

Créditos Formativos



HOSTELERÍA Y TURISMO

Técnica / Técnico Superior en

Agencias de Viajes y Gestión de Eventos

Técnica / Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos

Créditos Formativos

0171	Estructura del mercado turístico	
017113	Contextualización del sector turístico	1
017123	Análisis de la oferta turística	2
017133	Caracterización y tendencias de la demanda turística.....	3
0172	Protocolo y relaciones públicas	
017213	Aplicación del protocolo institucional y empresarial.....	5
017223	Aplicación de los fundamentos y los elementos de las RRPP en el ámbito turístico.....	7
017233	Comunicación y atención a la clientela	9
0173	Marketing turístico	
017314	Caracterización del marketing turístico	12
017324	Identificación del marketing-mix. Elementos y modalidades	14
017334	Caracterización del plan de marketing.....	16
017344	Proceso de decisión de compra y criterios de consumismo	18
0383	Destinos turísticos	
038313	Geografía turística y principales destinos turísticos de España	20
038323	Geografía turística y principales destinos turísticos de Europa	23
038333	Geografía turística y principales destinos turísticos del resto del mundo.....	26
0384	Recursos turísticos	
038414	Identificación de los recursos turísticos del territorio. Legislación.....	29
038424	Identificación, interpretación y análisis del patrimonio histórico-artístico y sociocultural de España	31
038434	Patrimonio rural y paisajístico.....	33
038444	Interpretación global del patrimonio.....	35
0397	Gestión de productos turísticos	
039713	Análisis y coordinación de los viajes combinados.....	37
039723	Diseño y cotización de viajes combinados	39
039733	El mercado de eventos.....	41
0398	Venta de servicios turísticos	
039813	Tipología de los servicios en las agencias de viaje. Operaciones de venta y post-venta	44
039823	Sistemas globales de distribución	48
039833	Aplicación de técnicas de venta	50
0399	Dirección de entidades de intermediación turística	
039913	Caracterización y organización de las entidades de intermediación turística	52
039923	Gestión económico-administrativa de las entidades de intermediación turística	55
039933	Los RRHH en las entidades de intermediación turística y la calidad en los servicios	58
0401	Formación y orientación laboral	

040113	Orientación profesional y trabajo en equipo	61
040123	Marco normativo de las relaciones laborales	64
040133	Prevención de riesgos	67

CRÉDITO FORMATIVO	Contextualización del sector turístico	Duración	30
Código	017113		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos	Nivel	3
Módulo profesional	Estructura del mercado turístico	Duración	132
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Análisis de la oferta turística	Duración	57
	Caracterización y tendencias de la demanda turística		45

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

Criterios de evaluación:

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

CONTENIDOS

1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de la evolución del turismo. - Valoración de la actividad turística en el desarrollo de un núcleo poblacional.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Turismo: definición, elementos que lo caracterizan y nuevas clasificaciones. - Entidades públicas y privadas de ámbito local, regional, nacional e internacional relacionadas con el sector turístico.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de las nuevas tecnologías como fuentes de información y promoción turística. - Valoración del profesional turístico o de la profesional turística en el ámbito de su profesión.

CRÉDITO FORMATIVO	Análisis de la oferta turística	Duración	57
Código	017123		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos	Nivel	3
Módulo profesional	Estructura del mercado turístico	Duración	132
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Contextualización del sector turístico	Duración	30
	Caracterización y tendencias de la demanda turística		45

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

Criterios de evaluación:

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

CONTENIDOS

1. ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA

procedimentales	- Identificación de los núcleos turísticos nacionales.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - La oferta turística. Definición y elementos que la componen. - La intermediación turística. Canales de distribución. - Empresas de alojamientos turísticos. Definición. Tipología y características. - Los medios de transporte turísticos. Servicios ligados al transporte. - La oferta complementaria. - El núcleo turístico. Núcleo emisor y núcleo receptor.
actitudinales	- Valoración de la importancia económica del turismo y su aportación al PIB.

CRÉDITO FORMATIVO	Caracterización y tendencias de la demanda turística	Duración	45
Código	017133		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos	Nivel	3
Módulo profesional	Estructura del mercado turístico	Duración	132
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Contextualización del sector turístico	Duración	30
	Análisis de la oferta turística		57

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- Se ha conceptualizado y determinado los factores de la demanda turística.
- Se ha clasificado a la clientela por su tipología y nacionalidad.
- Se han descrito los diferentes elementos externos que influyen en la elasticidad de la demanda.
- Se han caracterizado las principales motivaciones de la demanda turística.
- Se ha caracterizado la estacionalización de la demanda y técnicas de desestacionalización.
- Se ha analizado la metodología de compra según el tipo de clientela.
- Se han investigado las tendencias actuales de la demanda, así como los mercados emergentes.
- Se ha valorado la importancia de conocer a la clientela como elemento dinamizador de la demanda turística.

CONTENIDOS

1. IDENTIFICACIÓN DE LAS TIPOLOGÍAS TURÍSTICAS Y SUS TENDENCIAS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de los factores que influyen en la localización espacial de cada tipología turística. - Localización geográfica de las principales tipologías turísticas. - Identificación de las ventajas e inconvenientes del desarrollo turístico de una zona.
-----------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de las tendencias de las tipologías turísticas nacionales. - Análisis de las tendencias de las tipologías turísticas internacionales. - Valoración de los factores que influyen sobre la demanda y capacidad de modificación de los mismos.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Tipologías turísticas y sus características.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Interés por la evolución de las tendencias turísticas actuales.

2. CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Clasificación de la clientela por su tipología y nacionalidad. - Identificación de las motivaciones de la demanda turística. - Análisis de las tendencias actuales de la demanda turística. - Análisis de la metodología de compra según el tipo de clientela.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - La demanda turística. Definición y características. - Elementos externos que influyen en la elasticidad de la demanda turística. - Estacionalidad de la demanda. Acciones de desestacionalización.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Interés por conocer a la clientela como elemento dinamizador de la demanda.

CRÉDITO FORMATIVO	Aplicación del protocolo institucional y empresarial	Duración	42
Código	017213		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos	Nivel	3
Módulo profesional	Protocolo y Relaciones Públicas	Duración	132
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Aplicación de los fundamentos y los elementos de las RRPP en el ámbito turístico	Duración	35
	Comunicación y atención a la clientela		55

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

CONTENIDOS

1. APLICACIÓN DEL PROTOCOLO INSTITUCIONAL

- | | |
|-----------------|---|
| procedimentales | <ul style="list-style-type: none"> - Organización de personas invitadas. - Proyección de actos protocolarios. |
|-----------------|---|

	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de las diferentes normativas protocolarias de las Comunidades Autónomas y del Estado. - Diseño de invitaciones para actos protocolarios. - Ordenación de banderas en los actos protocolarios.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Protocolo institucional. - Tipos de presidencias. - Sistemas de organización de personas invitadas. - Normativas protocolarias del Estado y de las Comunidades Autónomas
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Interés por la normativa en materia de protocolo y precedencias oficiales del Estado y de las Comunidades Autónomas. - Respeto por las normas protocolarias en la organización de actos.

2. APLICACIÓN DEL PROTOCOLO EMPRESARIAL

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación del público objetivo y adecuación del acto. - Elaboración del programa y cronograma del acto a organizar. - Elaboración del manual protocolario y de comunicación de una empresa. - Elaboración de presupuestos económicos para actos de protocolo.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Tipos y objetivos de los actos protocolarios empresariales. - Manual protocolario y de comunicación de una empresa. - Procedimientos de los actos protocolarios y empresariales. - Tipos de documentación en programas protocolarios.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Iniciativa en la elaboración de los programas y cronogramas de los actos a organizar. - Colaboración en los trabajos de grupo de preparación de actos protocolarios. - Rigor en la aplicación de las normas en actos protocolarios.

CRÉDITO FORMATIVO	Aplicación de los fundamentos y los elementos de las RRPP en el ámbito turístico	Duración	35
Código	017223		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos	Nivel	3
Módulo profesional	Protocolo y relaciones públicas	Duración	132
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Aplicación del protocolo institucional y empresarial	Duración	42
	Comunicación y atención a la clientela		55

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

Criterios de evaluación:

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

CONTENIDOS

1. APLICACIÓN DE LOS FUNDAMENTOS Y LOS ELEMENTOS DE LAS RRPP EN EL ÁMBITO TURÍSTICO

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicación y valoración de las RR.PP. en el ámbito turístico empresarial e institucional. - Análisis de los componentes de la imagen corporativa y las clases de imagen. - Análisis de la imagen del turismo nacional y de las Comunidades Autónomas. - Valoración de los factores de riesgo en la imagen.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Los elementos de identidad: marcas, logotipos y manuales corporativos. - Componentes de la imagen corporativa. - Recursos de las RR.PP. - Concepto de identidad e imagen corporativa e institucional. - Tipos de imagen corporativa real y proyectada.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Cuidado de la imagen personal y la expresión corporal.

- Interés por las habilidades sociales.
- Respeto por los factores de riesgo que inciden en la imagen.

CRÉDITO FORMATIVO	Comunicación y atención a la clientela	Duración	55
Código	017233		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos	Nivel	3
Módulo profesional	Protocolo y relaciones públicas	Duración	132
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Aplicación del protocolo institucional y empresarial	Duración	42
	Aplicación de los fundamentos y los elementos de las RRPP en el ámbito turístico		35

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Establece comunicación con la clientela relacionando las técnicas empleadas con el tipo de usuario o usuaria.

Criterios de evaluación:

- Se han analizado los objetivos de una correcta atención a la clientela.
- Se han caracterizado las técnicas de atención a la clientela.
- Se han diferenciado las modalidades de atención a la clientela.
- Se han aplicado las acciones del contacto directo y no directo.
- Se han utilizado las técnicas de comunicación con la clientela.
- Se han caracterizado los diferentes tipos de clientela.
- Se han demostrado las actitudes y aptitudes en los procesos de atención a la clientela.
- Se han definido las técnicas de dinamización e interacción grupal.

2. Gestiona las quejas, reclamaciones y sugerencias describiendo las fases establecidas de resolución asociadas a una correcta satisfacción de la clientela.

Criterios de evaluación:

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

3. Mantiene actitudes de correcta atención a la clientela analizando la importancia de superar las expectativas de la clientela con relación al trato recibido.

Criterios de evaluación:

- Se han analizado las expectativas de los diferentes tipos de clientela.

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

CONTENIDOS

1. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN A LA CLIENTELA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de los objetivos de la atención a la clientela. - Identificación y manejo de las técnicas de expresión oral y escrita. - Análisis del proceso de comunicación en la empresa y fuera de la empresa. - Identificación y análisis de los recursos de las RR.PP. aplicadas en la comunicación en el sector turístico. - Utilización de modalidades de atención a la clientela: aspecto lingüístico, lugar de acogida, imagen personal. - Utilización de técnicas diversas de comunicación con la clientela.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Canales de comunicación. - Tipos de clientela, contacto directo y no directo. - Modalidades de atención a la clientela. - Concepto de comunicación verbal y no verbal. - Tipos de recursos de las RR.PP. en la relación con la clientela. Técnicas de dinamización grupal.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Colaboración en actividades de comunicación grupal. - Interés por prestar una correcta atención a la clientela. - Iniciativa en el desarrollo de técnicas de mejora en la comunicación personal.

2. GESTIÓN DE QUEJAS, RECLAMACIONES Y SUGERENCIAS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación y diferenciación entra queja, sugerencia, reclamación y reclamación formal. - Selección de los principales motivos de queja de la clientela de las empresas de hostelería y turismo. - Valoración de la importancia de las quejas, reclamaciones y sugerencias como elemento de mejora continua. - Análisis de la normativa legal vigente en materia de reclamaciones de la clientela. - Elaboración de un manual corporativo de atención a la clientela y gestión de quejas y reclamaciones. - Confección de documentos de recogida de información de quejas y sugerencias para empresas de hostelería.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Concepto de queja, reclamación, reclamación formal y sugerencia. - Formas de recogida de quejas de la clientela en empresas de hostelería y turismo.

	<ul style="list-style-type: none"> - Fases en la gestión de quejas y reclamaciones. - Normativa legal vigente en materias de reclamaciones de la clientela. Normas autonómicas, nacionales y europeas. - Sistemas de reclamaciones de la clientela, hojas de reclamaciones y arbitraje de consumo. - Tipos de sistemas de recogida de información de quejas y sugerencias, hojas de reclamaciones, de opiniones y encuestas de satisfacción de la clientela.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Interés por las técnicas de obtención de datos y opiniones de la clientela como fuente de recogida de información. - Actitud permanente de observación de la clientela como origen de la obtención de información de su opinión en relación al servicio en las empresas de hostelería y turismo. - Respeto por las opiniones de la clientela sobre el servicio en hostelería y rigor a la hora de analizar la información recogida de la clientela.

3. ACTITUDES DE ATENCIÓN A LA CLIENTELA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de la importancia de la profesionalidad en el servicio y el trato a la clientela en hostelería. - Valoración de la importancia de la discreción dentro del ámbito laboral. - Valoración de la importancia de las actitudes de atención a la clientela en la imagen corporativa de la empresa. - Aplicación de técnicas de empatía y simpatía en las relaciones con la clientela.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Normas básicas de atención a la clientela. - Técnicas de empatía y simpatía en las relaciones con la clientela. - Características básicas de una actitud profesional en el servicio de empresas de hostelería y turismo.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Interés por las técnicas de atención y servicio a la clientela en empresas de hostelería. - Respeto hacia la clientela, superiores o superiores, personal dependiente y compañeros o compañeras. - Sensibilización sobre búsqueda de una actitud profesional en el servicio.

CRÉDITO FORMATIVO	Caracterización del marketing turístico	Duración	30
Código	017314		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos	Nivel	3
Módulo profesional	Marketing turístico	Duración	132
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Identificación del marketing-mix. Elementos y modalidades	Duración	42
	Caracterización del plan de marketing		30
	Proceso de decisión de compra y criterios de consumismo		30

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

CONTENIDOS

1. CARACTERIZACIÓN DEL MARKETING TURÍSTICO

procedimentales	- Justificación de la importancia del marketing en el sector turístico.
-----------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicación del marketing al sector de la hostelería y el turismo. - Análisis de la evolución de la función del marketing: orientación hacia la persona consumidora. - Identificación de las diferencias entre productos tangibles y servicios-productos turísticos. - Descripción de los cambios recientes y tendencias futuras en la Dirección de Marketing.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Marketing. Concepto y terminología básica. - Marketing turístico. Concepto e instrumentos básicos. - Los productos tangibles. Definición y características. - Los servicios y productos turísticos. Definición y características.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Interés por las nuevas tendencias en el marketing turístico.

2. INTERPRETACIÓN DE LA SEGMENTACIÓN DE MERCADOS TURÍSTICOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de las variables de segmentación más utilizadas en turismo. - Aplicación de la segmentación al diseño de la estrategia comercial de las empresas turísticas. - Análisis de los instrumentos comerciales y su compatibilidad con los distintos segmentos. - Identificación del posicionamiento del producto-servicio utilizando mapas perceptuales.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Segmentación de mercados: concepto y utilidad. - Requisitos para que la segmentación sea efectiva. - Tipos de estrategias de marketing de cobertura del mercado, de los distintos segmentos. - Posicionamiento en el mercado: concepto. Estrategias. Métodos o tipos de posicionamiento.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Interés por las nuevas tendencias en el marketing turístico.

CRÉDITO FORMATIVO	Identificación del marketing-mix. Elementos y modalidades	Duración	42
Código	017324		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos	Nivel	3
Módulo profesional	Marketing turístico	Duración	132
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Caracterización del marketing turístico	Duración	30
	Caracterización del plan de marketing		30
	Proceso de decisión de compra y criterios de consumismo		30

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. 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 han 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.

2. 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 ha 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 han establecido las pautas para el desarrollo de una estrategia de marketing directo combinado.

CONTENIDOS

1. IDENTIFICACIÓN DEL MARKETING-MIX Y SUS ELEMENTOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis del ciclo de vida del producto y de los destinos turísticos. - Análisis del desarrollo y lanzamiento de los nuevos productos turísticos. - Análisis de las políticas de marcas en el sector turístico detectando estrategias para diferenciar el producto. - Análisis de los sistemas de distribución global y de su impacto en la industria turística. - Diseño y elaboración de materiales de comunicación. - Comparación de las ferias turísticas y otros con otras estrategias promocionales. - Aplicación de las estrategias del mix.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Marketing-mix: concepto y elementos. - El producto-servicio. Tipos de productos turísticos y clasificación de los elementos que los componen. - La “servucción”. - El precio. Objetivos y estrategias de la política de precios. Métodos de fijación de precios. Importancia del precio como instrumento comercial. - La distribución-comercialización. Canales directos e indirectos en el sector turístico. - La comunicación: la publicidad, las RR.PP., las promociones de ventas, el Merchandising, las Ferias Turísticas, Work-Shops, Fam-Trips y otros.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Respeto hacia el medio ambiente tanto en el diseño de productos como en el de materiales de comunicación.

2. ANÁLISIS DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS AL MARKETING TURÍSTICO

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Manejo de bases de datos. - Identificación de los objetivos generales del desarrollo de una base de datos de marketing. - Identificación de materiales de soporte y de desarrollo de políticas de marketing directo. - Análisis de la repercusión de las nuevas tecnologías en la comercialización y comunicación de productos/servicios turísticos. - Desarrollo de técnicas de marketing directo en turismo en relación con las nuevas tecnologías. - Desarrollo de estrategias de marketing directo combinado.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Nuevas tecnologías: definición y aplicaciones. - Marketing directo: concepto, factores que influyen y tipos. - Marketing en Internet: concepto y elementos.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Curiosidad por los avances tecnológicos. - Sensibilidad ante el impacto medioambiental de las nuevas tecnologías.

CRÉDITO FORMATIVO	Caracterización del plan de marketing	Duración	30
Código	017334		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos	Nivel	3
Módulo profesional	Marketing turístico	Duración	132
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Caracterización del marketing turístico	Duración	30
	Identificación del marketing-mix. Elementos y modalidades		42
	Proceso de decisión de compra y criterios de consumismo		30

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

Criterios de evaluación:

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

CONTENIDOS

1. CARACTERIZACIÓN DEL PLAN DE MARKETING

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de la situación externa e interna de una empresa turística: entorno, competencia, mercado, situación interna. - Diagnóstico de la situación. Análisis DAFO. - Definición de los objetivos según el resultado del análisis DAFO. - Diseño de las estrategias necesarias para alcanzar los objetivos. - Descripción de las acciones concretas para llevar a cabo las estrategias, estableciendo un presupuesto para las mismas. - Presentación y promoción del plan. - Diseño de un sistema de seguimiento y control del plan de marketing.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Plan de marketing. Concepto y finalidad. - Etapas de un plan de marketing. - Relación entre el plan de marketing y otros planes empresariales e institucionales.

	- Auditoría ambiental del plan.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none">- Objetividad en el análisis de la situación.- Rigor en el diagnóstico.- Responsabilidad en el control.- Valoración de la importancia de la veracidad de los resultados.- Sensibilidad hacia la protección ambiental en la implementación del plan de marketing propuesto.

CRÉDITO FORMATIVO	Proceso de decisión de compra y criterios de consumismo	Duración	30
Código	017344		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos	Nivel	3
Módulo profesional	Marketing turístico	Duración	132
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Caracterización del marketing turístico	Duración	30
	Identificación del marketing-mix. Elementos y modalidades		42
	Caracterización del plan de marketing		30

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Reconoce el proceso de decisión de compra de las personas consumidoras analizando sus motivaciones y necesidades.

Criterios de evaluación:

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

2. Caracteriza los criterios del “consumerismo” relacionándolos con sociedad, marketing y ética.

Criterios de evaluación:

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

CONTENIDOS

1. INTERPRETACIÓN DEL PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA EN LA PERSONA CONSUMIDORA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de las necesidades y motivaciones de las personas consumidoras de productos/servicios turísticos. - Observación de los agentes implicados en el proceso de decisión de compra. - Análisis de la incidencia del Marketing en el proceso de compra.
-----------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de nuevas personas consumidoras en el sector turístico. Tendencias de consumo. - Utilización de herramientas de control de la calidad y la satisfacción de la clientela. Implementación en empresas del sector turístico.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Fases del proceso de decisión de compra. - Acciones de post-compra y fidelización.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Respeto hacia las ideas, necesidades y motivaciones de los demás

2. CARACTERIZACIÓN DE LOS CRITERIOS DE CONSUMISMO

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de la reacción y respuesta de la empresa ante el movimiento social llamado "consumerismo". - Análisis e interpretación de la normativa que regula la persona consumidora y sus derechos en la U.E. y en España: legislación genérica y específica. - Identificación de los derechos y deberes de las personas consumidoras.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Economías de mercado: concepto y críticas. - El consumerismo: concepto y evolución en España.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de la importancia de la existencia de leyes que regulen los derechos y deberes de las personas en distintos ámbitos.

CRÉDITO FORMATIVO	Geografía turística y principales destinos turísticos de España	Duración	55
Código	038313		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos	Nivel	3
Módulo profesional	Destinos turísticos	Duración	165
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Geografía turística y principales destinos turísticos de Europa	Duración	45
	Geografía turística y principales destinos turísticos del resto del mundo		65

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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.

2. 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, por tendencia o promocional.
- f) Se ha identificado la coincidencia de tipologías turísticas en un mismo destino.
- g) Se han utilizado diversas fuentes de información.

CONTENIDOS

1. GEOGRAFÍA TURÍSTICA DE ESPAÑA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de las distintas formas territoriales del Estado. - Elaboración de mapas (mudos, políticos, físicos, de flujos) que identifiquen la geografía turística de España. - Elaboración de pirámides de población en función de la organización territorial en España - Utilización de software aplicado a geografía general.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Concepto de Geografía: física, política y social, humana, etnológica, económica. - Geografía y Turismo: Geografía turística y Geografía del Turismo. - Identificación de la geografía turística de España. Organización territorial y administrativa. Concepto de Autonomía, territorio histórico, región, provincia, comarca y municipio. Características. Unidades físicas: - El estado de las autonomías: <ul style="list-style-type: none"> • Las Comunidades Autónomas del litoral: <ul style="list-style-type: none"> ○ Costa cantábrico-mediterránea. ○ Costa mediterránea-atlántica. ○ Las islas. • Las Comunidades Autónomas del interior: <ul style="list-style-type: none"> ○ El valle del Ebro. ○ Las mesetas. • El espacio administrativo y el turístico. • Los factores naturales: <ul style="list-style-type: none"> ○ Marco geográfico, relieve y el turismo. ○ El clima y el turismo. ○ La hidrografía y el turismo. ○ Paisaje, fauna y vegetación. ○ Espacios protegidos: parques nacionales y naturales. • Los factores culturales: <ul style="list-style-type: none"> ○ Espacios monumentales y museísticos, Artesanía, Fiestas y folclore, Gastronomía. • Los factores técnicos: <ul style="list-style-type: none"> ○ Red de establecimientos hoteleros y de acogida. • Infraestructuras viarias: transporte marítimo, ferroviario, por carretera. El transporte aéreo como valor turístico. - Demografía española: distribución de la población. Pirámides de población española. - Aplicaciones informáticas y otras fuentes para el estudio de la geografía turística: - GDS como sistema de información aplicado a distintos destinos (no de venta).
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Respeto por las diferentes creencias, lenguas y elementos diferenciales de las distintas comunidades autónomas. - Valoración de la pluralidad de lenguas, culturas, costumbres, ritos y creencias de las comunidades autónomas españolas.

2. DESTINOS TURÍSTICOS DE ESPAÑA

<p>procedimentales</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ubicación de destinos turísticos en su espacio geográfico. - Caracterización de los diferentes destinos turísticos españoles atendiendo a su especialización turística. - Identificación de la oferta turística más relevante en cada tipología de destinos. - Identificación de los recursos culturales, naturales y de otro tipo en los diferentes destinos. - Selección de los destinos más relevantes atendiendo a diversos factores: comercial, por tendencia o promocional. - Tipificación de coincidencia de tipologías turísticas en un mismo destino. - Utilización de diversas fuentes de información.
<p>conceptuales</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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. - Destinos gastronómicos. Rutas gastronómicas. Ecoturismo. - Grandes eventos en los destinos.
<p>actitudinales</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de la pluralidad de lenguas, culturas, costumbres, ritos y creencias de los diferentes destinos nacionales.

CRÉDITO FORMATIVO	Geografía turística y principales destinos turísticos de Europa	Duración	45
Código	038323		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos	Nivel	3
Módulo profesional	Destinos turísticos	Duración	165
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Geografía turística y principales destinos turísticos de España	Duración	55
	Geografía turística y principales destinos turísticos del resto del mundo		65

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Identifica los principales elementos de la geografía turística de Europa reconociendo la división política de los diferentes Estados, el relieve, la hidrografía y el clima.

Criterios de evaluación:

- 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.
- Se han identificado las regiones y subregiones turísticas de la OMT, ubicándolas en el espacio geográfico.
- Se ha analizado la organización política y territorial de Europa.
- Se ha identificado las principales unidades físicas de Europa.
- 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.
- Se han descrito los elementos y características más relevantes y representativos del relieve, la hidrografía y el litoral europeos.
- 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.
- Se han analizado las características más sobresalientes de las diferentes culturas y pueblos de Europa.
- Se ha valorado la pluralidad de lenguas, culturas, costumbres, ritos y creencias de los diferentes Estados de Europa.

2. Identifica los principales destinos turísticos de Europa, describiendo y valorando sus recursos y oferta turística.

Criterios de evaluación:

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

CONTENIDOS

1. GEOGRAFÍA TURÍSTICA DE EUROPA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Localización geográfica de las regiones y subregiones turísticas de la OMT. - Análisis de las unidades físicas y la organización política de Europa. - Identificación de los países comunitarios y los no comunitarios. - Caracterización del relieve, la hidrografía y el litoral europeos así como los principales espacios naturales protegidos y las características generales del clima europeo.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - La organización internacional del turismo. La OMT. Concepto y funciones. Regiones y subregiones. - Identificación de la geografía turística de Europa: organización política y territorial, países comunitarios y no comunitarios. Unidades físicas europeas: <ul style="list-style-type: none"> • Los factores naturales. • Los factores culturales. • Los factores técnicos. - Diversidad cultural europea: culturas, pueblos, lenguas. - EUROPA: características turísticas generales: <ul style="list-style-type: none"> • Europa occidental y países mediterráneos. • Europa del este y la CEI.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de la pluralidad de lenguas, culturas, costumbres, ritos y creencias de los diferentes Estados Europeos.

2. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS DE EUROPA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Ubicación de los principales destinos turísticos europeos en su espacio geográfico. - Caracterización de los principales destinos turísticos europeos atendiendo a su especialización turística. - Identificación la oferta turística más relevante en cada tipología de destinos europeos. - Identificación de los recursos culturales, naturales y de otro tipo en los diferentes destinos europeos. - Selección de los destinos europeos más relevantes atendiendo a diversos factores: comercial, por tendencia o promocional. - Tipificación de coincidencia de tipologías turísticas en un mismo destino europeo. - Utilización de diversas fuentes de información.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Destinos de sol y playa. Centros turísticos litorales, islas y archipiélagos. - Destinos culturales. Rutas culturales. - Destinos urbanos. La oferta turística en las ciudades. - Destinos rurales y de naturaleza. - Destinos de espacios lúdicos y de ocio. - Destinos deportivos (golf, esquí, náutico, ecuestre, aventura y nieve) y de salud y belleza. - Grandes eventos en los destinos europeos.

actitudinales	- Valoración de la pluralidad de lenguas, culturas, costumbres, ritos y creencias de los diferentes destinos europeos

CRÉDITO FORMATIVO	Geografía turística y principales destinos turísticos del resto del mundo	Duración	65
Código	038333		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos	Nivel	3
Módulo profesional	Destinos turísticos	Duración	165
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Geografía turística y principales destinos turísticos de España	Duración	55
	Geografía turística y principales destinos turísticos de Europa		45

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

Criterios de evaluación:

- 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.
- Se han identificado las regiones y subregiones turísticas de la OMT, ubicándolas en el espacio geográfico.
- Se ha analizado la organización política y territorial del resto del mundo.
- Se ha identificado las principales unidades físicas del resto del mundo.
- Se han descrito los elementos y características más relevantes y representativos del relieve, la hidrografía y el litoral del resto del mundo.
- Se han analizado las características más sobresalientes de las diferentes culturas y pueblos del resto del mundo.
- Se ha valorado la pluralidad de lenguas, culturas, costumbres, ritos y creencias de los diferentes Estados del resto del mundo.
- Se han descrito las características más relevantes de relieve, hidrografía, vegetación, clima y diversidad cultural del resto de regiones y subregiones del mundo.

2. Identifica los principales destinos turísticos del resto del mundo, describiendo y valorando sus recursos y oferta turística.

Criterios de evaluación:

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

CONTENIDOS

1. GEOGRAFÍA TURÍSTICA DEL RESTO DEL MUNDO

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Localización geográfica de las regiones y subregiones turísticas de la OMT. - Análisis de las unidades físicas y la organización política de Europa. - Identificación de los países comunitarios y los no comunitarios. - Caracterización del relieve, la hidrografía, el litoral, así como los principales espacios naturales protegidos y las características generales del clima de los países del resto del mundo (excepto Europa).
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - La organización internacional del turismo. La OMT. Concepto y funciones. Regiones y subregiones. - Identificación de la geografía turística del resto del mundo: organización política y territorial, continentes y países que los forman. Unidades físicas del resto del mundo: <ul style="list-style-type: none"> • Los factores naturales. • Los factores culturales. • Los factores técnicos. - Diversidad cultural mundial: 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: <ul style="list-style-type: none"> • ORIENTE PROXIMO Y NORTE DE AFRICA. • AMERICA: <ul style="list-style-type: none"> ○ Estados Unidos y Canadá. ○ México, Centroamérica. ○ América del sur. • ASIA: <ul style="list-style-type: none"> ○ El sur de Asia. ○ El suroeste asiático. ○ El noroeste asiático. • AFRICA. • AUSTRALIA Y NUEVA ZELANDA. • ISLAS Y ARCHIPIELAGOS: <ul style="list-style-type: none"> ○ Pacífico. - Índico.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Respeto por las diferentes razas, creencias y elementos diferenciadores de los distintos países del mundo.

2. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS DEL RESTO DEL MUNDO

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Ubicación de los principales destinos turísticos internacionales en su espacio geográfico. - Caracterización de los principales destinos turísticos internacionales atendiendo a su especialización turística. - Identificación la oferta turística más relevante en cada tipología de destinos internacionales.
-----------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de los recursos culturales, naturales y de otro tipo en los diferentes destinos internacionales. - Selección de los destinos internacionales más relevantes atendiendo a diversos factores: comercial, por tendencia o promocional. - Tipificación de coincidencia de tipologías turísticas en un mismo destino internacional. - Utilización de diversas fuentes de información.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Destinos de sol y playa. Centros turísticos litorales, islas y archipiélagos. - Destinos culturales. Rutas culturales. - Destinos urbanos. La oferta turística en las ciudades. - Destinos rurales y de naturaleza. - Destinos de espacios lúdicos y de ocio. - Destinos deportivos (golf, esquí, náutico, ecuestre, aventura y nieve) y de salud y belleza. - Grandes eventos en los destinos internacionales.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de la pluralidad de lenguas, culturas, costumbres, ritos y creencias de los diferentes destinos internacionales.

CRÉDITO FORMATIVO	Identificación de los recursos turísticos del territorio. Legislación	Duración	30
Código	038414		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos	Nivel	3
Módulo profesional	Recursos turísticos	Duración	165
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Identificación, interpretación y análisis del patrimonio histórico-artístico y sociocultural de España	Duración	70
	Patrimonio rural y paisajístico		35
	Interpretación global del patrimonio		30

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

Criterios de evaluación:

- Se han detectado los recursos turísticos más destacados de cada CC.AA.
- Se han clasificado atendiendo a las tipologías y empleando la legislación vigente en cada caso.
- Se ha determinado el tipo de recurso del que se trata y explicado atendiendo a sus peculiaridades y a la singularidad.
- 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.
- Se ha definido cuál es la protección legal e institucional existente para los diferentes recursos.
- Se han reconocido los organismos e instituciones para la tutela de los recursos.
- Se ha definido el proceso de petición para solicitar la declaración de un recurso en relación a su tipología y características.
- Se han recabado los documentos necesarios para solicitar la catalogación de un bien o recursos de la forma más adecuada.
- Se han clasificado los distintos tipos de espacios naturales protegidos y no protegidos (litoral, montaña, espacios húmedos y otros).
- Se han definido las características de las diferentes clasificaciones legales existentes.
- Se ha definido cuál es la protección legal e institucional del patrimonio natural: organismos e instituciones en la tutela del patrimonio, acuerdos y convenios internacionales, normativa de la Unión Europea.

CONTENIDOS

1. IDENTIFICACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS DEL TERRITORIO Y NORMATIVA APLICABLE

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Interpretación de la legislación vigente, tanto europea como española, referente al reconocimiento, protección y mantenimiento de los recursos turísticos. - Detección, tipificación y clasificación de los recursos turísticos del territorio, atendiendo a sus peculiaridades y singularidad. - Diseño y manejo de bases de datos de recursos turísticos, según zonas y tipologías. - Definición del proceso para la solicitud de declaración de un recurso turístico y elaboración de la documentación necesaria para su catalogación. - Clasificación de los distintos tipos de espacios naturales.
-----------------	---

conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos turísticos: definición, clasificación y tipología. - Legislación europea y española referente a los recursos turísticos, a su protección, mantenimiento y reconocimiento: <ul style="list-style-type: none"> • Ley 6/1994, de 16 de marzo, de Ordenación del Turismo. • Ley 16/2008, de 23 de diciembre, de Modificación de la Ordenación del Turismo. - Organismos e instituciones para la tutela de los recursos turísticos. - Recursos naturales y paisajísticos: concepto y normativa: <ul style="list-style-type: none"> • Ley 4/1989 de 27 de marzo, de conservación de los Espacios Naturales y de la Flora y Fauna Silvestres. - Los espacios naturales protegidos españoles y su normativa: <ul style="list-style-type: none"> • Real Decreto 1083/1999 de 26 de noviembre, por el que se aprueba el Plan Director de la Red de Parques Nacionales. • Ley Orgánica 16/2007, de 13 de diciembre, complementaria de la Ley para el desarrollo sostenible del medio rural.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Interés por realizar una planificación metódica de las tareas a realizar, con previsión de las dificultades y el modo de superarlas. - Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de una tarea.

CRÉDITO FORMATIVO	Identificación, interpretación y análisis del patrimonio histórico-artístico y sociocultural de España	Duración	70
Código	038424		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos	Nivel	3
Módulo profesional	Recursos turísticos	Duración	165
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Identificación de los recursos turísticos del territorio. Legislación	Duración	30
	Patrimonio rural y paisajístico		35
	Interpretación global del patrimonio		30

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- Se han identificado los objetivos y los elementos clave para clasificar los distintos tipos de patrimonio histórico y cultural.
- Se han elaborado fichas que identifiquen los recursos y sus descripciones más adecuadas para clasificar la tipología del recurso y la importancia del mismo.
- 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.
- Se han diseñado fórmulas para clasificar e interpretar otro tipo de recursos como gastronomía, museos, etnografía, etnología y tradiciones de las localidades.
- Se han clasificado las fiestas tradicionales de las distintas comunidades y se han diferenciado las de interés turístico Internacional, nacional y las que se celebran en CC.AA.
- Se han identificado los principales museos y centros culturales del territorio nacional, así como los contenidos genéricos de los mismos.

CONTENIDOS

1. INTERPRETACIÓN DE LOS CONCEPTOS BÁSICOS DEL ARTE

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de los aspectos básicos del arte universal. - Identificación de las principales manifestaciones artísticas en España.
-----------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> - Reconocimiento de los prototipos artísticos que constituyen los modelos universales y nacionales, así como las características técnicas y culturales de cada estilo. - Localización de las principales manifestaciones artísticas tanto de pintura, como escultura y arquitectura. - Reconocimiento de centros culturales de interés con actividad turística.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Pintura, escultura, arquitectura y otras manifestaciones artísticas: conceptos básicos. - Diferentes movimientos y estilos artísticos en España.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Curiosidad por descubrir la evolución histórica del arte y sus diferentes movimientos o tendencias, y su relación con la actividad turística.

2. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DEL PATRIMONIO HISTÓRICO-ARTÍSTICO Y SOCIOCULTURAL DE ESPAÑA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de los objetivos y elementos clave para la clasificación de los distintos tipos de patrimonio histórico y cultural. - Elaboración de fichas identificativas de cualquier tipo de recurso turístico (arquitectura, pintura, gastronomía, tradiciones, fiestas...), que permitan su clasificación según tipo e importancia del recurso.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Lugares declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en España. - Patrimonio histórico-artístico y sociocultural de España: <ul style="list-style-type: none"> • Patrimonio y bienes patrimoniales. • Museos y otros centros culturales. • Fiestas y declaraciones de interés turístico regional, nacional e internacional. Normativa. • Gastronomía. Productos típicos. • Enología. Denominaciones de origen. • Etnografía y artesanía. • Música popular, danza y otras expresiones culturales. • Arquitectura popular de la CC.AA. • Patrimonio natural y paisajístico. - Patrimonio artístico y cultural en Euskadi.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer pautas de compromiso ético con los valores de conservación y defensa del patrimonio cultural de una sociedad.

CRÉDITO FORMATIVO	Patrimonio rural y paisajístico	Duración	35
Código	038434		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos	Nivel	3
Módulo profesional	Recursos turísticos	Duración	165
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Identificación de los recursos turísticos del territorio. Legislación	Duración	30
	Identificación, interpretación y análisis del patrimonio histórico-artístico y sociocultural de España		70
	Interpretación global del patrimonio		30

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

Criterios de evaluación:

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

CONTENIDOS

1. PATRIMONIO RURAL Y PAISAJÍSTICO

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de los objetivos y elementos clave para la clasificación de los distintos tipos de recursos naturales y paisajísticos. - Clasificación de los distintos tipos de espacios naturales. - Proposición de métodos para la sensibilización del visitante y prevención de conflictos en la relación turismo-naturaleza. - Utilización de sistemas de información geográfica para la planificación y uso de los recursos naturales para uso turístico.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos naturales y paisajísticos: concepto y normativa: <ul style="list-style-type: none"> • Ley 4/1989 de 27 de marzo, de conservación de los Espacios Naturales y de la Flora y Fauna Silvestres. - Los espacios naturales protegidos españoles y su normativa: <ul style="list-style-type: none"> • Real Decreto 1083/1999 de 26 de noviembre, por el que se aprueba el Plan Director de la Red de Parques Nacionales. • Ley Orgánica 16/2007, de 13 de diciembre, complementaria de la Ley para el

	<p>desarrollo sostenible del medio rural.</p> <ul style="list-style-type: none">- Programas europeos de ayuda al patrimonio natural y paisajístico:- Recursos paisajísticos y espacios naturales en Euskadi.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none">- Respeto a las medidas para el mantenimiento del medio ambiente.- Aceptación de las pautas de compromiso ético establecidas sobre los valores de conservación y defensa del patrimonio medio-ambiental de una sociedad.

CRÉDITO FORMATIVO	Interpretación global del patrimonio	Duración	30
Código	038444		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos	Nivel	3
Módulo profesional	Recursos turísticos	Duración	165
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Identificación de los recursos turísticos del territorio. Legislación	Duración	30
	Identificación, interpretación y análisis del patrimonio histórico-artístico y sociocultural de España		70
	Patrimonio rural y paisajístico		35

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

Criterios de evaluación:

- Se han establecido los métodos más adecuados para llevar a cabo la interpretación.
- Se han caracterizado los diferentes sistemas de interpretación en función del tipo de recurso que se explique o sobre el que se intervenga.
- Se ha realizado la planificación interpretativa, según el nivel de actuación y en función a las diferentes fases.
- Se han identificado de forma correcta las fases de una planificación interpretativa.
- 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.
- Se han definido los métodos de evaluación y control en la interpretación.
- Se han diseñado los correspondientes cuestionarios de satisfacción.

CONTENIDOS

1. INTERPRETACIÓN GLOBAL DEL PATRIMONIO HISTÓRICO, ARTÍSTICO Y SOCIOCULTURAL

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Establecimiento de métodos para realizar la interpretación del patrimonio histórico, artístico y sociocultural: <ul style="list-style-type: none"> • Visitas guiadas al propio recurso turístico, museos, centros de interpretación... - Caracterización de los diferentes sistemas de interpretación según el tipo de recurso a explicar: <ul style="list-style-type: none"> • De viva voz, audioguías, paneles explicativos... - Realización de la planificación interpretativa según el nivel de actuación. - Descripción de las distintas maneras de llevar a cabo una interpretación de recursos, por ejemplo, mediante rutas, publicaciones interpretativas, señales y carteles, exhibiciones, medios audiovisuales, y centros de visitantes. - Definición de métodos de evaluación y control en la interpretación. - Diseño de cuestionarios de satisfacción.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Métodos para dar a conocer el legado natural y cultural al público visitante: <ul style="list-style-type: none"> • Visita guiada.

	<ul style="list-style-type: none"> • Museos. • Centros de interpretación. • Publicaciones. • Etc. <p>- La interpretación del patrimonio como medio de gestión.</p>
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de la tarea profesional como parte esencial del proceso tecnológico en el que está inscrita. - Interés por la producción de soluciones técnicas ante problemas que se presenten y también como elementos de mejora del proceso.

CRÉDITO FORMATIVO	Análisis y coordinación de los viajes combinados	Duración	30
Código	039713		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos	Nivel	3
Módulo profesional	Gestión de productos turísticos	Duración	140
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Diseño y cotización de viajes combinados	Duración	80
	El mercado de eventos		30

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

Criterios de evaluación:

- Se han definido y clasificado los viajes combinados atendiendo a diferentes parámetros.
- Se ha reconocido y analizado la normativa aplicable a los viajes combinados.
- Se han descrito los servicios turísticos principales y accesorios que conforman los viajes combinados.
- Se han identificado y descrito los elementos, contenidos y cláusulas que deben contener los programas y contratos de viajes combinados.
- 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.
- 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.
- Se han analizado las condiciones para la elección de los proveedores de servicios.
- Se han caracterizado las condiciones de los acuerdos/convenios entre prestatario del servicio y organizador.
- Se han descrito y analizado las funciones que deben desempeñar las agencias receptoras y los corresponsales.
- Se ha analizado el mercado de viajes combinados, las tendencias actuales y previsiones de este tipo de producto turístico.

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

Criterios de evaluación:

- Se han identificado y definido las fases y procesos de la operación y reserva de los viajes combinados.
- Se han reconocido las operaciones de reservas de transporte, alojamiento y otros servicios complementarios.
- Se ha determinado la coordinación de la prestación del servicio con los proveedores.
- Se ha caracterizado y analizado la documentación requerida para la prestación de los servicios.
- Se han utilizado aplicaciones informáticas para la gestión y reserva de servicios.

CONTENIDOS

1. ANÁLISIS DE LOS VIAJES COMBINADOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de la normativa aplicable a los viajes combinados. - Descripción de los distintos servicios que conforman un viaje combinado.
-----------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de las condiciones para la elección de los proveedores o las proveedoras de servicios. - Análisis del mercado de viajes combinados, tendencias y previsiones.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - El viaje combinado. Concepto, tipología y normativa: <ul style="list-style-type: none"> • Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y Otras Leyes Complementarias: Libro cuarto: Viajes combinados. - El organizador del viaje combinado: tipología y funciones. - Los intermediarios en el viaje combinado: tipología y funciones. - Relaciones profesionales, económicas y contractuales entre organizadores e intermediarios del viaje combinado. - Las agencias receptoras y los corresponsales: definición y funciones.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Interés por la evolución de las tendencias turísticas actuales. - Respeto por el cumplimiento de la legislación vigente.

2. COORDINACIÓN DE LOS VIAJES COMBINADOS CON LOS PRESTATARIOS DE LOS SERVICIOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Definición de las fases y procesos de la operación y reserva de los viajes combinados. - Reconocimiento de las operaciones de reservas de transporte, alojamiento y otros servicios complementarios. - Determinación de la coordinación con los proveedores o las proveedoras y las agencias receptoras para la prestación del servicio. - Análisis y cumplimentación de la documentación necesaria para la prestación del servicio. - Utilización de aplicaciones informáticas para la gestión y reserva de los servicios turísticos.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Operativa de reserva de los distintos servicios que conforman un viaje combinado: <ul style="list-style-type: none"> • GDS. • Centrales de reservas. • Teléfono, fax. • Internet. • Otros medios. - Documentación: tipo, finalidad y emisión.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Interés por las técnicas de atención y servicio al cliente. - Reconocimiento de diferentes formas de comunicación interpersonal según la situación en que se produce. - Reconocimiento del potencial de las nuevas tecnologías como elementos de consulta y apoyo.

CRÉDITO FORMATIVO	Diseño y cotización de viajes combinados	Duración	80
Código	039723		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos	Nivel	3
Módulo profesional	Gestión de productos turísticos	Duración	140
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Análisis y coordinación de los viajes combinados	Duración	30
	El mercado de eventos		30

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

Criterios de evaluación:

- Se han aplicado técnicas de investigación de mercado previas al diseño de viajes combinados.
- Se ha justificado la selección de los componentes principales y accesorios de los viajes combinados.
- Se han definido las condiciones y acuerdos de la negociación con proveedores en base a diferentes criterios.
- 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.
- 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.
- Se han cumplimentado los documentos relativos al diseño y cotización de los viajes combinados.
- Se han utilizado aplicaciones informáticas específicas para la búsqueda de información, el diseño y la cotización de viajes combinados.
- Se han tenido en cuenta los aspectos relacionados con la atención al cliente y la gestión de la calidad.

CONTENIDOS

1. DISEÑO Y COTIZACIÓN DE VIAJES COMBINADOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicación de técnicas de investigación de mercados previas al diseño de un viaje combinado. - Diseño de un viaje combinado, analizando y justificando los distintos elementos que intervienen en el mismo. - Cumplimentación de documentación relativa al diseño de un viaje combinado. - Utilización de aplicaciones informáticas para la búsqueda de información, el diseño y la cotización del viaje combinado.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño de viajes combinados: <ul style="list-style-type: none"> • Componentes. Fases y secuenciación. • Selección de proveedores. La negociación. • Cotización de los servicios: <ul style="list-style-type: none"> ○ Precios. ○ Tarifas, condiciones especiales, descuentos, gratuidades y otros. ○ Impuestos y tasas. ○ Costes, margen de beneficio y punto muerto.

	<ul style="list-style-type: none">○ Cálculo del precio de venta final.• Documentación derivada del diseño y cotización de los viajes combinados: programa-oferta, contrato de viaje combinado, bonos valorados, bonos de servicios, etc. <p>- La calidad en el viaje combinado. La atención al cliente.</p>
actitudinales	<ul style="list-style-type: none">- Respeto por los criterios establecidos para la atención al cliente y la gestión de la calidad.- Interés por la planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y modo de superarlas.- Reconocimiento del potencial de las nuevas tecnologías como elementos de consulta y apoyo.

CRÉDITO FORMATIVO	El mercado de eventos	Duración	30
Código	039733		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos	Nivel	3
Módulo profesional	Gestión de productos turísticos	Duración	140
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Análisis y coordinación de los viajes combinados	Duración	30
	Diseño y cotización de viajes combinados		80

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- 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 o las asistentes, las instalaciones y los 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 o proveedoras y personal contratado.
- j) Se han tenido en cuenta los aspectos relacionados con la atención al cliente y la gestión de la calidad.

CONTENIDOS

1. IDENTIFICACIÓN DEL MERCADO DE EVENTOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Descripción de los distintos tipos de eventos y los servicios que se suelen requerir en cada uno de ellos. - Análisis de la oferta turística necesaria para el desarrollo de los mismos. - Descripción de las funciones de los distintos tipos de empresas que intervienen en la captación de eventos, así como de los patrocinadores y entidades colaboradoras. - Análisis del actual mercado de eventos y de su previsible evolución. - Valoración del impacto económico y social que suponen los eventos en los destinos especializados. - Utilización de sistemas informáticos para la búsqueda de información relativa a los distintos tipos de eventos.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Los eventos: <ul style="list-style-type: none"> • Tipología y servicios que demandan. • Conceptos. • Funciones. - La oferta turística necesaria para el desarrollo de eventos. - La captación de eventos: las empresas intervinientes y organismos intervinientes (por ejemplo: Convention Bureau), los patrocinadores y las entidades colaboradoras.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Interés por la evolución de las tendencias turísticas actuales. - Valoración de la importancia económica del turismo.

2. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de un proyecto de evento, atendiendo a sus distintas fases: <ul style="list-style-type: none"> • Definición de las funciones de la organización contratante y del organizador del evento. • Establecimiento y selección de las necesidades de recursos humanos, equipos técnicos y material necesario según tipo de evento. • Elaboración de presupuestos. • Coordinación para la prestación de los servicios con proveedores o proveedoras,
-----------------	---

	<p>personal de asistencia y clientela.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis de medidas de seguridad previstas en casos de emergencias en espacios y locales cerrados. • Gestión de la documentación del evento.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - La organización de eventos: <ul style="list-style-type: none"> • Fases y metodología para su desarrollo. • Recursos humanos, técnicos y materiales. Selección de proveedores o proveedoras y de personal. • Cálculo de costes: presupuestos, valoración y margen de beneficios. • Formalización de la documentación. • Plan de seguridad.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Disposición e iniciativa personal para la innovación en los medios materiales y en la organización de los procesos. - Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas y perseverancia ante las dificultades.

3. SUPERVISIÓN DE EVENTOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Asignación de funciones y ubicación del personal contratado para la realización del evento. - Supervisión de la ubicación y funcionamiento de los materiales y equipos técnicos necesarios para la realización del evento. - Definición de los distintos soportes publicitarios a utilizar durante el evento y su ubicación. - Gestión de la documentación del evento. - Reconocimiento y aplicación de normas de protocolo y atención a la clientela. - Elaboración de documentación para la realización de los distintos cobros y pagos generados por el evento.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - La coordinación y el control del evento: <ul style="list-style-type: none"> • Personal. Funciones y ubicación. • Equipos técnicos, mobiliario y material diverso. • Documentación del evento: credenciales, carpetas y otros. • Aplicación de normas de protocolo en diversos tipos de actos. • Procedimientos de atención durante el evento. • Soportes publicitarios e informativos. - Pago a proveedores o proveedoras y personal contratado. Facturación a la clientela. - La calidad en los servicios de eventos.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Respeto por las normas protocolarias en la organización de actos. - Respeto por los criterios para la atención al cliente y la gestión de la calidad.

CRÉDITO FORMATIVO	Tipología de los servicios en las agencias de viaje. Operaciones de venta y post-venta	Duración	30
Código	039813		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos	Nivel	3
Módulo profesional	Venta de servicios turísticos	Duración	140
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Sistemas globales de distribución	Duración	80
	Aplicación de técnicas de venta		30

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

CONTENIDOS

1. TIPOLOGÍA DE LOS SERVICIOS EN LAS AGENCIAS DE VIAJE

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación y caracterización de los distintos medios de transporte susceptibles de ser vendidos en las agencias de viajes. - Identificación de los principales proveedores o proveedoras de transporte y los productos/servicios que ofertan. - Análisis de las principales tarifas y las condiciones del servicio, así como los impuestos y tasas que se les aplican. - Interpretación de la normativa vigente aplicable al transporte de personas en diversos medios. - Identificación y caracterización de los servicios/productos que ofertan y las tarifas que se aplican en el alojamiento turístico. - Interpretación de la normativa básica de regulación de alojamientos turísticos. - Caracterización de la venta de viajes combinados, así como los principales proveedores o proveedoras y productos del mercado. - Caracterización de otros servicios susceptibles de ser vendidos en las agencias de viajes, sus tarifas y condiciones. - Análisis de la venta de servicios turísticos a través de Internet y la función de las agencias virtuales.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Intermediación en la venta del transporte: <ul style="list-style-type: none"> • Tipología y caracterización. • Proveedores. Productos y servicios que ofertan. • Frecuencia y disponibilidad. Localizadores. • Principales tarifas. Condiciones del transporte. • Impuestos, tasas y recargos. • Normativa vigente del transporte: <ul style="list-style-type: none"> ○ Convenios —Montreal, Varsovia, Chicago— y reglamentos. ○ Organismos nacionales-internacionales de Transporte. • Derechos y deberes de usuarios y transportistas. - Intermediación en la venta de alojamiento turístico:

	<ul style="list-style-type: none"> • Tipología. Productos y servicios que ofertan. Disponibilidad. Tarifas. • Normativa vigente. <ul style="list-style-type: none"> - Intermediación en la venta de viajes combinados: <ul style="list-style-type: none"> • Principales productos y proveedores o proveedoras. - Intermediación en la venta de otros servicios turísticos: <ul style="list-style-type: none"> • Caracterización, tarifas y condiciones. • Seguros de viajes. • Contratación de guías. - Venta por Internet. Agencias virtuales (on-line o no-presenciales)
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Rigor en la comunicación para captar y transmitir lo que la clientela demanda, cuidando además la imagen personal, empresarial e incluso del producto. - Capacidad de innovación y creación de nuevos servicios y productos. - Voluntad de servicio en lo que se refiere a paciencia, amabilidad e ingenio para resolver las distintas situaciones que presente la clientela.

2. VENTA DE SERVICIOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación y caracterización de las diversas fuentes de información utilizadas en la venta de servicios/productos en agencias de viajes. - Obtención de información sobre servicios/productos, sus condiciones específicas, tarifas y sobre destinos. - Asesoramiento a la clientela sobre aspectos generales y específicos del producto/servicio o destino. - Caracterización y aplicación de los procesos de reserva y confirmación de servicios turísticos. - Descripción del procedimiento en caso de no-confirmación y se ofrecen otras alternativas. - Seguimiento del protocolo establecido para la cumplimentación y archivo de la documentación. - Identificación y aplicación de la normativa vigente. - Aplicación de sistemas informáticos, terminales y sistemas globales de distribución para la gestión de reservas. - Identificación de los parámetros de calidad del servicio de atención al cliente en las agencias de viajes.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Fuentes de información para la venta de los servicios en agencias de viajes. Tipología y uso. - Información y asesoramiento de servicios/productos y destinos. - Reserva de productos/servicios. Sistemas de reservas: <ul style="list-style-type: none"> • Procedimiento de reserva y confirmación. • No-confirmación. Alternativas. - Registro de datos. Soportes documentales. Procedimiento de uso y archivo. - Normativa vigente. - Equipos informáticos, terminales y GDS. - La calidad en la venta de servicios en agencias viajes.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicación de técnicas de comunicación y atención al cliente específicas para la venta de servicios en agencias de viajes.

	<ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidad en la toma de decisiones rápidas ante la clientela por cambios en los deseos o servicios demandados por ésta.
--	---

3. OPERACIONES DE CIERRE Y POST-VENTA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Caracterización de los diferentes tipos de documentos emitidos por las agencias para los prestatarios de los servicios. - Gestión y emisión de la documentación relativa a la venta de los servicios/productos turísticos. - Formalización del procedimiento de facturación de los servicios y emisión de la documentación relacionada. - Caracterización de diversos sistemas y formas de cobro de servicios. - Análisis de las variables que influyen en la política de crédito, teniendo en cuenta los posibles riesgos. - Identificación del procedimiento para la gestión de cancelaciones teniendo en cuenta la normativa vigente. - Caracterización de la información/instrucciones previas al viaje o servicio. - Identificación de los procesos relativos a la post-venta y a la fidelización de la clientela. - Aplicación de sistemas informáticos, terminales y sistemas globales de distribución para la emisión de la documentación.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Documentos para prestación de servicios. Tipología. - Sistemas y formas de cobro de servicios. Políticas de crédito. - Procedimiento de emisión: <ul style="list-style-type: none"> • Documentos de venta. Tipología. Funciones. • Bonos, billetes, pasajes y títulos de transporte. • Instrucciones previas al servicio/viaje. - Cancelaciones, reemisiones y/o reembolsos. Procedimiento. Aplicación de la normativa. - Procesos post-venta y valoración desde un punto de vista comercial y de fidelización: <ul style="list-style-type: none"> • Quejas y reclamaciones. Tipologías. Tratamientos. • Procedimientos de seguimiento y fidelización de la clientela. - Aplicaciones informáticas, terminales y GDS. - Procedimiento de facturación. - Software de Gestión para Agencias de Viajes.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Cumplimiento de la normativa vigente sobre protección de datos (sobre todo en el uso de tarjetas de crédito). - Valoración del lenguaje tanto verbal como no verbal, en información/instrucciones previas, durante y posteriores al viaje o servicio. - Respeto al medio ambiente, reduciendo o eliminando toda información superflua en soporte papel.

CRÉDITO FORMATIVO	Sistemas globales de distribución	Duración	80
Código	039823		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos	Nivel	3
Módulo profesional	Venta de servicios turísticos	Duración	140
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Tipología de los servicios en las agencias de viaje. Operaciones de venta y post-venta	Duración	30
	Aplicación de técnicas de venta		30

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

Criterios de evaluación:

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

CONTENIDOS

1. SISTEMAS GLOBALES DE DISTRIBUCIÓN	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Reconocimiento de los principales sistemas globales de distribución. - Aplicación de los principales sistemas globales de distribución.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Sistemas globales de distribución: aplicación a la tipología de intermediación de productos turísticos: <ul style="list-style-type: none"> • Reservas. • Tarifas. • Billetes • Cancelación. • Reemisiones.

	<ul style="list-style-type: none">• Reembolsos.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none">- Rigor en la comunicación para captar y transmitir lo que la clientela demanda, cuidando además la imagen personal, empresarial e incluso del producto.- Capacidad de innovación y creación de nuevos servicios y productos.- Voluntad de servicio en lo que se refiere a paciencia, amabilidad e ingenio para resolver las distintas situaciones que presente la clientela.

CRÉDITO FORMATIVO	Aplicación de técnicas de venta	Duración	30
Código	039833		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos	Nivel	3
Módulo profesional	Venta de servicios turísticos	Duración	140
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Tipología de los servicios en las agencias de viaje. Operaciones de venta y post-venta.	Duración	30
	Sistemas globales de distribución		80

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

Criterios de evaluación:

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

CONTENIDOS

1. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Reconocimiento de las distintas tipologías de clientes, así como sus necesidades y motivaciones en la compra de servicios turísticos. - Identificación de los principios básicos de las técnicas de venta en las agencias de viajes. - Reconocimiento de los procesos en las distintas etapas de la venta de servicios/productos en las agencias de viajes. - Descripción del proceso de la negociación, aplicando las técnicas apropiadas. - Enumeración de los métodos para la venta telefónica. - Valoración de la aplicación de técnicas de ventas como instrumento de la gestión comercial de las agencias de viajes.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - La clientela. Tipología. Necesidades y motivos de compra. - Técnicas de venta. Principios básicos. Etapas: <ul style="list-style-type: none"> • Elementos de la comunicación comercial aplicada. Comunicación verbal y no-verbal. • Generación de confianza en la clientela. • Indagación de necesidades y deseos de la clientela.

	<ul style="list-style-type: none">• Presentación del producto/servicio.- La negociación. Proceso y técnicas.- Venta telefónica.- Valoración de la importancia de las técnicas de venta en la gestión comercial de las agencias de viajes.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none">- Respeto hacia las necesidades y motivaciones de los demás.- Inquietud por la mejora y actualización constante.- Motivación y disfrute con el trabajo que se ejerce.

CRÉDITO FORMATIVO	Caracterización y organización de las entidades de intermediación turística	Duración	32
Código	039913		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos	Nivel	3
Módulo profesional	Dirección de entidades de intermediación turística	Duración	140
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Gestión económico-administrativa de las entidades de intermediación turística	Duración	76
	Los RRHH en las entidades de intermediación turística y la calidad en los servicios		32

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- 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.
- Se han descrito los sistemas y los tipos de organización empresarial propios de las empresas del sector.
- Se han definido las estructuras organizativas propias de las empresas de intermediación turística.
- Se han caracterizado las áreas y/o departamentos y las relaciones que existen entre ellos.
- Se han diseñado diferentes organigramas atendiendo a diferentes tipologías y características de empresas de intermediación turística.
- Se han descrito las funciones, responsabilidades y tareas a desempeñar en los distintos puestos de trabajo.
- Se ha definido el concepto de planificación empresarial.
- Se han establecido las etapas del proceso de planificación.
- Se ha valorado la importancia de la planificación como herramienta de la gestión empresarial.

CONTENIDOS

1. CARACTERIZACIÓN DE ENTIDADES DE INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Clasificación las agencias de viajes según la normativa vigente, caracterizando las funciones que realizan. - Análisis de los requisitos específicos para su funcionamiento. - Caracterización de otras tipologías de agencias de viajes atendiendo a su especialización y a los servicios que ofertan. - Caracterización de las funciones de los diferentes tipos de entidades de intermediación turística.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Agencias de viajes. Concepto. Evolución histórica. Clasificación legal. - Requisitos específicos para su funcionamiento. - Agencias de viajes especializadas. Servicios que ofertan. Las franquicias. - Otras figuras de intermediación y gestión de servicios y productos turísticos. - Centrales de reservas. GDS's. - Normativa europea, nacional y autonómica aplicable a la actividad de intermediación de servicios turísticos. - Deontología profesional. - Manual de buenas prácticas turísticas. - Organismos y asociaciones nacionales e internacionales.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Interés por las relaciones humanas y técnicas de comunicación. - Aprendizaje autónomo.

2. ORGANIZACIÓN DE ENTIDADES DE INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de los sistemas y los tipos de organización empresarial propios de las empresas del sector. - Caracterización de las áreas, departamentos y las relaciones que existen entre ellos. - Diseño de diferentes organigramas atendiendo a diferentes tipologías y características de empresas de intermediación turística. - Descripción de las funciones, responsabilidades y tareas a desempeñar en los distintos puestos de trabajo.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Empresas de intermediación turística. Principios. - Sistemas y tipos de organización. - Estructuras organizativas. - Departamentalización o áreas. Relaciones interdepartamentales. - Diseño de organigramas. Puestos y funciones. - Aplicaciones informáticas para realizar organigramas y diagramas. - Planificación y planes empresariales. Estrategias y políticas.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de la importancia de la planificación como herramienta de la gestión empresarial.

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">- Responsabilización con el trabajo a desarrollar.- Creatividad y liderazgo.- Interés por el trabajo sistemático y organizado. |
|--|--|

CRÉDITO FORMATIVO	Gestión económico-administrativa de las entidades de intermediación turística	Duración	76
Código	039923		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos	Nivel	3
Módulo profesional	Dirección de entidades de intermediación turística	Duración	140
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Caracterización y organización de las entidades de intermediación turística	Duración	32
	Los RRHH en las entidades de intermediación turística y la calidad en los servicios		32

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

CONTENIDOS

1. CONTROL DE LA RENTABILIDAD EN ENTIDADES DE INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis del concepto de presupuesto y su función. - Clasificación y elaboración de distintos tipos de presupuestos y la aplicación de medidas correctoras. - Caracterización de la estructura financiera de las empresas de intermediación turística. - 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. - Aplicación de los procedimientos para el cálculo e imputación de costes. - Análisis de la de rentabilidad de las empresas de intermediación turística. - Cálculo e interpretación de ratios, margen de beneficio y umbral de rentabilidad. - Aplicaciones informáticas de gestión económico-financiera. Hoja de cálculo: funciones económicas-financieras.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Concepto de gestión económica y financiera en las empresas de intermediación turística. - El patrimonio. Concepto. Elementos y masas patrimoniales. - Cobros y Pagos. Periodificación contable. Principio de “Caja” frente a “Cuenta de Resultados”. - Presupuestos. Tipos. Elaboración de presupuestos. Control, desviaciones y medidas correctoras. - Financiación. Estructura financiera de la empresa. Fuentes de financiación. - Fuentes externas: créditos y préstamos bancarios. - Los costes. Tipos. Cálculo e imputación de costes derivados de la gestión de empresas de intermediación turística.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de la utilización de aplicaciones informáticas. - Interés por el trabajo sistemático y organizado.

REALIZACIÓN DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Formalización de la documentación relativa a la gestión administrativa de la clientela y proveedores o proveedoras. - Análisis de la normativa fiscal y el régimen especial de las agencias de viajes. - Cálculo y liquidación del IVA. - Gestión administrativa de las incidencias. - Identificación de los procedimientos de aprovisionamiento, inventario y control de documentos internos y de proveedores o proveedoras de servicios. - Reconocimiento de diversas estrategias comerciales y de distribución de entidades de intermediación turística. - Control de caja y bancos. Análisis de la información bancaria. - Arqueo de caja diaria. - Gestión de impagos y devoluciones. - Gestión del almacén. Inventarios. Control de existencias de documentos internos y externos.
-----------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> - Gestión comercial y canales de distribución. Estrategias. - Aplicación de sistemas informáticos de gestión administrativa y comercial.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Procesos administrativos derivados de las relaciones con proveedores o proveedoras 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 la clientela. Procedimiento. Documentos.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de la importancia de los procedimientos en las operaciones con terceros: clientela, proveedores o proveedoras, instituciones financieras. - Valoración de la utilización de aplicaciones informáticas. - Iniciativa y autonomía en la ejecución de los trabajos.

CRÉDITO FORMATIVO	Los RRHH en las entidades de intermediación turística y la calidad en los servicios	Duración	32
Código	039933		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos	Nivel	3
Módulo profesional	Dirección de entidades de intermediación turística	Duración	140
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Caracterización y organización de las entidades de intermediación turística	Duración	32
	Gestión económico-administrativa de las entidades de intermediación turística		76

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. 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.
- 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.

2. 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/o 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.

CONTENIDOS

1. DIRECCIÓN DE RR.HH. EN LAS EMPRESAS DE INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de los sistemas de dirección de equipos de trabajo más apropiados en función del tipo de empresa de intermediación turística. - Diseño de turnos, horarios y planificación de las vacaciones del personal dependiendo del tipo de empresa y aplicando la normativa vigente. - Establecimiento de los métodos más idóneos para la selección de personal en función del tipo de empresa y del puesto a desempeñar. - Caracterización de las diversas estrategias relacionadas con la motivación del personal.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Dirección de equipos de trabajo: sistemas de dirección, tipos de mando y liderazgo. - Organización del personal: planificación de turnos, horarios, calendarios y otros. - Negociación laboral y gestión de conflictos. - Previsión de plantillas. - Selección de personal. Métodos. Perfiles profesionales. - Manual de empresa. Concepto, contenido y función. - La motivación. Concepto. Estrategias de incentivos a la producción: promoción y salarios. - La formación. Programas de formación. Carreras profesionales.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Motivación emprendedora en el desarrollo de procesos de RR.HH.

2. CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación del concepto de calidad y sus objetivos en el subsector de las empresas de intermediación turística. - Valoración de la aplicación de diferentes sistemas de calidad. - Reconocimiento de la aplicación de un sistema de calidad basado en las normas estandarizadas. - Determinación de 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. - Establecimiento del diseño y elaboración de los diferentes procesos de las áreas y/o departamentos. - Definición y aplicación de las herramientas de gestión de la calidad (autoevaluación, planificación de la mejora, sistemas de indicadores, sistemas de encuesta, sistemas de quejas y sugerencias). - Aplicación del sistema de gestión de calidad.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - 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. - Sellos de calidad turística: ISO, Q, etc. - Los costes de la calidad.

	- Turismo y sostenibilidad: gestión medioambiental en la empresa turística.
actitudinales	- Motivación por la calidad. - Sensibilidad hacia temas medioambientales.

CRÉDITO FORMATIVO	Orientación profesional y trabajo en equipo	Duración	30
Código	040113		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos	Nivel	3
Módulo profesional	Formación y orientación laboral	Duración	99
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Marco normativo de las relaciones laborales	Duración	30
	Prevención de riesgos		39

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

Criterios de evaluación:

- Se ha valorado la importancia de la formación permanente como factor clave para la empleabilidad y la adaptación a las exigencias del proceso productivo.
- Se han identificado los itinerarios formativo-profesionales relacionados con el perfil profesional del Título.
- Se han determinado las aptitudes y actitudes requeridas para la actividad profesional relacionada con el perfil.
- Se han identificado los principales yacimientos de empleo y de inserción laboral asociados al titulado o a la titulada.
- Se han determinado las técnicas utilizadas en el proceso de búsqueda de empleo.
- Se han previsto las alternativas de autoempleo en los sectores profesionales relacionados con el Título.
- Se ha realizado la valoración de la personalidad, aspiraciones, actitudes y formación propia para la toma de decisiones.

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:

- Se han valorado las ventajas de trabajo en equipo en situaciones de trabajo relacionadas con el perfil.
- Se han identificado los equipos de trabajo que pueden constituirse en una situación real de trabajo.
- Se han determinado las características del equipo de trabajo eficaz, frente a los equipos ineficaces.
- Se ha valorado positivamente la necesaria existencia de diversidad de roles y opiniones asumidos por los y las miembros de un equipo.
- Se ha reconocido la posible existencia de conflicto entre los y las miembros de un grupo como un aspecto característico de las organizaciones.
- Se han identificado los tipos de conflictos y sus fuentes.
- Se han determinado procedimientos para la resolución del conflicto

CONTENIDOS

1. PROCESO DE INSERCIÓN LABORAL Y APRENDIZAJE A LO LARGO DE LA VIDA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de los intereses, aptitudes y motivaciones personales para la carrera profesional. - Identificación de itinerarios formativos relacionados con el Título. - Definición y análisis del sector profesional del Título. - Planificación de la propia carrera: <ul style="list-style-type: none"> • Establecimiento de objetivos laborales, a medio y largo plazo, compatibles con necesidades y preferencias. • Objetivos realistas y coherentes con la formación actual y la proyectada. - Establecimiento de una lista de comprobación personal de coherencia entre plan de carrera, formación y aspiraciones. - Cumplimentación de documentos necesarios para la inserción laboral (carta de presentación, currículum vitae...), así como la realización de testes psicotécnicos y entrevistas simuladas.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo. - El proceso de toma de decisiones. - Proceso de búsqueda de empleo en pequeñas, medianas y grandes empresas del sector. - Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa. Europass, Ploteus.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de la importancia de la formación permanente para la trayectoria laboral y profesional del titulado o titulada. - Responsabilización del propio aprendizaje. Conocimiento de los requerimientos y de los frutos previstos. - Valoración del autoempleo como alternativa para la inserción profesional. - Valoración de los itinerarios profesionales para una correcta inserción laboral. - Compromiso hacia el trabajo. Puesta en valor de la capacitación adquirida.

2. GESTIÓN DEL CONFLICTO Y EQUIPOS DE TRABAJO

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de una organización como equipo de personas. - Análisis de estructuras organizativas. - Análisis de los posibles roles de sus integrantes en el equipo de trabajo. - Análisis de la aparición de los conflictos en las organizaciones: compartir espacios, ideas y propuestas. - Análisis de los distintos tipos de conflicto, intervinientes y sus posiciones de partida. - Análisis de los distintos tipos de solución de conflictos, la intermediación y buenos oficios. - Análisis de la formación de los equipos de trabajo.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - La estructura organizativa de una empresa como conjunto de personas para la consecución de un fin. - Clases de equipos en la industria del sector según las funciones que desempeñan. - Análisis de la formación de los equipos de trabajo. - La comunicación como elemento básico de éxito en la formación de equipos.

	<ul style="list-style-type: none"> - Características de un equipo de trabajo eficaz. - Definición de conflicto: características, fuentes y etapas del conflicto. - Métodos para la resolución o supresión del conflicto: mediación, conciliación y arbitraje.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de la aportación de las personas en la consecución de los objetivos empresariales. - Valoración de las ventajas e inconvenientes del trabajo de equipo para la eficacia de la organización. - Valoración de la comunicación como factor clave en el trabajo en equipo. - Actitud participativa en la resolución de conflictos que se puedan generar en los equipos de trabajo. - Ponderación de los distintos sistemas de solución de conflictos.

CRÉDITO FORMATIVO	Marco normativo de las relaciones laborales	Duración	30
Código	040123		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos	Nivel	3
Módulo profesional	Formación y orientación laboral	Duración	99
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Orientación profesional y trabajo en equipo	Duración	30
	Prevención de riesgos		39

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

Criterios de evaluación:

- Se han identificado los conceptos básicos del derecho del trabajo.
- Se han distinguido los principales organismos que intervienen en las relaciones entre empresarios o empresarias y trabajadores o trabajadoras.
- Se han determinado los derechos y obligaciones derivados de la relación laboral.
- Se han clasificado las principales modalidades de contratación, identificando las medidas de fomento de la contratación para determinados colectivos.
- Se han valorado las medidas establecidas por la legislación vigente para la conciliación de la vida laboral y familiar.
- Se han identificado las causas y efectos de la modificación, suspensión y extinción de la relación laboral.
- Se ha analizado el recibo de salarios, identificando los principales elementos que lo integran.
- Se han analizado las diferentes medidas de conflicto colectivo y los procedimientos de solución de conflictos.
- Se han determinado las condiciones de trabajo pactadas en un convenio colectivo aplicable a un sector profesional relacionado con el Título.
- Se han identificado las características definitorias de los nuevos entornos de organización del trabajo.

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

Criterios de evaluación:

- Se ha valorado el papel de la Seguridad Social como pilar esencial para la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía.
- Se han enumerado las diversas contingencias que cubre el sistema de la Seguridad Social.
- Se han identificado los regímenes existentes en el sistema de la Seguridad Social.
- Se han identificado las obligaciones de la figura de empresario o empresaria y trabajador o trabajadora dentro del sistema de la Seguridad Social.
- Se han identificado, en un supuesto sencillo, las bases de cotización de un trabajador o trabajadora, y las cuotas correspondientes a la figura de trabajador o trabajadora y empresario o empresaria.
- Se han clasificado las prestaciones del sistema de la Seguridad Social, identificando los requisitos.
- Se han determinado las posibles situaciones legales de desempleo.
- Se ha realizado el cálculo de la duración y cuantía de una prestación por desempleo de nivel contributivo básico.

CONTENIDOS

1. CONDICIONES LABORALES DERIVADAS DEL CONTRATO DE TRABAJO

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de fuentes del derecho laboral y clasificación según su jerarquía. - Análisis de las características de las actividades laborales reguladas por el TRLET. - Formalización y comparación, según sus características, de las modalidades de contrato más habituales. - Interpretación de la nómina. - Análisis del convenio colectivo de su sector de actividad profesional.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Fuentes básicas del derecho laboral: Constitución, Directivas comunitarias, Estatuto de los Trabajadores, Convenio Colectivo. - El contrato de trabajo: elementos del contrato, características y formalización, contenidos mínimos, obligaciones del empresario o la empresaria, medidas generales de empleo. - Tipos de contrato: indefinidos, formativos, temporales, a tiempo parcial. - La jornada laboral: duración, horario, descansos (calendario laboral y fiestas, vacaciones, permisos). - El salario: tipos, abono, estructura, pagas extraordinarias, percepciones no salariales, garantías salariales. - Deducciones salariales: bases de cotización y porcentajes, IRPF. - Modificación, suspensión y extinción del contrato. - Representación sindical: concepto de "sindicato", derecho de sindicación, asociaciones empresariales, conflictos colectivos, la huelga, el cierre patronal. - El convenio colectivo. Negociación colectiva. - Nuevos entornos de organización del trabajo: externalización, teletrabajo...
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de necesidad de la regulación laboral. - Interés por conocer las normas que se aplican en las relaciones laborales de su sector de actividad profesional. - Reconocimiento de los cauces legales previstos como modo de resolver conflictos laborales. - Rechazo de prácticas poco éticas e ilegales en la contratación de trabajadores o trabajadoras, especialmente, en los colectivos más desprotegidos. - Reconocimiento y valoración de la función de los sindicatos como agentes de mejora social.

2. SEGURIDAD SOCIAL, EMPLEO Y DESEMPLEO

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de la importancia de la universalidad del sistema general de la Seguridad Social. - Resolución de casos prácticos sobre prestaciones de la Seguridad Social
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - El sistema de la Seguridad Social: campo de aplicación, estructura, regímenes, entidades gestoras y colaboradoras. - Principales obligaciones de empresarios o empresarias y trabajadores o trabajadoras en materia de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización.

	<ul style="list-style-type: none"> - Acción protectora: asistencia sanitaria, maternidad, incapacidad temporal y permanente, lesiones permanentes no invalidantes, jubilación, desempleo, muerte y supervivencia. - Clases, requisitos y cuantía de las prestaciones. - Sistemas de asesoramiento de los trabajadores y de las trabajadoras respecto a sus derechos y deberes.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Reconocimiento del papel de la Seguridad Social en la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía. - Rechazo hacia las conductas fraudulentas, tanto en cotización como en las prestaciones de la Seguridad Social.

CRÉDITO FORMATIVO	Prevención de riesgos	Duración	39
Código	040133		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos	Nivel	3
Módulo profesional	Formación y orientación laboral	Duración	99
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Orientación profesional y trabajo en equipo	Duración	30
	Marco normativo de las relaciones laborales		30

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. 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:

- Se ha valorado la importancia de la cultura preventiva en todos los ámbitos y actividades de la empresa.
- Se han relacionado las condiciones laborales con la salud del trabajador o trabajadora.
- Se han clasificado los factores de riesgo en la actividad y los daños derivados de los mismos.
- Se han identificado las situaciones de riesgo más habituales en los entornos de trabajo asociados al perfil profesional del Título.
- Se ha determinado la evaluación de riesgos en la empresa.
- Se han determinado las condiciones de trabajo con significación para la prevención en los entornos de trabajo relacionados con el perfil profesional.
- 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.

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

Criterios de evaluación:

- Se han determinado los principales derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.
- 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.
- Se han determinado las formas de representación de los trabajadores y de las trabajadoras en la empresa, en materia de prevención de riesgos.
- Se han identificado los organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
- Se ha valorado la importancia de la existencia de un plan preventivo en la empresa, que incluya la secuenciación de actuaciones que se deben realizar en caso de emergencia.
- Se ha definido el contenido del plan de prevención en un centro de trabajo relacionado con el sector profesional del titulado o titulada.
- Se ha proyectado un plan de emergencia y evacuación de una pequeña o mediana empresa.

3. Aplica las medidas de prevención y protección, analizando las situaciones de riesgo en el entorno laboral asociado al Título.

Criterios de evaluación:

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

CONTENIDOS

1. EVALUACIÓN DE RIESGOS PROFESIONALES

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis y determinación de las condiciones de trabajo. - Análisis de factores de riesgo. - Análisis de riesgos ligados a las condiciones de seguridad. - Análisis de riesgos ligados a las condiciones ambientales. - Análisis de riesgos ligados a las condiciones ergonómicas y psicosociales. - Identificación de los ámbitos de riesgo en la empresa. - Establecimiento de un protocolo de riesgos según la función profesional. - Distinción entre accidente de trabajo y enfermedad profesional.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - El concepto de “riesgo profesional”. - La evaluación de riesgos en la empresa como elemento básico de la actividad preventiva. - Riesgos específicos en el entorno laboral asociado al perfil. - Daños a la salud del trabajador o de la trabajadora que pueden derivarse de las situaciones de riesgo detectadas.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Importancia de la cultura preventiva en todas las fases de la actividad preventiva. - Valoración de la relación entre trabajo y salud. - Interés en la adopción de medidas de prevención. - Valoración en la transmisión de la formación preventiva en la empresa.

2. PLANIFICACIÓN DE LA PREVENCIÓN DE RIESGOS EN LA EMPRESA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Proceso de planificación y sistematización como herramientas básicas de prevención. - Análisis de la norma básica de PRL. - Análisis de la estructura institucional en materia PRL. - Elaboración de un plan de emergencia en el entorno de trabajo. - Puesta en común y análisis de distintos planes de emergencia.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - El desarrollo del trabajo y sus consecuencias sobre la salud e integridad humanas. - Derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.

	<ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidades en materia de prevención de riesgos laborales. - Agentes intervinientes en materia de PRL y salud, y sus diferentes roles. - Gestión de la prevención en la empresa. - Representación de los trabajadores y de las trabajadoras en materia preventiva (Técnico Básico o Técnica Básica en PRL). - Organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales. - Planificación de la prevención en la empresa. - Planes de emergencia y de evacuación en entornos de trabajo.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de la importancia y necesidad de la PRL. - Valoración de su posición como agente de PRL y Salud Laboral. - Valoración de los avances para facilitar el acceso a la SL por parte de las instituciones públicas y privadas. - Valoración y traslado de su conocimiento a los planes de emergencia del colectivo al que pertenece.

3. APLICACIÓN DE MEDIDAS DE PREVENCIÓN Y PROTECCIÓN EN LA EMPRESA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de diversas técnicas de prevención individual. - Análisis de las obligaciones empresariales y personales en la utilización de medidas de autoprotección. - Aplicación de técnicas de primeros auxilios. - Análisis de situaciones de emergencia. - Realización de protocolos de actuación en caso de emergencia. - Vigilancia de la salud de los trabajadores y de las trabajadoras.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Medidas de prevención y protección individual y colectiva. - Protocolo de actuación ante una situación de emergencia. - Urgencia médica / Primeros auxilios. Conceptos básicos. - Tipos de señalización.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de la previsión de emergencias. - Valoración de la importancia de un plan de vigilancia de la salud. - Participación activa en las actividades propuestas.