
  - Aprovechamiento de las zonas para favorecer el posible desarrollo turístico y local.
  - Potenciación de la cultura y de las tradiciones.
  - Mantenimiento y conservación del patrimonio.
  - Mejora de los niveles de ingresos en las zonas turísticas en desarrollo o sin consolidar así como en aquellas que ya son destinos maduros.
- Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:
- Las actividades de guía turístico, tanto en destinos como en rutas.

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

- Las oficinas de información turística.
- Las actividades de promoción turística local de toda índole.
- El aspecto de asesoramiento en venta de productos y servicios turísticos.

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

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

- La aplicación de las nuevas tecnologías y aplicaciones ofimáticas para detectar y analizar los distintos recursos.
- El conocimiento de la legislación aplicable.
- La investigación sobre las nuevas fórmulas de ofertar y acercar el legado cultural y patrimonial al visitante realizando trabajos de campo.
- Visitas guiadas a puntos de interés turístico por su patrimonio cultural o natural.

#### 1.6. Módulo Profesional: Gestión de productos turísticos.

Equivalencia en créditos ECTS: 6

Código: 0397

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

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

RA 2. Diseña y cotiza viajes combinados analizando la información y aplicando la metodología adecuada en cada proceso de forma que resulten adecuados y competitivos para su oferta en el mercado, o que respondan a requerimientos de una demanda específica.

Criterios de evaluación:

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



MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

b) Se ha justificado la selección de los componentes principales y accesorios de los viajes combinados.

c) Se han definido las condiciones y acuerdos de la negociación con proveedores en base a diferentes criterios.

d) Se han analizado las tarifas, impuestos, tasas y otras condiciones especiales que se aplican a los servicios de transporte, alojamiento y de otra índole en los viajes combinados.

e) Se ha aplicado la metodología para la cotización de los servicios y el cálculo de los costes, descuentos, comisiones, margen de beneficio, umbral de rentabilidad, impuestos y precio de venta.

f) Se han cumplimentado los documentos relativos al diseño y cotización de los viajes combinados.

g) Se han utilizado aplicaciones informáticas específicas para la búsqueda de información, el diseño y la cotización de viajes combinados.

h) Se han tenido en cuenta los aspectos relacionados con la atención al cliente y la gestión de la calidad.

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

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado y definido las fases y procesos de la operación y reserva de los viajes combinados.

b) Se han reconocido las operaciones de reservas de

c) transporte, alojamiento y otros servicios complementarios.

d) Se ha determinado la coordinación de la prestación del servicio con los proveedores.

e) Se ha caracterizado y analizado la documentación requerida para la prestación de los servicios.

f) Se han utilizado aplicaciones informáticas para la gestión y reserva de servicios.

RA 4. Identifica el mercado de eventos, analizando su tipología y los servicios específicos más característicos demandados por este mercado.

Criterios de evaluación:

a) Se han descrito y caracterizado diferentes tipos de eventos, así como la tipología de actos.

b) Se ha analizado la oferta turística necesaria para el desarrollo de eventos.

c) Se han enumerado y caracterizado los diferentes tipos de servicios que suelen ser requeridos en los eventos.

d) Se han identificado y analizado la tipología y las funciones de los organismos y empresas públicas y privadas relacionadas con la captación de eventos.

e) Se ha descrito la función de los patrocinadores y entidades colaboradoras en la celebración de eventos.

f) Se ha analizado el mercado actual de eventos y su previsible evolución.

g) Se ha analizado el impacto económico y social que producen los eventos en los destinos especializados.

h) Se han aplicado diversos sistemas informáticos para la búsqueda de información.

RA 5. Organiza diversos tipos de eventos, estableciendo las características de la planificación, presupuestación, programación y dirección de los mismos, identificando las actividades y tareas que se derivan para la entidad gestora.

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

Criterios de evaluación:

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

RA 6. Supervisa los diversos tipos de eventos coordinando y controlando el desarrollo de la prestación de los servicios, así como el proceso de evaluación final, describiendo las actividades de dirección y control inherentes.

Criterios de evaluación:

- a) Se han coordinado los recursos humanos durante el evento, asignando funciones y localización.
- b) Se ha supervisado la ubicación y disposición de equipos, mobiliario y otros elementos.
- c) Se ha supervisado el funcionamiento de los equipos técnicos.
- d) Se ha gestionado la documentación del evento: carpetas, credenciales y otros.
- e) Se han reconocido normas de protocolo referidas a los asistentes, las instalaciones y objetos usados para este fin.
- f) Se han definido y caracterizado los diferentes soportes publicitarios y su ubicación durante el desarrollo del evento.
- g) Se han identificado los procedimientos de atención al cliente en la acogida, durante el evento y a la finalización del mismo.
- h) Se han tenido en cuenta las actitudes propias del personal de asistencia en este tipo de actos.
- i) Se ha aplicado el procedimiento para elaborar la factura del servicio y para el pago a proveedores y personal contratado.
- j) Se han tenido en cuenta los aspectos relacionados con la atención al cliente y la gestión de la calidad.

Duración: 100 horas

Contenidos básicos:

1. Análisis de los viajes combinados.

- Viajes combinados. Concepto Tipología y normativa.
- Elementos de los viajes combinados.
  - El alojamiento como componente del producto turístico.
  - El transporte como componente del producto turístico.
  - Otros elementos y componentes de los viajes combinados, excursiones o traslados
- Viajes combinados elaborados bajo demanda y para la oferta.
- El programa de viajes combinados. El contrato de viajes combinados.
- Intermediarios. Tipología. Funciones y relaciones con los organizadores de viajes combi-

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

nados dentro del mercado turístico

— Relaciones profesionales entre organizador, detallista y proveedores de servicios. Convenios de colaboración y términos de retribución entre los prestatarios de servicios turísticos y los intermediarios.

- Agencias receptoras y corresponsales. Definición y funciones de cada una de ellas.

- Mercado de viajes combinados. Tendencias actuales y previsiones para este tipo de producto turístico.

2. Diseño y cotización de viajes combinados.

— Aplicación de técnicas de investigación de mercado previas al diseño de viajes combinados

— Diseño del viaje combinado. Componentes. Fases y secuenciación.

- Análisis de las fases de la elaboración, programación, comercialización y operación de los viajes combinados.

- Selección de proveedores. Negociación. Criterios.

- Cotización de los servicios.

- Componentes del precio.

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

- Impuestos y tasas.

- Costes. Tipos. Margen de beneficio y punto muerto.

- Cálculo del precio de venta final.

— Documentación derivada del diseño y cotización de viajes combinados.

— La calidad en los viajes combinados.

— Aplicaciones informáticas.

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

— Aplicaciones informáticas específicas de gestión y reserva de servicios turísticos.

— Operación de reserva y venta de los viajes combinados. Procesos.

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

— Coordinación con las agencias receptoras.

— Documentación: tipo, finalidad y emisión.

— Programación y operación de excursiones y traslados

- Tipos de excursiones y visitas. Características y servicios que incluyen. Operaciones regulares y operaciones bajo demanda. Normativa aplicable. Programación y operación de excursiones.

- Los traslados como operación propia de las agencias de viajes receptoras. Tipos de traslados. Programación y operación de traslados.

4. Identificación del mercado de eventos. Congresos, convenciones, viajes de incentivo, exposiciones y ferias, eventos deportivos y otros.

— Los eventos. Tipología. Concepto y función. Su mercado.

— Los promotores de eventos. Participantes y acompañantes.

— Oferta turística necesaria para el desarrollo de eventos.

— Servicios turísticos demandados según la tipología de eventos.

— La captación de eventos: organismos y empresas públicas y privadas intervinientes.

— Patrocinadores y entidades colaboradoras.

— Mercado actual y previsible evolución del sector. Impacto económico y social en los destinos.

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

- Aplicaciones informáticas de información.
- El mercado actual y previsible de eventos en Cantabria. Tipos. Captación. Convention Bureau.
- 5. Organización de eventos.
  - Proyecto: fases y metodología para su desarrollo. Definición de funciones y tareas. Fases del proyecto de un evento:
    - Planificación
    - Organización
    - Desarrollo
    - Evaluación final del evento.
  - Programación del evento: tipología de actos en función de tipología de eventos: sesiones, presentaciones, descansos, comidas, ceremonias, espectáculos y exposiciones.
  - Programación de ofertas pre y post evento en función de la tipología de los participantes, tales como ponentes, delegados, acompañantes, comités organizadores y científicos.
  - Servicios requeridos en la organización de eventos:
    - Servicios de alojamiento y restauración.
    - Servicios de animación cultural y producción de espectáculos
    - Servicios y métodos de reproducción y proyección de imagen y sonido y de telecomunicaciones
    - Servicios, modalidades y tecnologías para la traducción.
    - Servicios y sistemas de montaje de stands y exposiciones
    - Gabinete de prensa y comunicación.
  - Soportes y medios para ofrecer información del evento.
  - Empresas, servicios y funciones de las azafatas de congresos.
  - Difusión del evento y captación de participantes.
  - Programación de la logística y de los recursos humanos, técnicos y materiales para la organización de eventos.
    - Infraestructuras especializadas para reuniones, actos y exposiciones.
    - Gestión de espacios comerciales y de patrocinios.
    - Formalización de la documentación.
    - Cálculo de costes: análisis de costes, presupuestos, valoración y margen de beneficios.
    - Coordinación entre clientes y organizador del evento.
    - Plan de seguridad. Previsión de situaciones emergentes; planes de contingencia; planes de seguridad.
    - Gestión de la documentación del evento. Control de inscripciones y cobros.
    - Aplicaciones informáticas de gestión de eventos. Aplicación de programas integrales para la gestión de secretarías técnica y científica, pagos y reservas on-line. Correo electrónico y boletines electrónicos.
- 6. Supervisión y control del desarrollo de eventos.
  - Coordinación y control durante el evento. Recursos de comunicación, puntualidad en los actos, protocolo, seguridad, servicio técnico, reclamaciones, quejas, conflictos y otras situaciones emergentes
    - Personal. Funciones y ubicación. Coordinación. Comités y secretarías.
    - Equipos técnicos, mobiliario y material diverso.
    - Documentación del evento: carpetas, credenciales y otros.
    - Aplicación de normas de protocolo en diversos tipos de actos.

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

- Presidencias honoríficas y participación de personalidades.
- Soportes publicitarios e informativos en eventos.
- Acogida, atención durante el evento y despedida. Procedimiento.
- Facturación a clientes. Pago a proveedores de servicios y personal contratado.
- Seguimiento del proyecto. Actuaciones ante desviaciones.
- Evaluación de servicios y suministros.
- La calidad en los servicios de eventos.

Orientaciones pedagógicas.

Este módulo contiene la formación necesaria para crear y gestionar viajes combinados, excursiones y traslados, así como para organizar eventos de diferente tipología.

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

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

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

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

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

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

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

1.7. Módulo Profesional: Venta de servicios turísticos.

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Código: 0398.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado y caracterizado los distintos medios de transporte susceptibles de ser vendidos en las agencias de viajes.
- b) Se han identificado los principales proveedores de transporte y los productos/servicios que ofertan.



MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

c) Se han analizado las principales tarifas y las condiciones del servicio, así como los impuestos y tasas que se les aplican.

d) Se ha interpretado la normativa vigente aplicable al transporte de personas en diversos medios.

e) Se han identificado y caracterizado los servicios/productos que ofertan y las tarifas que se aplican en el alojamiento turístico.

f) Se ha interpretado la normativa básica de regulación de alojamientos turísticos.

g) Se ha caracterizado la venta de viajes combinados, así como los principales proveedores y productos del mercado.

h) Se han caracterizado otros servicios susceptibles de ser vendidos en las agencias de viajes, sus tarifas y condiciones.

i) Se han reconocido los principales sistemas globales de distribución.

j) Se ha analizado la venta de servicios turísticos a través de Internet y la función de las agencias virtuales.

RA 2, Aplica técnicas de venta identificando sus características, sus procedimientos y su secuenciación estimando su importancia para el logro de los objetivos empresariales

Criterios de evaluación:

a) Se han reconocido distintas tipologías de clientes, así como sus distintas necesidades y motivaciones en la compra de servicios turísticos.

b) Se han identificado los principios básicos de las técnicas de venta en las agencias de viajes.

c) Se han reconocido los procesos en las distintas etapas de la venta de servicios/productos en las agencias de viajes.

d) Se ha descrito el proceso de la negociación y aplicado las técnicas apropiadas.

e) Se han reconocido los métodos para la venta telefónica.

f) Se ha valorado la aplicación de técnicas de ventas como instrumento de la gestión comercial de las agencias de viajes.

RA 3. Realiza la mediación, venta y reserva de productos/servicios turísticos de transporte, viajes combinados, excursiones y traslados, así como otros tipos de servicios turísticos, caracterizando y aplicando los procedimientos asociados establecidos.

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado y caracterizado diversas fuentes de información utilizadas en la venta de servicios/productos en agencias de viajes.

b) Se ha obtenido información sobre servicios/productos, sus condiciones específicas, tarifas y sobre destinos.

c) Se ha asesorado al cliente sobre aspectos generales y específicos del producto/servicio o destino.

d) Se han caracterizado y aplicado los procesos de reserva y confirmación de servicios turísticos.

e) Se ha descrito el procedimiento en caso de no-confirmación y se han ofrecido otras alternativas.

f) Se ha seguido el protocolo establecido para la cumplimentación y archivo de la documentación.

g) Se ha identificado y aplicado la normativa vigente.

h) Se han aplicado sistemas informáticos, terminales y sistemas globales de distribución para la gestión de reservas.

i) Se han identificado los parámetros de calidad del servicio de atención al cliente en las agencias de viajes.

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

j) Se han aplicado técnicas de comunicación y atención al cliente específicas para la venta de servicios en agencias de viajes.

RA 4. Realiza operaciones de cierre y post-venta describiendo y aplicando los procedimientos estandarizados y evaluando los resultados de los datos obtenidos durante los procesos de control de productos/servicios del sector de hostelería y turismo, proponiendo actuaciones para la mejora continua.

Criterios de evaluación:

a) Se han caracterizado los diferentes tipos de documentos emitidos por las agencias para los prestatarios de los servicios.

b) Se ha gestionado y emitido la documentación relativa a la venta de los servicios/productos turísticos.

c) Se ha formalizado el procedimiento de facturación de los servicios y emisión de la documentación relacionada.

d) Se han caracterizado diversos sistemas y formas de cobro de servicios.

e) Se han reconocido las variables que influyen en la política de crédito, teniendo en cuenta los posibles riesgos.

f) Se ha identificado el procedimiento para la gestión de cancelaciones teniendo en cuenta la normativa vigente.

g) Se ha caracterizado la información/instrucciones previas al viaje o servicio.

h) Se han identificado los procesos relativos a la post-venta y a la fidelización de clientes.

i) Se han aplicado sistemas informáticos, terminales y sistemas globales de distribución para la emisión de la documentación.

Duración: 132 horas

Contenidos básicos:

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

— Intermediación en la venta del transporte terrestre, aéreo, ferroviario y acuático de pasajeros y equipaje.

- Tipología y caracterización. (Tipos de transporte y sus principales características).
- Proveedores. Productos y servicios que ofertan.
- Principales tarifas. Condiciones del transporte según los distintos medios utilizados.
- Impuestos y tasas
- Normativa vigente del transporte.
- Derechos y deberes de usuarios y transportistas.
- Relaciones entre los distintos proveedores y las agencias de viajes.
- Gestión y emisión de las reservas en los distintos medios de transporte.
- Principales Organizaciones nacionales e internacionales relacionadas con el transporte de pasajeros.

— Intermediación en la venta de alojamiento turístico y servicios de restauración.

- Tipología. Productos y servicios que ofertan. Tarifas.
- Normativa vigente.
- Principales centrales de reservas y cadenas hoteleras nacionales e internacionales.
- Relaciones entre las empresas de alojamiento y las agencias de viajes y tour operadores
- Tipos de unidades de alojamiento y modalidades de estancia. Tipos de tarifas y condiciones de aplicación.
- Tipos de retribución en la venta de alojamiento.
- Fuentes informativas de la oferta de alojamiento:

CVE-2010-14906

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

- Identificación y uso.
  - Reservas directas e indirectas:
    - Configuraciones del canal en la venta de alojamiento.
    - Tipos de tarifas y condiciones de aplicación.
    - Bonos de alojamiento:
      - Tipos y características.
  - Intermediación en la venta de viajes combinados. Principales productos y proveedores.
    - Gestión de la intermediación, asesoramiento, venta y emisión de la documentación necesaria para la realización del viaje.
    - Relaciones entre tour-operadores y agencias de viajes minoristas.
    - Términos de retribución.
    - Manejo de programas y folletos.
    - Formalización de contratos de viajes combinados.
    - Principales tour-operadores nacionales e internacionales.
  - Intermediación en la venta de otros servicios/productos turísticos en las agencias de viajes. Caracterización, tarifas y condiciones.
    - Intermediación y venta de seguros turísticos y los contratos de asistencia en viaje
    - Alquiler de coches con y sin conductor.
    - Gestión y reserva de servicios de ocio.
    - Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes.
    - Los servicios de acompañamiento y asistencia turística. El servicio de guía turístico.
- Procedimientos de reservas.
- Sistemas globales de distribución (GDS). Definición, utilización. Principales GDS
    - Estructura y funcionamiento.
    - Consulta, reserva, venta y emisión de documentos en tiempo real para los servicios de los proveedores de transportes aéreos, ferroviarios, marítimos, cadenas hoteleras, mayoristas y demás prestatarios turísticos.
  - Venta por Internet. Agencias virtuales.
    - La distribución turística en Internet.
    - Páginas Web y portales turísticos.
2. Aplicación de técnicas de venta.
- El cliente. Tipología. Necesidades y motivos de compra. Las expectativas de los clientes.
  - Técnicas de venta. Principios básicos. Etapas.
    - El lenguaje del cuerpo.
    - Generación de confianza en el cliente.
    - Indagación de necesidades y deseos del cliente.
    - Presentación del producto/servicio turístico.
    - La negociación. Proceso y técnicas. Armonizar y reconducir a los clientes en situaciones difíciles.
    - Venta telefónica. Análisis de características de la comunicación telefónica y telemática.
    - Valoración de la importancia de las técnicas de venta en la gestión comercial de las agencias de viajes.
      - Topología y tratamiento de reclamaciones. Actitud frente a las quejas y reclamaciones.
3. Venta de productos/servicios en las agencias de viajes.
- Fuentes de información para la venta de los distintos productos/servicios en agencias de viajes. Tipología y uso. Internet como principal fuente de información en las agencias de viajes.

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

- Información y asesoramiento de servicios/productos turísticos y destinos.
- Reserva de productos/servicios. Sistemas utilizados de reservas.
  - Procedimiento de reserva y confirmación.
  - No-confirmación. Alternativas.
- Registro de datos. Soportes documentales. Procedimiento de uso y archivo. Protección de datos de consumidores y usuarios: normativa aplicable
- Aplicación de la Normativa vigente.
- Utilización de equipos informáticos, terminales y principales GDS.
- La calidad en la venta de servicios turísticos en agencias viajes.
- Aplicaciones informáticas de gestión en las agencias de viajes Programas de ventas o "front office"

#### 4. Operaciones de cierre y post-venta.

- Documentos para prestación de servicios turísticos. Tipología.
- Procedimiento de emisión:
  - Bonos, billetes, pasajes y títulos de transporte. Localizadores de reservas.
- Procedimiento de facturación de servicios turísticos.
- Documentos de intermediación y venta. Tipología. Funciones.
- Sistemas y formas de cobro de servicios. Políticas de crédito.
- Cancelaciones. Procedimiento. Aplicación de la normativa.
- Instrucciones previas al servicio/viaje.
- Procesos de post-venta y valoración desde un punto de vista comercial y de fidelización.
- Aplicaciones informáticas, terminales y GDS utilizados en la emisión de la documentación necesaria para la realización del viaje.

#### Orientaciones pedagógicas.

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

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

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

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

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

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

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

- Búsqueda y análisis de información relativa a los servicios y productos turísticos de los proveedores de servicios, así como aquella que sea de interés para el cliente ante la perspectiva de un viaje.
- Análisis de las tarifas, condiciones y características de los proveedores de servicios turísticos.
- Análisis de las técnicas de venta y post-venta.
- Gestión de los procesos administrativos derivados de la reserva y venta de servicios turísticos.

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

— La aplicación de las nuevas tecnologías y aplicaciones informáticas específicas de gestión de agencias de viajes, sistemas globales de distribución y aplicaciones de proveedores de servicios.

1.8. Módulo Profesional: Dirección de entidades de intermediación turística.  
Equivalencia en créditos ECTS: 8  
Código: 0399.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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



MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha descrito el concepto de gestión económica y financiera en entidades de intermediación turística.
- b) Se ha interpretado el concepto de patrimonio e identificado sus elementos y las masas patrimoniales.
- c) Se ha analizado el concepto de presupuesto y su función.
- d) Se han clasificado y elaborado distintos tipos de presupuestos, aplicando medidas correctoras en caso de desviaciones.
- e) Se ha caracterizado la estructura financiera de las empresas de intermediación turística.
- f) Se han definido y clasificado los costes de explotación de este tipo de empresas.
- g) Se han aplicado los procedimientos para el cálculo e imputación de costes.
- h) Se ha analizado la de rentabilidad de las empresas de intermediación turística.
- i) Se han calculado e interpretado ratios, margen de beneficio y umbral de rentabilidad.
- j) Se han utilizado aplicaciones informáticas de gestión.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

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

d) Se han determinado los sistemas previos a la implantación de un sistema de calidad: formación personal y equipo de calidad y de mejora en la organización de las empresas.

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

f) Se han definido y aplicado las herramientas de gestión de la calidad (autoevaluación, planificación de la mejora, sistemas de indicadores, sistemas de encuesta, sistemas de quejas y sugerencias).

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

Duración: 112 horas

Contenidos básicos:

1. Caracterización de entidades de intermediación turística.

— Agencias de viajes. Concepto. Evolución histórica. Clasificación legal.

— Requisitos específicos para su funcionamiento.

— Agencias de viajes especializadas. Servicios que ofertan.

— Otras figuras de intermediación y gestión de servicios y productos turísticos.

— Centrales de reservas.

— Normativa europea, nacional y autonómica aplicable a la actividad de intermediación de servicios turísticos.

— Deontología profesional.

— Organismos y asociaciones nacionales e internacionales.

2. Organización de entidades de intermediación turística:

— Empresas de intermediación turística. Principios.

— Sistemas y tipos de organización.

— Estructuras organizativas.

— Departamentalización o áreas. Relaciones interdepartamentales.

— Diseño de organigramas. Puestos y funciones.

— Planificación y planes empresariales. Estrategias y políticas.

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

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

— Concepto de gestión económica y financiera en las empresas de intermediación turística.

— El patrimonio. Concepto. Elementos y masas patrimoniales.

— Análisis de balances y cuentas de resultados de las empresas de intermediación turística.

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

— Presupuestos. Tipos. Elaboración de presupuestos. Control, desviaciones y medidas correctoras.

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

- Financiación. Estructura financiera de la empresa. Fuentes de financiación.
- Los costes. Tipos. Cálculo e imputación de costes derivados de la gestión de empresas de intermediación turística.
- Análisis de la rentabilidad. Cálculo de ratios, margen de beneficio y umbral de rentabilidad.
- Aplicaciones informáticas de gestión económico-financiera.
- 4. Realización de la gestión administrativa y comercial:
  - Procesos administrativos derivados de las relaciones con proveedores de servicios. Procedimientos. Documentos: liquidaciones, pago de facturas, BSP y otros.
  - I.V.A. Concepto. Tipos impositivos. Régimen especial de las agencias de viajes. Normativa.
  - Procesos administrativos derivados de las relaciones con clientes. Procedimiento. Documentos.
  - Control de cajas y bancos. Análisis de la información bancaria.
  - Gestión de impagos y devoluciones.
  - Gestión del almacén. Inventarios. Control de existencias de documentos internos y externos.
  - Gestión comercial y canales de distribución. Estrategias.
  - Aplicaciones informáticas de gestión administrativa y comercial.
- 5. Dirección de RR. HH. en las entidades de intermediación turística:
  - Dirección de equipos de trabajo: sistemas de dirección, tipos de mando y liderazgo.
  - Organización del personal: planificación de turnos, horarios, calendarios y otros.
  - Previsión de plantillas.
  - Selección de personal. Métodos.
  - Manual de empresa. Concepto, contenido y función.
  - La motivación. Concepto. Estrategias de incentivos a la producción.
  - La formación. Programas de formación. Carreras profesionales.
- 6. Calidad en los servicios de intermediación turística.
  - Concepto, evolución, elementos y principios rectores de la calidad en el sector turístico.
  - Objetivos generales en el subsector de las empresas de intermediación turística.
  - Implantación de un sistema de control de calidad de una consultora externa a la empresa.
  - Manejo de las herramientas de gestión de la calidad: Autoevaluación, planificación de la mejora, sistemas indicadores, sistema de encuesta, sistema de quejas y sugerencias.

#### Orientaciones pedagógicas.

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

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

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

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Realizar las actividades de organización, planificación y control empresarial en unidades de producción de servicios de intermediación y distribución turísticas.
- Analizar los estados contables y financieros de la empresa.
- Evaluar costes, calcular presupuestos y márgenes de beneficios.

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

- Controlar los procesos administrativos derivados de las relaciones con clientes, intermediarios y proveedores.
- Aplicar métodos para la gestión comercial.
- Seleccionar, dirigir, liderar y motivar los recursos humanos.
- Aplicar sistemas de calidad en el ámbito de la empresa.

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

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

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

#### 1.9. Módulo Profesional: Inglés

Equivalencia en créditos ECTS: 7

Código: 0179.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha leído con un alto grado de independencia, adaptando el estilo y la velocidad de la

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

lectura a distintos textos y finalidades y utilizando fuentes de referencia apropiadas de forma selectiva.

b) Se ha interpretado la correspondencia relativa a su especialidad, captando fácilmente el significado esencial.

c) Se han interpretado, con todo detalle, textos extensos y de relativa complejidad, relacionados o no con su especialidad, siempre que pueda volver las secciones difíciles.

d) Se ha relacionado el texto con el ámbito del sector a que se refiere.

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

f) Se han realizado traducciones de textos complejos utilizando material de apoyo en caso necesario.

g) Se han interpretado mensajes técnicos recibidos a través de soportes telemáticos: e-mail, fax.

h) Se han interpretado instrucciones extensas y complejas, que estén dentro de su especialidad.

RA 3. Emite mensajes claros y bien estructurados, analizando el contenido de la situación y adaptándose al registro lingüístico del interlocutor.

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado los registros utilizados para la emisión del mensaje.

b) Se ha expresado con fluidez, precisión y eficacia sobre una amplia serie de temas generales, académicos, profesionales o de ocio, marcando con claridad la relación entre las ideas.

c) Se ha comunicado espontáneamente, adoptando un nivel de formalidad adecuado a las circunstancias.

d) Se han utilizado normas de protocolo en presentaciones formales e informales.

e) Se ha utilizado correctamente la terminología de la profesión.

f) Se han expresado y defendido puntos de vista con claridad proporcionando explicaciones y argumentos adecuados.

g) Se ha descrito y secuenciado un proceso de trabajo de su competencia.

h) Se ha argumentado con todo detalle, la elección de una determinada opción o procedimiento de trabajo elegido.

i) Se ha solicitado la reformulación del discurso o parte del mismo cuando se ha considerado necesario.

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

Criterios de evaluación:

a) Se han redactado textos claros y detallados sobre una variedad de temas relacionados con su especialidad, sintetizando y evaluando información y argumentos procedentes de varias fuentes.

b) Se ha organizado la información con corrección, precisión, coherencia y cohesión, solicitando y/o facilitando información de tipo general o detallada.

c) Se han redactado informes, destacando los aspectos significativos y ofreciendo detalles relevantes que sirvan de apoyo.

d) Se ha cumplimentado documentación específica de su campo profesional.

e) Se han aplicado las fórmulas establecidas y el vocabulario específico en la cumplimentación de documentos.



MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

f) Se han resumido artículos, manuales de instrucciones y otros documentos escritos, utilizando un vocabulario amplio para evitar la repetición frecuente.

g) Se han utilizado las fórmulas de cortesía propias del documento a elaborar.

RA 5. Aplica actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación, describiendo las relaciones típicas características del país de la lengua extranjera.

Criterios de evaluación:

a) Se han definido los rasgos más significativos de las costumbres y usos de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.

b) Se han descrito los protocolos y normas de relación social propios del país.

c) Se han identificado los valores y creencias propios de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.

d) Se han identificado los aspectos socio-profesionales propios del sector, en cualquier tipo de texto.

e) Se han aplicado los protocolos y normas de relación social propios del país de la lengua extranjera.

f) Se han reconocido los marcadores lingüísticos de la procedencia regional.

Duración: 159 horas.

Contenidos:

UF0179\_12. Inglés I. 66 horas.

1. Comprensión y análisis de mensajes orales (I):

— Comprensión y reconocimiento de mensajes profesionales del sector y cotidianos tanto directos como telefónicos, radiofónicos y grabados.

— Identificación de las ideas principales y secundarias de un texto oral.

— Terminología específica del sector de las agencias de viajes y la gestión de eventos.

— Recursos gramaticales y lingüísticos: tiempos verbales, preposiciones, adverbios, phrasal verbs, locuciones preposicionales y adverbiales, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales, etc.

— Otros recursos lingüísticos: acuerdos y desacuerdos, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia, gustos y preferencias, sugerencias, argumentaciones, instrucciones, expresión de la condición y duda y otros.

— Diferentes acentos de la lengua oral.

— Interés por comprender.

2. Interpretación y comprensión de mensajes escritos (I):

— Comprensión de mensajes, textos, artículos básicos profesionales y cotidianos.

— Comprensión de textos en cualquier tipo de soporte tradicional o telemático: fax, e-mail, burofax.

— Terminología específica del sector de las agencias de viajes y la gestión de eventos.

“False friends”.

— Ideas principales y secundarias.

— Reconocimiento de las diferentes tipologías textuales en relación con el sector.

— Recursos gramaticales necesarios para la comprensión de textos escritos: tiempos verbales, preposiciones, adverbios, phrasal verbs, locuciones preposicionales y adverbiales, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales, etc.

— Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

3. Producción de mensajes orales (I):

- Registros utilizados en la emisión de mensajes orales.
- Terminología específica del sector de las agencias de viajes y la gestión de eventos. "False friends".
- Recursos gramaticales necesarios para la comprensión de textos escritos: tiempos verbales, preposiciones, adverbios, phrasal verbs, locuciones preposicionales y adverbiales, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales, etc.
- Otros recursos lingüísticos: acuerdos y desacuerdos, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia, gustos y preferencias, sugerencias, argumentaciones, instrucciones, expresión de la condición y duda y otros.
- Fonética. Sonidos y fonemas vocálicos y consonánticos y sus combinaciones y agrupaciones. Entonación y ritmo en relación a los diferentes mensajes orales.
- Utilización de marcadores lingüísticos de relaciones sociales, normas de cortesía y diferencias de registro.
- Mantenimiento y seguimiento del discurso oral:
  - Toma, mantenimiento y cesión del turno de palabra.
  - Apoyo, demostración del entendimiento, petición de aclaración, etc.
  - Entonación como recurso de cohesión del texto oral: uso de los patrones de entonación.

4. Producción y emisión de textos escritos (I):

- Expresiones y cumplimentación de documentos y textos profesionales del sector y cotidianos en diferentes soportes:
  - Currículum Vitae.
  - Soportes telemáticos: fax, e-mail, burofax, etc.
- Adecuación del texto al contexto comunicativo.
- Idea principal e ideas secundarias.
- Elaboración de textos coherentes.
- Terminología específica del sector de las agencias de viajes y la gestión de eventos.
- Recursos gramaticales necesarios para la emisión de textos: Tiempos verbales, preposiciones, locuciones preposicionales, phrasal verbs, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales, etc.
- Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.
- Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.
- Coherencia textual:
  - Adecuación del texto al contexto comunicativo.
  - Tipo y formato de texto.
  - Variedad de lengua. Registro.
  - Selección léxica, de estructuras sintácticas y de contenido relevante.
  - Inicio del discurso e introducción del tema. Desarrollo y expansión: ejemplificación, conclusiones y resúmenes del discurso.
  - Uso de los signos de puntuación.
- Autonomía en la utilización de los recursos necesarios para la emisión de cualquier tipo de texto relacionado con la profesión.

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

- Identificación e interpretación de los elementos culturales más significativos de los países de lengua inglesa.

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

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

UF0179\_22. Inglés II. 93 horas.

1. Comprensión y análisis de mensajes orales (II):

- Reconocimiento de mensajes profesionales del sector y cotidianos tanto directos como telefónicos, radiofónicos y grabados más complejos.
- Identificación de las ideas principal y secundarias de un texto oral.
- Terminología específica del sector de las agencias de viajes y la gestión de eventos.
- Recursos lingüísticos: Estructuras gramaticales y funcionales: Tiempos verbales, preposiciones, adverbios, locuciones preposicionales y adverbiales, uso de la voz pasiva, estilo indirecto, verbos modales y otros.
- Otros recursos lingüísticos: instrucciones, quejas, sugerencias, argumentaciones, expresión de la condición y duda y otros.
- Diferentes acentos de la lengua oral.
- Interés por comprender.

2. Interpretación y comprensión de mensajes escritos (II):

- Comprensión de mensajes, textos, artículos profesionales del sector y cotidianos, más complejos.
- Terminología específica del sector de las agencias de viajes y la gestión de eventos.
- Recursos lingüísticos necesarios para la comprensión de textos escritos: Tiempos verbales, preposiciones, adverbios, locuciones preposicionales y adverbiales, uso de la voz pasiva, estilo indirecto, verbos modales y otros.
- Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, finalidad y resultado.
- Relaciones, temporales, anterioridad, posterioridad, simultaneidad.

3. Producción de mensajes orales (II):

- Registros utilizados en la emisión de mensajes orales.
- Terminología específica del sector de las agencias de viajes y la gestión de eventos.
- Sonidos y fonemas vocálicos y consonánticos.

4. Producción y emisión de textos escritos (II):

- Expresiones y cumplimentación de documentos y textos profesionales del sector y cotidianos en diferentes soportes más complejos.
- Terminología específica del sector de las agencias de viajes y la gestión de eventos.
- Recursos gramaticales necesarios para la emisión de textos: Tiempos verbales, preposiciones, locuciones preposicionales, uso de la voz pasiva, el estilo indirecto, los verbos modales.
- Otros recursos como oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, temporalidad y resultado.
- Nexos: although, despite, however, y otros.
- Usos de los signos de puntuación.
- Coherencia en el desarrollo del texto.

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

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

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

Orientaciones pedagógicas.

De acuerdo con los principios pedagógicos que prevalecen hoy en día en el proceso de enseñanza-aprendizaje de una lengua extranjera y teniendo igualmente en cuenta las necesidades específicas del alumnado en el contexto de la asistencia, guía e información turísticas, se debe promover un aprendizaje significativo, en el que los alumnos se vean implicados en un proceso activo de búsqueda de información, de estudio, de reflexión y de comunicación.

Este módulo contiene la formación necesaria para el desempeño de actividades relacionadas con las actividades de guía, información y asistencias turísticas.

La tarea de guía, información y asistencia turísticas incluye el desarrollo de los procesos relacionados y el cumplimiento de procesos y protocolos de calidad, todo ello en Inglés.

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

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

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

Se deben proporcionar situaciones de aprendizaje reales y actividades basadas en un contexto profesional lo más cercano posible a la realidad laboral y social. Además, el trabajo cooperativo, en parejas o en grupos, constituye una estrategia didáctica primordial.

Con el fin de integrar todos estos principios, se propone el concepto de tarea como base metodológica en la enseñanza de lenguas extranjeras.

#### 1.10. Módulo Profesional: Segunda lengua extranjera: Francés

Equivalencia en créditos ECTS: 7

Código: 0180

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha leído de forma comprensiva textos específicos de su ámbito profesional.

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

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

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

Criterios de evaluación:

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

RA 4. Elabora textos sencillos, relacionando reglas gramaticales con el propósito de los mismos.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha cumplimentado información básica requerida en distintos tipos de documentos.
- b) Se ha elaborado una solicitud de empleo a partir de una oferta de trabajo dada.
- c) Se ha redactado un breve currículum.
- d) Se ha cumplimentado un texto dado con apoyos visuales y claves lingüísticas aportadas.
- e) Se ha elaborado un pequeño informe con un propósito comunicativo específico.
- f) Se ha redactado una carta comercial a partir de instrucciones detalladas y modelos dados.
- g) Se han realizado resúmenes breves de textos sencillos, relacionados con su entorno profesional.
- h) Se han interpretado instrucciones extensas y complejas, que estén dentro de su especialidad.

RA 5. Aplica actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación, describiendo las relaciones típicas características del país de la lengua extranjera.

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido los rasgos más significativos de las costumbres y usos de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.
- b) Se han descrito los protocolos y normas de relación social propios del país.
- c) Se han identificado los valores y creencias propios de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.



MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

d) Se han identificado los aspectos socio-profesionales propios del sector, en cualquier tipo de texto.

e) Se han aplicado los protocolos y normas de relación social propios del país de la lengua extranjera.

f) Se han reconocido los marcadores lingüísticos de la procedencia regional.

Duración: 172 horas.

Contenidos:

UF0180\_12. Francés I. 99 horas.

1. Comprensión de mensajes orales (I):

- Reconocimiento de mensajes profesionales y cotidianos sencillos.
- Mensajes directos, telefónicos y grabados de duración limitada.
- Terminología específica del sector de las agencias de viajes y la gestión de eventos.
- Idea principal y secundaria de un mensaje oral.

— Recursos lingüísticos. Estructuras y funciones. Tiempos verbales presente, perífrasis verbales (Futur proche, Passé récent) Imperativo. La frase interrogativa total y parcial. Preposiciones de lugar y tiempo. La petición matizada: el Condicional.

— Lengua estándar.

— Interés por comprender y expresarse forma adecuada a los usos y costumbres de la comunidad donde se habla la lengua francesa.

2. Comprensión de mensajes escritos (I):

— Comprensión de mensajes, textos, artículos profesionales del sector y cotidianos de extensión limitada.

— Terminología específica de las tareas del sector de las agencias de viajes y la o gestión de eventos.

— Ideas principales e ideas secundarias de una producción escrita auténtica o adaptada.

— Recursos gramaticales.

— Relaciones lógicas: comparación, condición, causa, finalidad, resultado (estructuras con infinitivo).

— Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.

— Identificación de los aspectos socio-profesionales propios del sector, en países francófonos.

3. Producción de mensajes orales (I):

— Registro estándar en la emisión de mensajes orales.

— Terminología de lengua estándar cotidiana y específica del sector de las agencias de viajes y la gestión de eventos.

— Expresión fónica, entonación y ritmo.

— Marcadores lingüísticos de relaciones sociales, normas de cortesía básicas.

— Mantenimiento y seguimiento del discurso oral: toma, mantenimiento y cesión del turno de palabra.

— Estrategias de comunicación lingüística y no lingüística.

— Respeto de las normas de relaciones sociales y profesionales.

4. Producción de textos escritos (I):

— Expresión de textos sencillos y cumplimentación de documentos profesionales propios del sector y cotidianos.

— Expresión de relaciones lógicas: comparación, condición, causa, finalidad, resultado.

— Nexos temporales y expresión del tiempo (anterioridad, posterioridad, simultaneidad).

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

5. Contenidos socioculturales (I):

- Identificación e interpretación de los elementos culturales más significativos de Francia.
- Valoración de las normas socioculturales y protocolarias propias del país.
- Uso de los recursos formales y funcionales en situaciones de comunicación socio-profesional, con el fin de proyectar una buena imagen de la empresa.
- Reconocimiento de la lengua extranjera como instrumento para ampliar la formación a lo largo de la vida personal y profesional o para la búsqueda de empleo en países europeos y/o francófonos.
- Uso de registros adecuados según el contexto de la comunicación, el interlocutor y la intención de los hablantes.

UF0180\_22. Francés. 73 horas.

1. Comprensión de mensajes orales (II):

- Reconocimiento de mensajes profesionales del sector y cotidianos. tanto directos como telefónicos y grabados de mayor extensión y complejidad.
- Identificación de las ideas principal y secundaria de un mensaje oral.
- Terminología específica de las labores del sector de las agencias de viajes y la gestión de eventos.
- Recursos lingüísticos: Estructuras gramaticales y funcionales: otros tiempos verbales, el estilo indirecto, aconsejar, sugerir, disculparse y atender quejas y reclamaciones.
- Lengua estándar y reconocimiento de otros registros.
- Interés por comprender y anticipar los deseos del cliente.

2. Comprensión de mensajes escritos (II):

- Comprensión de mensajes, textos, artículos profesionales del sector y cotidianos auténticos tanto en soporte tradicional como telemático.
- Terminología específica de las tareas del sector de las agencias de viajes y la o gestión de eventos.
- Ideas principales e ideas secundarias
- Recursos gramaticales necesarios: tiempos verbales, conectores temporales, lógicos y adversativos. La interrogación directa e indirecta.

- Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.
- Reconocimiento de los protocolos y normas de relación social propios del Francés.

3. Producción de mensajes orales (II):

- Registro estándar según normas y protocolo en la emisión de mensajes orales.
- Terminología específica del sector de las agencias de viajes y la gestión de eventos.
- Expresión fónica, entonación y ritmo.
- Marcadores lingüísticos de relaciones sociales, normas de cortesía y diferencias de registro.
- Mantenimiento y seguimiento del discurso oral: Toma, mantenimiento y cesión del turno de palabra.
- Entendimiento, petición de aclaración, repetición y excusa.
- Entonación como recurso de cohesión del texto oral: uso de los patrones de entonación.
- Estrategias de comunicación lingüística y no lingüística.

4. Producción de textos escritos (II):

- Expresión de textos y cumplimentación de documentos profesionales propios del sector profesional (cartas, presentación de ofertas o candidaturas, información publicitaria, C.V....)
- Expresión de relaciones lógicas: concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.
- Nexos temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.

CVE-2010-14906

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

- Aplicación de los protocolos y normas de relación social propios de la lengua.
- 5. Contenidos socioculturales (II):
  - Identificación e interpretación de los elementos culturales más significativos de Francia y de ciertos valores y creencias propios de la comunidad francófona.
  - Valoración de las normas socioculturales y protocolarias en las relaciones internacionales.
  - Uso de los recursos formales y funcionales en situaciones de comunicación socio-profesional, con el fin de proyectar una buena imagen de la empresa.
  - Reconocimiento de la lengua extranjera como instrumento para ampliar la formación a lo largo de la vida personal y profesional o para la búsqueda de empleo en países europeos y/o francófonos.
  - Uso de registros adecuados según el contexto de la comunicación, el interlocutor y la intención de los hablantes.

#### Orientaciones pedagógicas.

La formación necesaria para alcanzar competencias profesionales en el desempeño de actividades relacionadas con las actividades de guía, información y asistencia turística debe incluir el conocimiento de dos lenguas extranjeras (al menos) tal y como preconiza el Consejo de Europa para los ciudadanos europeos.

La gestión de las actividades relacionadas con el sector de las agencias de viajes y la gestión de eventos se centra en el desarrollo de los procesos propios del sector y en especial, la atención al cliente francófono para conocer a través de la lengua vehicular sus necesidades, atender éstas y conseguir su satisfacción.

De acuerdo con los principios pedagógicos que prevalecen hoy en día en el proceso de enseñanza-aprendizaje de la 1ª y sucesivas lenguas extranjeras y teniendo igualmente en cuenta las necesidades específicas del alumnado en el contexto de gestión de la guía, información y asistencia turística, se debe promover un aprendizaje significativo, en el que los alumnos se vean implicados en un proceso activo de búsqueda de información, de estudio, de reflexión y de comunicación.

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

La tarea de guía, información y asistencia turística incluye el desarrollo de los procesos relacionados y el cumplimiento de procesos y protocolos de calidad, todo ello en una segunda lengua extranjera.

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

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

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

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

Equivalencia en créditos ECTS: 5

Código: 0400.

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

Resultados de aprendizaje y criterios de Evaluación.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han clasificado las empresas del sector por sus características organizativas y el tipo de producto o servicio que ofrecer.
- b) Se han caracterizado las empresas tipo indicando la estructura organizativa y las funciones de cada departamento.
- c) Se han identificado las necesidades más demandadas a las empresas.
- d) Se han valorado las oportunidades de negocio previsibles en el sector.
- e) Se ha identificado el tipo de proyecto requerido para dar respuesta a las demandas previstas.
- f) Se han determinado las características específicas requeridas al proyecto.
- g) Se han determinado las obligaciones fiscales, laborales y de prevención de riesgos y sus condiciones de aplicación.
- h) Se han identificado posibles ayudas o subvenciones para la incorporación de nuevas tecnologías de producción o de servicio que se proponen.
- i) Se ha elaborado el guión de trabajo que se va a seguir para la elaboración del proyecto.

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

Criterios de evaluación:

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

RA 3. Planifica la puesta en funcionamiento o ejecución del proyecto, determinando el plan de intervención y la documentación asociada.

Criterios de evaluación:

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

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

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

Criterios de evaluación:

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

Duración: 30 horas

Orientaciones pedagógicas.

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

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

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

Las actividades profesionales asociadas a estas funciones se desarrollan en el sector de guía, información y asistencia turística, en áreas relacionadas con la gestión de los recursos turísticos, marketing y comercialización de reservas, promoción del sector, seguridad del medio ambiente, prevención y seguridad laboral.

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

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

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

1.12. Módulo Profesional: Formación y Orientación Laboral

Equivalencia en créditos ECTS: 5

Código: 0401

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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



MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

Criterios de evaluación:

- a) Se ha valorado la importancia de la formación permanente como factor clave para la empleabilidad y adaptación a las exigencias del proceso productivo.
- b) Se han identificado los itinerarios formativo-profesionales relacionados con el perfil profesional del título.
- c) Se han determinado las aptitudes y actitudes requeridas para la actividad profesional relacionada con el perfil del título.
- d) Se han identificado los principales yacimientos de empleo y de inserción laboral para esta titulación.
- e) Se ha analizado la evolución socioeconómica del sector relacionado con el perfil profesional de este título en la Comunidad Autónoma de Cantabria.
- f) Se han determinado las técnicas utilizadas en el proceso de búsqueda de empleo.
- g) Se han identificado y utilizado los principales mecanismos de búsqueda de empleo mediante el uso de las Nuevas Tecnologías.
- h) Se han previsto las alternativas de autoempleo en los sectores profesionales relacionados con el título.
- i) Se ha realizado una valoración de la personalidad, aspiraciones, actitudes y formación propia para la toma de decisiones.
- j) Se ha valorado la adaptación al puesto de trabajo y al medio laboral próximo y como mecanismo de inserción profesional y de estabilidad en el empleo.
- k) Se ha valorado el empleo público como opción de inserción profesional.
- l) Se ha analizado la inserción laboral de los titulados de formación profesional en Cantabria.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han valorado las ventajas de trabajo en equipo en situaciones de trabajo relacionadas con el perfil del título.
- b) Se han identificado los equipos de trabajo que pueden constituirse en una situación real de trabajo y analizado las metodologías de trabajo de dichos equipos.
- c) Se ha valorado la aplicación de técnicas de dinamización de equipos de trabajo
- d) Se han determinado las características del equipo de trabajo eficaz frente a los equipos ineficaces.
- e) Se ha valorado positivamente la necesaria existencia de diversidad de roles y opiniones asumidos por los miembros de un equipo.
- f) Se ha tomado conciencia de que la participación y colaboración son necesarias para el logro de los objetivos en la empresa.
- g) Se ha reconocido la posible existencia de conflicto entre los miembros de un grupo como un aspecto característico de las organizaciones.
- h) Se han identificado los tipos de conflictos y sus fuentes.
- i) Se han determinado procedimientos para la resolución del conflicto.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los conceptos básicos del derecho del trabajo.
- b) Se han distinguido los principales organismos que intervienen en las relaciones entre empresarios y trabajadores, así como los principales profesionales y entidades, públicas y privadas, que informan sobre las relaciones laborales y desarrollan competencias en esta materia.

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

c) Se han determinado los elementos de la relación laboral, así como los derechos y obligaciones derivados de la relación laboral.

d) Se han clasificado las principales modalidades de contratación, identificando las medidas de fomento de la contratación para determinados colectivos.

e) Se ha analizado la contratación a través de Empresas de Trabajo Temporal (ETT)

f) Se han valorado las medidas establecidas por la legislación vigente para la conciliación de la vida laboral y familiar.

g) Se han identificado las causas y efectos de la modificación, suspensión y extinción de la relación laboral.

h) Se ha analizado el recibo de salarios identificando los principales elementos que lo integran y realizando la liquidación del recibo en supuestos prácticos sencillos.

i) Se han determinado las formas de representación legal de los trabajadores en la empresa y fuera de ella.

j) Se han analizado las diferentes medidas de conflicto colectivo y los procedimientos de solución de conflictos.

k) Se han determinado las condiciones de trabajo pactadas en un convenio colectivo aplicable a un sector profesional relacionado con esta titulación.

l) Se han identificado las características definitorias de los nuevos entornos de organización del trabajo.

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

Criterios de evaluación:

a) Se ha valorado el papel de la Seguridad Social como pilar esencial para la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos.

b) Se han enumerado las diversas contingencias que cubre el sistema de Seguridad Social.

c) Se han identificado los regímenes existentes en el sistema de Seguridad Social.

d) Se han identificado las obligaciones de empresario y trabajador dentro del sistema de Seguridad Social.

e) Se han identificado en un supuesto sencillo las bases de cotización de un trabajador y las cuotas correspondientes a trabajador y empresario.

f) Se han clasificado las prestaciones del sistema de Seguridad Social, identificando los requisitos.

g) Se han determinado las posibles situaciones legales de desempleo en supuestos prácticos sencillos.

h) Se ha realizado el cálculo de la duración y cuantía de una prestación por desempleo de nivel contributivo básico.

i) Se ha realizado el cálculo de la duración y cuantía de una prestación por incapacidad temporal en supuestos prácticos sencillos.

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

Criterios de evaluación:

a) Se ha valorado la importancia de la cultura preventiva en todos los ámbitos y actividades de la empresa.

b) Se han relacionado las condiciones laborales con la salud del trabajador.

c) Se han clasificado los factores de riesgo en la actividad y los daños derivados de los mismos.

d) Se han identificado las situaciones de riesgo más habituales en los entornos de trabajo del Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

e) Se ha determinado la evaluación de riesgos en la empresa.

f) Se han determinado las condiciones de trabajo con significación para la prevención en los entornos de trabajo relacionados con el perfil profesional del Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos

g) Se han clasificado y descrito los tipos de daños profesionales, con especial referencia a accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, relacionados con el perfil profesional del título.

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

Criterios de evaluación:

a) Se ha determinado el marco normativo básico en materia de prevención de riesgos laborales.

b) Se han determinado los principales derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.

c) Se han clasificado las distintas formas de gestión de la prevención en la empresa, en función de los distintos criterios establecidos en la normativa sobre prevención de riesgos laborales.

d) Se han determinado las formas de representación de los trabajadores en la empresa en materia de prevención de riesgos.

e) Se han identificado los organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.

f) Se han identificado las responsabilidades en materia de riesgos laborales.

g) Se ha valorado la importancia de la existencia de un plan preventivo en la empresa que incluya la secuenciación de actuaciones a realizar en caso de emergencia.

h) Se ha definido el contenido del plan de prevención en un centro de trabajo relacionado con el sector relacionado con el perfil profesional de este título.

i) Se ha proyectado un plan de emergencia y evacuación en una pequeña y mediana empresa (PYME).

RA 7. Aplica las medidas de prevención y protección, analizando las situaciones de riesgo en el entorno laboral del Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.

Criterios de evaluación:

a) Se han definido las técnicas de prevención y de protección que deben aplicarse para evitar los daños en su origen y minimizar sus consecuencias en caso de que sean inevitables.

b) Se ha analizado el significado y alcance de los distintos tipos de señalización de seguridad.

c) Se han analizado los protocolos de actuación en caso de emergencia

d) Se han identificado las técnicas de clasificación de heridos en caso de emergencia donde existan víctimas de diversa gravedad.

e) Se han identificado las técnicas básicas de primeros auxilios que han de ser aplicadas en el lugar del accidente ante distintos tipos de daños y la composición y uso del botiquín.

f) Se han determinado los requisitos y condiciones para la vigilancia de la salud del trabajador y su importancia como medida de prevención.

Duración: 99 horas.

Contenidos:

1. Búsqueda activa de empleo:

— Valoración de la importancia de la formación permanente para la trayectoria laboral y profesional del Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos, como mecanismo de inserción profesional y estabilidad en el empleo.

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

- Análisis de los intereses, aptitudes y motivaciones personales para la carrera profesional.
  - Identificación de itinerarios formativos relacionados con el perfil profesional del título.
  - Definición y análisis del sector relacionado con el perfil profesional de este título. Situación actual y perspectivas de inserción en las ocupaciones y puestos de trabajo más relevantes descritos en el título.
  - Situación y tendencia del mercado de trabajo en el sector relacionado con el perfil profesional de este título de la Comunidad Autónoma de Cantabria.
  - Proceso de búsqueda de empleo en pequeñas, medianas y grandes empresas del sector. Fuentes de información, mecanismos de oferta, demanda y selección de personal.
  - Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa.
  - Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo.
  - La búsqueda de empleo a través de las Nuevas Tecnologías.
  - El empleo público como salida profesional.
  - El autoempleo como salida profesional: valoración.
  - El proceso de toma de decisiones.
2. Gestión del conflicto y equipos de trabajo:
- Valoración de las ventajas e inconvenientes del trabajo de equipo para la eficacia de la organización.
  - Equipos en la industria del según las funciones que desempeñan.
  - La participación en el equipo de trabajo.
  - Metodologías del trabajo en equipo y reuniones de trabajo.
  - Aplicación de técnicas para la dinamización de equipos de trabajo.
  - Conflicto: características, fuentes y etapas.
  - Métodos para la resolución o supresión del conflicto.
3. Contrato de trabajo:
- El derecho del trabajo. Origen y fuentes. Organismos e instituciones competentes en la materia.
  - Análisis de la relación laboral individual.
  - Modalidades de contrato de trabajo y medidas de fomento de la contratación.
  - Las Empresas de Trabajo Temporal.
  - Derechos y deberes derivados de la relación laboral.
  - El recibo de salarios.
  - Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo.
  - Representación de los trabajadores.
  - Análisis de un convenio colectivo aplicable al ámbito profesional del Técnico Superior en Guía, información y Asistencia Turísticas.
  - Tipología y resolución de conflictos colectivos.
  - Beneficios para los trabajadores en las nuevas organizaciones: flexibilidad, beneficios sociales entre otros.
4. Seguridad Social, Empleo y Desempleo:
- Estructura del Sistema de la Seguridad Social.
  - Determinación de las principales obligaciones de empresarios y trabajadores en materia de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización.
  - Prestaciones de la Seguridad Social, con especial referencia a la Incapacidad Temporal y al Desempleo.
  - Situaciones protegibles en la protección por desempleo.
5. Evaluación de riesgos profesionales:

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

- Valoración de la relación entre trabajo y salud.
- Análisis de factores de riesgo.
- La evaluación de riesgos en la empresa como elemento básico de la actividad preventiva.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones de seguridad.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones ambientales.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones ergonómicas y psico-sociales.
- Riesgos específicos en la industria del sector relacionado con el perfil profesional de este título.
- Determinación de los posibles daños a la salud del trabajador que pueden derivarse de las situaciones de riesgo detectadas: accidentes de trabajo y enfermedades profesionales. Otras patologías.

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

- Marco normativo básico en materia de prevención de riesgos laborales.
- Derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.
- Gestión de la prevención en la empresa.
- Representación de los trabajadores en materia prevención de riesgos laborales.
- Organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
- Responsabilidades en materia de riesgos laborales.
- Planificación de la prevención en la empresa.
- Planes de emergencia y de evacuación en entornos de trabajo.
- Elaboración de un plan de emergencia en una PYME.

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

- Determinación de las medidas de prevención y protección individual y colectiva.
- Vigilancia de la salud de los trabajadores.
- Protocolo de actuación ante una situación de emergencia.
- Primeros auxilios.

Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para que el alumno pueda insertarse laboralmente y desarrollar su carrera en el sector relacionado con el perfil profesional de este título.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales m) y n) del ciclo formativo y las competencias k) y l) del título.

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

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



MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

1.13. Módulo Profesional: Empresa e iniciativa emprendedora.

Equivalencia en créditos ECTS: 4

Código: 0402

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado el concepto de innovación y su relación con el progreso de la sociedad y el aumento en el bienestar de los individuos.
- b) Se ha analizado el concepto de cultura emprendedora y su importancia como fuente de creación de empleo y bienestar social.
- c) Se ha valorado la importancia de la iniciativa individual, la creatividad, la formación y la colaboración como requisitos indispensables para tener éxito en la actividad emprendedora.
- d) Se ha analizado la capacidad de iniciativa en el trabajo de una persona empleada del sector relacionado con el perfil profesional de este título.
- e) Se ha analizado el desarrollo de la actividad emprendedora de un empresario que se inicie en el sector relacionado con el perfil profesional de este título.
- f) Se ha analizado el concepto de riesgo como elemento inevitable de toda actividad emprendedora.
- g) Se ha analizado el concepto de empresario y los requisitos y actitudes necesarios para desarrollar la actividad empresarial.
- h) Se ha descrito la estrategia empresarial relacionada con los objetivos de la empresa.
- i) Se ha definido una determinada idea de negocio del ámbito del sector relacionado con el perfil profesional de este título, que servirá de punto de partida para la elaboración de un plan de empresa.

RA 2. Define la oportunidad de creación de una pequeña empresa, valorando el impacto sobre el entorno e incorporando valores éticos.

Criterios de evaluación:

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

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han analizado las diferentes formas jurídicas de la empresa.
- b) Se ha especificado el grado de responsabilidad legal de los propietarios de la empresa, en función de la forma jurídica elegida.
- c) Se ha valorado el desarrollo de las empresas de Economía Social.
- d) Se ha diferenciado el tratamiento fiscal establecido para las diferentes formas jurídicas de la empresa.
- e) Se han analizado los trámites exigidos por la legislación vigente para la constitución de una empresa.
- f) Se ha realizado una búsqueda exhaustiva de las diferentes ayudas para la creación de empresas relacionadas con el sector relacionado con el perfil profesional de este título en la localidad de referencia.
- g) Se ha incluido en el plan de empresa todo lo relativo a la elección de la forma jurídica, estudio de viabilidad económica y financiera, trámites administrativos ayudas y subvenciones.
- h) Se han identificado las vías de asesoramiento y gestión administrativa externos existentes a la hora de poner en marcha una PYME.

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

Criterios de evaluación:

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

Duración: 60 horas

Contenidos:

1. Iniciativa emprendedora:

- Factores claves de los emprendedores: iniciativa, creatividad y formación.
- Nuevos yacimientos de empleo.
- Innovación y desarrollo económico. Principales características de la innovación en la actividad del sector relacionado con el perfil profesional de este título. (materiales, tecnología, organización de la producción, etc.)
- La actuación de los emprendedores como empleados de una empresa del sector relacionado con el perfil profesional de este título.

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

— La actuación de los emprendedores como empresarios, de una pequeña empresa en el sector relacionado con el perfil profesional de este título.

— El empresario. Requisitos para el ejercicio de la actividad empresarial.

— Plan de empresa: la idea de negocio en el ámbito del sector relacionado con el perfil profesional de este título.

2. La empresa y su entorno:

— Funciones básicas de la empresa.

— La empresa como sistema y como agente económico.

— La responsabilidad social de la empresa.

— Análisis del entorno general de una "pyme" del sector relacionado con el perfil profesional de este título.

— Análisis del entorno específico de una "pyme" del sector relacionado con el perfil profesional de este título.

— Relaciones de una "pyme" del sector relacionado con el perfil profesional de este título con su entorno.

— Relaciones de una "pyme" del sector relacionado con el perfil profesional de este título con el conjunto de la sociedad.

3. Creación y puesta en marcha de una empresa:

— Tipos de empresa.

— La fiscalidad en las empresas.

— La responsabilidad de los propietarios de la empresa. Elección de la forma jurídica.

— El Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA)

— Empresas de Economía Social: Cooperativas y Sociedades laborales.

— Trámites administrativos para la constitución de una empresa.

— Profesionales y organismos públicos que desarrollan competencias en el ámbito de la creación de empresas y desarrollo de actividades empresariales.

— Fuentes y formas de financiación.

— Viabilidad económica y viabilidad financiera de una "pyme" del sector relacionado con el perfil profesional de este título.

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

4. Función administrativa y comercial

— Concepto de contabilidad y nociones básicas.

— Análisis de la información contable.

— Obligaciones fiscales de las empresas.

— Gestión administrativa de una empresa del sector relacionado con el perfil profesional de este título.

— La Gestión Comercial. Técnicas de venta y negociación. Atención al cliente. Plan de Marketing.

— Cálculo de costes, precio de venta y beneficios.

— Gestión de aprovisionamiento.

Orientaciones pedagógicas.

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

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

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

Las actividades de aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo están relacionadas con:

— Manejo de las fuentes de información sobre el sector relacionado con el perfil profesional de este título, incluyendo el análisis de los procesos de innovación sectorial en marcha.

— La realización de casos y dinámicas de grupo que permitan comprender y valorar las actitudes de los emprendedores y ajustar la necesidad de los mismos al sector de los servicios relacionados con los procesos del sector relacionado con el perfil profesional de este título.

— La utilización de programas de gestión administrativa para pequeñas y medianas empresas (PYMES) del sector relacionado con el perfil profesional de este título.

— La realización de un proyecto de plan de empresa relacionada con la actividad del sector relacionado con el perfil profesional de este título, que incluya todas las facetas de puesta en marcha de un negocio: viabilidad, organización de la producción y los recursos humanos, acción comercial, control administrativo y financiero, así como justificación de su responsabilidad social.

#### 1.14. Módulo Profesional: Formación en centros de trabajo.

Equivalencia en créditos ECTS: 22

Código: 0403

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación.

a) Se han identificado la estructura organizativa de la empresa y las funciones de cada área de la misma.

b) Se ha comparado la estructura de la empresa con las organizaciones empresariales tipo existentes en el sector.

c) Se han relacionado las características del servicio y el tipo de clientes con el desarrollo de la actividad empresarial.

d) Se han identificado los procedimientos de trabajo en el desarrollo de la prestación de servicio.

e) Se han valorado las competencias necesarias de los recursos humanos para el desarrollo óptimo de la actividad.

f) Se ha valorado la idoneidad de los canales de difusión más frecuentes en esta actividad.

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

Criterios de evaluación:

a) Se han reconocido y justificado:

— La disponibilidad personal y temporal necesarias en el puesto de trabajo.

— Las actitudes personales (puntualidad, empatía, entre otras) y profesionales (orden, limpieza, responsabilidad, entre otras) necesarias para el puesto de trabajo.

— Los requerimientos actitudinales ante la prevención de riesgos en la actividad profesional.

— Los requerimientos actitudinales referidos a la calidad en la actividad profesional.

— Las actitudes relacionales con el propio equipo de trabajo y con las jerarquías establecidas en la empresa.

— Las actitudes relacionadas con la documentación de las actividades realizadas en el ámbito laboral.

— Las necesidades formativas para la inserción y reinserción laboral en el ámbito científico y técnico del buen hacer del profesional.

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

b) Se han identificado las normas de prevención de riesgos laborales y los aspectos fundamentales de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales de aplicación en la actividad profesional.

c) Se han aplicado los equipos de protección individual según los riesgos de la actividad profesional y las normas de la empresa.

d) Se ha mantenido una actitud de respeto al medio ambiente en las actividades desarrolladas.

e) Se ha mantenido organizado, limpio y libre de obstáculos el puesto de trabajo o el área correspondiente al desarrollo de la actividad.

f) Se ha responsabilizado del trabajo asignado interpretando y cumpliendo las instrucciones recibidas.

g) Se ha establecido una comunicación eficaz con la persona responsable en cada situación y con los miembros del equipo.

h) Se ha coordinado con el resto del equipo comunicando las incidencias relevantes que se presenten.

i) Se ha valorado la importancia de su actividad y la necesidad de adaptación a los cambios de tareas.

j) Se ha responsabilizado de la aplicación de las normas y procedimientos en el desarrollo de su trabajo.

RA. 3. Ejecuta las diferentes actividades del departamento de creación de viajes combinados utilizando medios, equipos e instrumentos de control así como técnicas y procedimientos, de acuerdo con instrucciones y normas establecidas y situación de los clientes.

Criterios de evaluación:

a) Se han interpretado las instrucciones recibidas y la documentación asociada a cada uno de los procesos de diseño y cotización de viajes combinados.

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

c) Se han reconocido las condiciones y acuerdos de la negociación con proveedores en base a diferentes criterios.

d) Se han cotizado los servicios y valorado los costes, descuentos, comisiones, margen de beneficio, umbral de rentabilidad, impuestos y precio de venta de los viajes combinados.

e) Se han tenido en cuenta los aspectos relacionados con la atención al cliente y la gestión de la calidad.

f) Se han reconocido los procesos de reserva, operativa y coordinación con los proveedores de los viajes combinados.

g) Se ha cumplimentado la documentación asociada.

h) Se han operado aplicaciones informáticas específicas.

RA. 4. Realiza la gestión de eventos utilizando medios, equipos e instrumentos de control y aplicando técnicas y procedimientos de acuerdo a instrucciones y normas establecidas.

Criterios de evaluación:

a) Se han interpretado las instrucciones recibidas y la documentación asociada a cada uno de los procesos de gestión de eventos ofertados por la agencia.

b) Se han tramitado las solicitudes de demandas de futuros eventos y su seguimiento.

c) Se ha elaborado el presupuesto global y su desglose del evento a contratar.

d) Se ha participado en la supervisión y control del desarrollo del evento contratado.

e) Se ha realizado las operaciones post venta y seguimiento de satisfacción del cliente.

f) Se han tenido en cuenta los aspectos relacionados con la atención al cliente y la gestión de la calidad.

g) Se han operado las aplicaciones informáticas específicas.



MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

Duración: 410 horas.

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

ANEXO II

1. ORGANIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN HORARIA.

PRIMER CURSO			
CÓDIGO	MÓDULO PROFESIONAL	HORAS TOTALES	HORAS SEMANALES
0171	Estructura del mercado turístico	132	4
0172	Protocolo y relaciones públicas	99	3
0173	Márketing turístico	132	4
0383	Destinos turísticos	165	5
0384	Recursos turísticos	198	6
0179	Inglés UF0179_12. Inglés I	66	2
0180	Segunda Lengua Extranjera: Francés UF 0180_12. Francés I	99	3
0401	Formación y orientación laboral	99	3
	TOTAL	990	30
SEGUNDO CURSO			
CÓDIGO	MÓDULO PROFESIONAL	HORAS TOTALES	HORAS SEMANALES
0399	Dirección de entidades de intermediación turística	112	6
0398	Venta de servicios turísticos	132	7
0397	Gestión de productos turísticos	100	5
0179	Inglés UF0179_22. Inglés II	93	5
0180	Segunda Lengua Extranjera: Francés UF 0180_22. Francés II	73	4
0400	Proyecto de guía, información y asistencia turísticas	30	
0402	Empresa e iniciativa emprendedora	60	3
0403	Formación en centros de trabajo	410	
	TOTAL	1010	30

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010 - BOC NÚM. 197

ANEXO III

1. REQUISITOS MÍNIMOS DE ESPACIOS Y EQUIPAMIENTOS.

1.1. ESPACIOS MÍNIMOS:

Espacio formativo	Superficie m <sup>2</sup> 30 alumnos	Superficie m <sup>2</sup> 20 alumnos
Aula polivalente	60	40
Aula de Agencias / Información turística	90	60

1.2. EQUIPAMIENTOS MÍNIMOS

Espacio formativo	Equipamientos
Aula Polivalente	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ordenadores instalados en red, impresora de alta velocidad, escáner y fax.</li> <li>- Cañón de proyección.</li> <li>- Pantalla desplegable.</li> <li>- Conexión a Internet.</li> <li>- <i>Software</i> de ofimática (procesador de textos, base de datos, presentaciones <i>P.P.</i>, hojas de cálculo, etc.).</li> <li>- Pizarra.</li> <li>- Medios audiovisuales para lenguas extranjeras.</li> <li>- Medios audiovisuales de geografía, recursos turísticos y otros (vídeos, DVD).</li> <li>- Altavoces y micrófonos.</li> <li>- Cámaras de vídeo y fotografía con trípode.</li> <li>- Mesas y sillas.</li> </ul>
Aula de Guía, Información y Asistencia Turística	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ordenadores instalados en red, impresora de alta velocidad, escáner y fax.</li> <li>- Cañón de proyección.</li> <li>- Pantalla desplegable.</li> <li>- Conexión a Internet.</li> <li>- <i>Software</i> de ofimática (procesador de textos, base de datos, presentaciones <i>P.P.</i>, hojas de cálculo, etc.), de diseño de páginas <i>web</i> y de maquetación de textos.</li> <li>- <i>Software</i> de informático de empresas de intermediación turística, cartográficos y de cálculo de distancias entre distintos puntos geográficos.</li> <li>- Sistema de información geográfica.</li> <li>- Modelos informáticos de gestión de destinos turísticos.</li> <li>- Mapas digitales para la promoción del destino,</li> <li>- Licencia de GDS, de LDS y de proveedores de servicios turísticos.</li> <li>- Archivadores, estanterías, material diverso de oficina.</li> <li>- Material impreso: mapas turísticos, folletos de diferentes zonas turísticas, etc.</li> <li>- Reproductor de TV, vídeo y DVD.</li> <li>- Mapas y guías de viajes de España, Europa y el resto del mundo.</li> <li>- Folletos de información turística de distintas CC. AA. Y distintos países.</li> <li>- Bibliografía sobre recursos turísticos de Cantabria.</li> <li>- Revistas del sector turístico relacionadas con la especialidad.</li> <li>- Mapas geográficos de Cantabria, España, Europa y el resto del mundo</li> <li>- Pizarra.</li> </ul>

2010/14906

CVE-2010-14906