

Créditos Formativos



HOSTELERÍA Y TURISMO

Técnica / Técnico Superior en

Guía, Información y Asistencias Turísticas

Técnica / Técnico Superior en Guía, Información y Asistencias Turísticas

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
0385	Servicios de información turística	
038514	Sistemas de información turística y tipos de oficinas de información.....	37
038524	Estructuración de los servicios de información turística	39
038534	Diseño del plan de atención al público en oficinas de información.....	41
038544	Comunicación y difusión de los servicios y productos de los sistemas de información turística.....	43
0386	Procesos de guía y asistencia turística	
038614	Caracterización de los servicios de asistencia y guía	45
038624	Diseño de itinerarios, visitas y otros servicios	47
038634	Aplicación de técnicas de comunicación y de dinamización de grupos.....	49
038644	Desarrollo y control de los procesos de asistencia y guía	51
0387	Diseño de productos turísticos	

038713	Potencial turístico de una zona y oportunidades para productos/servicios o destinos turísticos.....	55
038723	Diseño de productos/servicios o destinos turísticos.....	57
038733	Implementación y dinamización de los productos/servicios o destinos turísticos.....	59
0389	Formación y orientación laboral	
038913	Orientación profesional y trabajo en equipo	61
038923	Marco normativo de las relaciones laborales	64
038933	Prevención de riesgos	67

CRÉDITO FORMATIVO	Contextualización del sector turístico	Duración	30
Código	017113		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Guía, Información y Asistencias Turísticas	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 Guía, Información y Asistencias Turísticas	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 Guía, Información y Asistencias Turísticas	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 Guía, Información y Asistencias Turísticas	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:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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 Guía, Información y Asistencias Turísticas	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 Guía, Información y Asistencias Turísticas	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 entre 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 Guía, Información y Asistencias Turísticas	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:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

- Se han caracterizado las nuevas tecnologías y su utilización.
- Se han identificado las aplicaciones de las nuevas tecnologías en marketing.
- Se ha valorado la utilización de la Red para comercializar productos/servicios turísticos.
- Se han utilizado las aplicaciones ofimáticas de base de datos.
- Se ha reconocido la aplicación de una base de datos para la investigación comercial y para crear una ventaja competitiva.
- Se han determinado los factores que influyen en el marketing directo.
- 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 Guía, Información y Asistencias Turísticas	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 Guía, Información y Asistencias Turísticas	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 Guía, Información y Asistencias Turísticas	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 Guía, Información y Asistencias Turísticas	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 Guía, Información y Asistencias Turísticas	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 Guía, Información y Asistencias Turísticas	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 Guía, Información y Asistencias Turísticas	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 Guía, Información y Asistencias Turísticas	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 Guía, Información y Asistencias Turísticas	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	Sistemas de información turística y tipos de oficinas de información	Duración	40
Código	038514		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Guía, Información y Asistencias Turísticas	Nivel	3
Módulo profesional	Servicios de información turística	Duración	140
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Estructuración de los servicios de información turística	Duración	40
	Diseño del plan de atención al público en oficinas de información		30
	Comunicación y difusión de los servicios y productos de los sistemas de información turística		30

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado la evolución de las oficinas de información dentro de la historia del turismo y su tendencia actual.
- b) Se han realizado estudios comparativos de las legislaciones turísticas y del papel y funciones de las oficinas en las normas comunitarias, estatales y autonómicas.
- c) Se ha analizado la situación actual de las oficinas en España y en cada CC.AA. y se han comparado con el desarrollo experimentado en Europa.
- d) Se han empleado las aplicaciones informáticas para el diseño creativo y la presentación de información de las oficinas en la CC.AA. a partir de datos reales.
- e) Se han identificado otros organismos oficiales que desarrollan tareas de información y promoción turística.

2. Define los diferentes tipos de oficinas de información turística reconociendo sus fines específicos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las oficinas en origen y en destino, así como otros organismos de información y promoción.
- b) Se han interpretado las diferentes funciones y actividades de los distintos tipos de oficinas.
- c) Se han reconocido los diferentes profesionales de la información turística y sus puestos de trabajo.
- d) Se ha descrito la relación con otros agentes turísticos del destino y el modo de colaboración entre ellos.

CONTENIDOS

1. SISTEMAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Descripción de la evolución de las oficinas de información dentro de la historia del turismo. - Identificación de la tendencia actual de las oficinas de información turística. - Realización de estudios comparativos de legislaciones turísticas comunitarias, estatales y autonómicas.
-----------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> - Realización de estudios comparativos del papel y funciones de las oficinas de información comunitaria, estatal y autonómica. - Identificación de otros organismos oficiales que desarrollan tareas de información y promoción turística.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Estructura política turística: <ul style="list-style-type: none"> • Administración turística central y niveles de intervención política. • Administración turística de las comunidades autónomas. • Administración turística local. - Legislación turística en el ámbito de la información. Normas comunitarias, estatales y autonómicas.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Interés por la normativa que regula la actividad. - Reconocimiento de la necesidad de regulación del mercado turístico. - Interés por las nuevas tendencias en la información turística.

2. TIPOS DE OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA Y SUS FINES

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Descripción de las funciones básicas que se desarrollan en una oficina de información turística. - Identificación de distintas actividades realizadas en los distintos tipos de oficinas de información turística.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Tipos de oficinas de información turística. Características. - Profesionales de la información turística. Tipos. Criterios de selección. - Organismos oficiales de información y promoción turística. Turespaña, Basquetour, Itourbask.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de la labor que realizan los distintos organismos en materia de información y promoción turística. - Valoración de la importancia de proporcionar a los usuarios una información turística uniforme, actualizada y homogénea de toda la Comunidad Autónoma de Euskadi desde cualquiera de los Servicios de Información Turística. - Reconocimiento de la importancia de mejorar la competitividad del turismo vasco.

CRÉDITO FORMATIVO	Estructuración de los servicios de información turística	Duración	40
Código	038524		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Guía, Información y Asistencias Turísticas	Nivel	3
Módulo profesional	Servicios de información turística	Duración	140
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Sistemas de información turística y tipos de oficinas de información	Duración	40
	Diseño del plan de atención al público en oficinas de información		30
	Comunicación y difusión de los servicios y productos de los sistemas de información turística		30

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Estructura cada sistema de información turística organizando los recursos necesarios.

Criterios de evaluación:

- Se han esquematizado las estructuras organizativas de los servicios de información turística.
- Se han descrito los distintos espacios de una oficina de información turística de acuerdo con sus funciones.
- Se han identificado las fuentes de información necesarias para elaborar un fondo de documentación turística que responda a las necesidades planteadas.
- Se han señalado los servicios de información turística, puntos de información y resto de sistemas según la normativa vigente.
- Se han utilizado los soportes técnicos e informáticos más adecuados para la gestión y tratamiento de la información.
- Se han empleado los medios de elaboración y soportes de difusión de la información turística más apropiados y actuales.
- Se han planificado los recursos humanos necesarios para atender la organización diseñada.
- Se ha aplicado el plan de calidad turística vigente en España y en la CA a la hora de organizar los sistemas de información turística.

CONTENIDOS

1. ESTRUCTURACIÓN DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Descripción de los distintos espacios de una oficina de información turística: Front-Office, autoconsulta, Back-Office, almacén... - Utilización de Software adecuado para el tratamiento de la información turística. - Utilización de aplicaciones informáticas para el diseño creativo de materiales de información. - Manejo de páginas web de redes de centros y servicios de información turística. - Identificación de las actuaciones vinculadas con la calidad turística en destino. Análisis de buenas prácticas. - Aplicación del modelo EFQM en la gestión de la calidad del servicio de información turística. - Descripción del procedimiento para obtener la Q de calidad turística en las oficinas de información turística.
-----------------	--

<p>conceptuales</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Estructura organizativa de los servicios de información turística. Organigrama. - Fuentes de información para elaborar un fondo de documentación turística. Tipos. - Espacios físicos del servicio de información turística. Condiciones de ubicación y normativa en materia de accesos y barreras arquitectónicas. - Normativa vigente en materia de señalización de los servicios de información turística. Señalización interna, señalización externa y distinción visual del personal. - Plan de acción en oficinas de turismo. Concepto, estrategias, etapas y finalidad. - Plan Integral de Calidad Turística Española (2000-2006). Antecedentes históricos. Principios básicos. Fases. Programas. Perspectiva. - Calidad Turística en Euskadi: <ul style="list-style-type: none"> • Agentes difusores de la calidad turística. • Fundamentos para la gestión del ámbito del ocio y turismo. • Programa Destinos: SICTED / Buenas prácticas. • Programa Sectores: Q Turística. • Programa Excelencia: Modelo EFQM. EUSKALIT. • Otras herramientas de gestión: 5S, Gestión por Procesos...
<p>actitudinales</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de la labor que realizan los distintos organismos en materia de información y promoción turística. - Sensibilidad por la accesibilidad a las oficinas de información turística. Empatía con las personas con discapacidades o necesidades específicas. - Valoración de la importancia de transmitir una imagen de marca en oficinas que forman parte de una red de oficinas de información turística. - Interés por conocer y aplicar los distintos programas de calidad turística.

CRÉDITO FORMATIVO	Diseño del plan de atención al público en oficinas de información	Duración	30
Código	038534		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Guía, Información y Asistencias Turísticas	Nivel	3
Módulo profesional	Servicios de información turística	Duración	140
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Sistemas de información turística y tipos de oficinas de información	Duración	40
	Estructuración de los servicios de información turística		40
	Comunicación y difusión de los servicios y productos de los sistemas de información turística		30

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

Criterios de evaluación:

- Se ha analizado la demanda real y potencial para plantear el diseño de oferta de productos y servicios de información que cumplan los estándares de calidad.
- Se han descrito las características del plan de atención al público, estableciendo unas pautas básicas de atención diferenciada para cada caso (presencial, por teléfono, e-mail u otras vías).
- Se han identificado los horarios más adecuados para atender el servicio de información y para planificar los recursos humanos.
- Se han ejecutado las técnicas necesarias para poder solucionar posibles quejas o reclamaciones que se produzcan en los sistemas de información turística.
- Se han obtenido las estadísticas e informes necesarios para analizar el funcionamiento de los sistemas de información turística.

CONTENIDOS

1. DISEÑO DEL PLAN DE ATENCIÓN AL PÚBLICO EN OFICINAS DE INFORMACIÓN

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Planificación de los recursos humanos necesarios para atender la organización diseñada. - Descripción de las pautas básicas de atención al público en cada caso: presencial, por teléfono, por correo, por e-mail, otras vías. - Establecimiento de criterios de clasificación para las distintas solicitudes de información recibidas. - Utilización de aplicaciones informáticas en la gestión de la documentación, tanto interna como externa. - Manejo de las nuevas tecnologías de la información en las oficinas de turismo. - Aplicación de los protocolos establecidos en los distintos casos de quejas y reclamaciones.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Documentación interna. Definición. Tipos.

	<ul style="list-style-type: none"> - Documentación externa. Definición. Tipos. - Quejas y reclamaciones. Protocolos de actuación.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Interés por prestar una correcta atención al cliente. - Actitud ordenada y metódica. - Cuidado de la imagen personal y la expresión corporal. - Iniciativa en el desarrollo de técnicas de mejora en la comunicación personal, oral y escrita. - Rigor en la aplicación de los protocolos de actuación en caso de quejas y reclamaciones.

CRÉDITO FORMATIVO	Comunicación y difusión de los servicios y productos de los sistemas de información turística	Duración	30
Código	038544		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Guía, Información y Asistencias Turísticas	Nivel	3
Módulo profesional	Servicios de información turística	Duración	140
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Sistemas de información turística y tipos de oficinas de información	Duración	40
	Estructuración de los servicios de información turística		40
	Diseño del plan de atención al público en oficinas de información		30

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Comunica los productos y servicios de los sistemas de información difundiendo las tareas realizadas por éstos.

Criterios de evaluación:

- Se han identificado los instrumentos de comunicación más adecuados para difundir los productos y servicios de los sistemas de información turística.
- Se han ejecutado las políticas y programas de identidad corporativa.
- Se ha evaluado la posibilidad de venta de servicios opcionales o complementarios en los casos que la legislación lo permita.
- Se han desarrollado los instrumentos administrativos para la gestión de datos sobre flujos turísticos que afectan al sistema de información.
- Se han determinado posibles vías de colaboración con otras empresas que tienen una relación directa o indirecta con el turismo de la zona.

CONTENIDOS

1. COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS DE LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Establecimiento de acuerdos de colaboración entre las oficinas de información turística y otros agentes turísticos de la zona. - Ejecución de las políticas y programas de identidad corporativa. - Identificación de los instrumentos de comunicación más adecuados para difundir los productos y servicios de los sistemas de información turística. - Aplicación de las técnicas de gestión y diseño de los procesos a seguir en la relación con los medios de comunicación. - Creación de los soportes de difusión más adecuados para cada sistema de información turística. - Identificación de la relación entre los instrumentos de comunicación, los objetivos, el público objetivo y los soportes. - Desarrollo de instrumentos de gestión de datos sobre flujos turísticos que afectan al sistema de información. - Evaluación de la posibilidad de venta de servicios opcionales o complementarios en los casos en los que la legislación lo permita.
-----------------	---

<p>conceptuales</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Identidad corporativa. Concepto. Niveles de proyección: actitudinal, visual y comunicacional. - Los instrumentos de comunicación. Clasificación, tipos y características. - Relación con los medios de comunicación. Objetivos. Técnicas de gestión. Notas de prensa. Ruedas de prensa. - Los soportes de difusión de la información turística. Clasificación, tipos y características.
<p>actitudinales</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de la importancia de la proyección de la identidad corporativa. - Compromiso con la difusión de información de interés público. - Curiosidad ante la creación de nuevos medios de comunicación. - Iniciativa personal para la formación continua en nuevas tecnologías para la comunicación y difusión de información turística.

CRÉDITO FORMATIVO	Caracterización de los servicios de asistencia y guía	Duración	30
Código	038614		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Guía, Información y Asistencias Turísticas	Nivel	3
Módulo profesional	Procesos de guía y asistencia turística	Duración	140
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Diseño de itinerarios, visitas y otros servicios	Duración	30
	Aplicación de técnicas de comunicación y de dinamización de grupos		42
	Desarrollo y control de los procesos de asistencia y guía		38

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

Criterios de evaluación:

- Se han descrito los principios éticos y deontológicos de la profesión.
- Se han descrito las distintas modalidades y perfiles profesionales de la actividad de asistencia y guía de grupos turísticos.
- Se han reconocido los distintos tipos de servicios y caracterizado las funciones a desarrollar en cada uno de ellos.
- Se han caracterizado y relacionado los aspectos de calidad y atención al cliente en los servicios de asistencia y guía.
- Se han interpretado las disposiciones legales vigentes que afectan a la actividad de asistencia y guía.
- Se han identificado las principales asociaciones y colegios profesionales y sus funciones.

CONTENIDOS

1. CARACTERIZACIÓN DE LOS SERVICIOS DE ASISTENCIA Y GUÍA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de la deontología profesional: Código Ético Mundial para el Turismo. - Identificación de las funciones del guía en los distintos servicios. - Utilización de herramientas de control de la calidad y la satisfacción del cliente.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Figuras profesionales. Definición y características - Servicios de asistencia y guía. Tipos y características. - Regulación de la actividad profesional: normativa europea, estatal y autonómica. - Regulación del acceso a la condición de guía. Requisitos y habilitaciones administrativas. - Calidad del servicio: estándares de calidad y herramientas de gestión y control de la calidad. - Tipos de asociaciones y colegios profesionales.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Interés por la normativa que regula la actividad profesional. - Valoración de la importancia del no intrusismo en la profesión.

	- Compromiso con el código ético mundial para el turismo.
--	---

CRÉDITO FORMATIVO	Diseño de itinerarios, visitas y otros servicios	Duración	30
Código	038624		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Guía, Información y Asistencias Turísticas	Nivel	3
Módulo profesional	Procesos de guía y asistencia turística	Duración	140
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Caracterización de los servicios de asistencia y guía	Duración	30
	Aplicación de técnicas de comunicación y de dinamización de grupos		42
	Desarrollo y control de los procesos de asistencia y guía		38

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

Criterios de evaluación:

- Se han identificado los componentes de la oferta turística de un ámbito territorial y temporal determinado.
- Se han diseñado itinerarios, rutas, y visitas a recursos turísticos, caracterizando los diversos métodos y fases.
- Se ha justificado la viabilidad comercial, técnica y, en su caso, ambiental del itinerario, ruta o visita diseñada.
- Se han identificado las posibles dificultades para personas con discapacidad o necesidades específicas.
- Se han caracterizado y seleccionado las estrategias adecuadas para adaptar la información al perfil del usuario o de la usuaria.
- Se ha caracterizado la intermediación habitual del o de la guía con prestatarios o prestatarias de los recursos y servicios turísticos y otros guías.
- Se han seguido los protocolos establecidos para la gestión de la documentación relativos al registro, emisión y archivo, utilizando medios informáticos.

CONTENIDOS

1. DISEÑO DE ITINERARIOS, VISITAS Y OTROS SERVICIOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Descripción de la metodología y de las fases en el diseño y programación de los diferentes tipos de servicios: itinerarios, rutas y visitas a recursos turísticos. - Análisis de la viabilidad comercial, técnica y, en su caso, ambiental del itinerario, ruta o visita diseñada. - Identificación de posibles dificultades, en el acceso a los recursos turísticos, para personas con discapacidades o necesidades específicas. - Adaptación de la información a distintos perfiles de usuarios y servicios. - Análisis de las responsabilidades contractuales en los servicios ofrecidos. - Elaboración y cumplimentación de la documentación asociada a los servicios de asistencia y guía: fichas de recursos, "rooming-list", bonos y expedientes. - Determinación de los protocolos para la gestión de la documentación relativos al registro, emisión y archivo. - Utilización de aplicaciones informáticas tanto en el diseño de los distintos tipos de servicios como en la gestión de la documentación.
-----------------	---

conceptuales	<ul style="list-style-type: none">- La oferta turística actual del territorio. Definición y elementos que la componen.- Funciones del guía como intermediario entre entidades y profesionales del sector y el o la turista. Características.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none">- Sensibilidad por la accesibilidad en los recursos turísticos. Empatía con las personas con discapacidades o necesidades específicas.- Actitud ordenada y metódica en la cumplimentación de la documentación.- Rigor en las tareas relativas al registro, emisión y archivo de la documentación.

CRÉDITO FORMATIVO	Aplicación de técnicas de comunicación y de dinamización de grupos	Duración	42
Código	038634		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Guía, Información y Asistencia Turística	Nivel	3
Módulo profesional	Procesos de guía y asistencia turística	Duración	140
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Caracterización de los servicios de asistencia y guía	Duración	30
	Diseño de itinerarios, visitas y otros servicios		30
	Desarrollo y control de los procesos de asistencia y guía		38

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

Criterios de evaluación:

- Se han analizado las fases en el proceso de comunicación del guía con grupos de visitantes y se han previsto las dificultades propias en dicho proceso.
- Se han descrito y aplicado diferentes técnicas de habilidades sociales y de comunicación no verbal propias de la actividad de asistencia y guía de grupos.
- Se ha expresado oralmente, de forma directa o con otros medios de amplificación, con tono, ritmo, volumen de voz y expresión gestual adecuada a la situación.
- Se han descrito los comportamientos que se pueden encontrar en grupos de viajeros y se han identificado los problemas de relación que plantean.
- Se han identificado y aplicado las técnicas de dinámicas de grupo, motivación y liderazgo aplicables a la asistencia y guía de grupos turísticos en diferentes entornos de trabajo y con diferente tipología de grupos.
- Se han planificado diferentes programas y actividades de animación y actividades lúdico-recreativas dependiendo del servicio y de las características del grupo.

CONTENIDOS

1. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN Y DE DINAMIZACIÓN DE GRUPOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Previsión de las dificultades propias del proceso de comunicación del guía con grupos de visitantes. Búsqueda de soluciones. - Manejo de habilidades sociales y técnicas de comunicación específicas para la actividad de asistencia, acompañamiento y guía de grupos turísticos. - Control de la expresión oral, del tono, del ritmo, del volumen y de la comunicación no verbal. - Aplicación de la metodología para la interpretación de recursos culturales y naturales. - Aplicación de técnicas de dinamización de grupos adaptadas a los diferentes entornos de trabajo y a los distintos segmentos. - Diseño de programas de animación y de actividades lúdico-recreativas en ruta teniendo en cuenta: tipo de servicio, características del grupo, entorno, tiempo del que se dispone, clima.
-----------------	---

conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - La comunicación en el servicio de asistencia y guía: fases y técnicas. - Los grupos turísticos. Tipologías y características. - Dirección y liderazgo de grupos. Concepto, enfoques y aplicación.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Interés por comunicar. - Iniciativa en el desarrollo de técnicas de mejora en la comunicación personal. - Valoración de la creatividad y originalidad en el diseño de programas de animación y de actividades lúdico-recreativas. - Reconocimiento del aporte positivo que nos hace la clientela al trasladarnos su opinión acerca del servicio ofrecido.

CRÉDITO FORMATIVO	Desarrollo y control de los procesos de asistencia y guía	Duración	38
Código	038644		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Guía, Información y Asistencia Turística	Nivel	3
Módulo profesional	Procesos de guía y asistencia turística	Duración	140
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Caracterización de los servicios de asistencia y guía	Duración	30
	Diseño de itinerarios, visitas y otros servicios		30
	Aplicación de técnicas de comunicación y de dinamización de grupos		42

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado e interpretado la normativa sobre movimiento de viajeros en fronteras y aduanas.
- b) Se han identificado las principales divisas, caracterizado la operativa del cambio y el movimiento de divisas.
- c) Se han descrito las funciones y servicios que prestan los Consulados y Embajadas.
- d) Se han identificado y descrito los posibles riesgos para la seguridad y la salud de los viajeros en determinados destinos y los trámites sanitarios exigidos en cada caso.
- e) Se han identificado y descrito las prestaciones de los seguros de viajes, las cláusulas de las pólizas y las exclusiones, así como el procedimiento a seguir en caso de contingencias.
- f) Se han reconocido las diferencias religiosas, culturales y otras consideraciones que deben ser tenidos en cuenta en determinados destinos.
- g) Se han utilizado diversas fuentes para la obtención de información de utilidad al viajero.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han comprobado las condiciones de los recursos a utilizar (días de apertura, horarios, otros), la disponibilidad del transporte y cualquier otra información relevante para el desarrollo del viaje, ruta, itinerario o visita.
- b) Se ha comprobado la documentación de viaje que aportan las agencias y mayoristas para el guía y los prestatarios de los servicios.
- c) Se han anticipado posibilidades de cambios en el viaje, ruta, itinerario o visita por imprevistos.
- d) Se han desarrollado las exposiciones adaptando el mensaje en función del tipo de cliente.
- e) Se han tenido en cuenta las condiciones de accesibilidad y las barreras arquitectónicas para personas con necesidades específicas.
- f) Se han desarrollado las relaciones interprofesionales.
- g) Se han aplicado las técnicas para la autoevaluación de la práctica profesional.
- h) Se han tenido en cuenta los aspectos relacionados con la atención al cliente, la seguridad y la gestión de la calidad.
- i) Se ha realizado la factura teniendo en cuenta las tarifas vigentes.
- j) Se han aplicado técnicas para la gestión de situaciones de tensión, resolución de conflictos individuales o de grupo y de imprevistos.

3. Controla procedimientos de entradas y salidas de viajeros en terminales de transporte caracterizando los protocolos de actuación.

Criterios de evaluación:

- a) Se han descrito y caracterizado las tipologías de terminales de transporte de viajeros.
- b) Se han descrito las instalaciones, el personal y el funcionamiento básico de las terminales de transporte de viajeros.
- c) Se ha descrito el contenido de un plan de seguridad en terminales de transporte de viajeros.
- d) Se han enumerado y definido las operaciones y trámites que deben efectuar los viajeros en las terminales de salida y llegada, según el medio de transporte.
- e) Se han caracterizado los procedimientos de facturación, embarque y recogida de equipajes teniendo en cuenta las características específicas de las mercancías y de cada terminal.
- f) Se han analizado los derechos y obligaciones de los viajeros en los medios de transporte, así como los de las empresas transportistas.
- g) Se han descrito y caracterizado los procesos en los puntos de información turística y atención al cliente en las terminales de transporte de viajeros.
- h) Se han descrito y caracterizado los servicios de reserva, venta y emisión de títulos de transporte en diferentes medios usando las aplicaciones informáticas específicas.
- i) Se han identificado las actividades complementarias susceptibles de ser realizadas por el guía en el ámbito de las terminales de transporte de viajeros.
- j) Se han tenido en cuenta los aspectos relacionados con la atención al cliente y la gestión de la calidad.

CONTENIDOS

1. DESCRIPCIÓN DE LOS REQUISITOS INHERENTES A LOS DESPLAZAMIENTOS DE VIAJEROS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación e interpretación de los aspectos legales y de la documentación relacionada con el desplazamiento de viajeros. - Análisis de la normativa sobre movimiento de viajeros en fronteras y aduanas. - Identificación de las principales divisas. - Identificación de destinos de riesgo para la seguridad y la salud de los viajeros. - Descripción de los trámites sanitarios exigidos en determinados destinos. - Aplicación del procedimiento a seguir en caso de contingencias. - Manejo de diversas fuentes para la obtención de información de utilidad para el viajero.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Viajeros y viajeros en tránsito. Definición y características. - Moneda y divisa. Concepto y normativa internacional y comunitaria sobre cambio y movimiento de moneda. - Consulados y embajadas. Definición, funciones y servicios que ofrecen. - Los seguros de viaje. Tipos y coberturas.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración del enriquecimiento que supone el acceder a destinos con distinta religión, cultura y tradiciones. - Respeto hacia otras religiones, culturas y tradiciones. - Interés tanto por la normativa como por los trámites sanitarios relacionados con el movimiento de viajeros.

2. DESARROLLO DE LOS PROCESOS DE ASISTENCIA Y GUÍA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Descripción y desarrollo de las tareas a realizar en los distintos servicios de asistencia y guía: fases, técnicas, gestiones previas, presentación, desarrollo y despedida. - Comprobación de la documentación de viaje que aportan las agencias para el guía y los prestatarios de los servicios. - Realización de previsión de cambios en el viaje, ruta, itinerario o visita por imprevistos. - Emisión de facturas por el servicio ofrecido teniendo en cuenta las tarifas vigentes. - Diseño de cuestionarios de satisfacción del servicio recibido. - Autoevaluación en base a la información obtenida en las encuestas. - Aplicación de técnicas para la gestión de imprevistos y situaciones conflictivas.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Servicios de asistencia y guía: Transfer, Visitas a recursos culturales y naturales, Excursiones, Circuitos, Rutas, Itinerarios, otros servicios. Definición y características. - Encuestas y autoevaluación. Tipos y aplicaciones. - Técnicas para la gestión de imprevistos.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Planificación metódica de las tareas a realizar - Interés por prestar una correcta atención al cliente, ofreciendo un servicio seguro y de calidad. - Respeto por las opiniones de la clientela sobre el servicio de asistencia y guía y rigor a la hora de analizar la información recogida de los clientes y las clientas.

3. CONTROL DE LOS PROCEDIMIENTOS DE ENTRADAS Y SALIDAS DE VIAJEROS EN TERMINALES DE TRANSPORTE

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis del contenido de un plan de seguridad en cada tipo de terminal de transporte de viajeros: por carretera, marítimo y aéreo. - Descripción del proceso de facturación del equipaje y obtención de la tarjeta de embarque. - Descripción del proceso de facturación de mercancías peligrosas y animales vivos. - Análisis del procedimiento de embarque: controles de seguridad y policía. - Análisis del procedimiento de recogida de equipajes. - Simulación de reserva, venta y emisión de títulos en terminales de transporte. - Utilización de aplicaciones informáticas en la gestión de la documentación. - Descripción de actividades complementarias susceptibles de ser realizadas por el guía en el ámbito de las terminales de transportes de viajeros: <ul style="list-style-type: none"> • información turística. • información de la compañía. • asistencia a colectivos con necesidades específicas: pasajeros con movilidad reducida, situaciones de dependencia y menores no acompañados. - Aplicación del protocolo correspondiente en el tratamiento de distintas incidencias: overbooking, conexiones, cancelaciones y otros.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Terminales y medios de transporte. Características, instalaciones, organización y funcionamiento básico.

	<ul style="list-style-type: none"> - Normas de seguridad y documentación necesaria según origen y destino del viajero. - Derechos y obligaciones de viajeros y transportistas. - Protocolos de actuación en caso de incidencias.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de la importancia de los planes de seguridad en las terminales de transporte. - Interés por conocer los distintos procedimientos de facturación, embarque y recogida de equipajes. - Respeto por los derechos del viajero y transportista. - Responsabilidad en el cumplimiento de las obligaciones del viajero y transportista. - Rigor en la aplicación de los protocolos de actuación en caso de incidencias.

CRÉDITO FORMATIVO	Potencial turístico de una zona y oportunidades para productos/servicios o destinos turísticos	Duración	30
Código	038713		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Guía, Información y Asistencia Turística	Nivel	3
Módulo profesional	Diseño de productos turísticos	Duración	140
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Diseño de productos/servicios o destinos turísticos	Duración	30
	Implementación y dinamización de los productos/servicios o destinos turísticos		80

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

Criterios de evaluación:

- Se han identificado los elementos que constituyen los inventarios de recursos.
- Se han realizado inventarios de recursos a partir del estudio de campo de otros recursos.
- Se han identificado los puntos clave de una ficha de técnica.
- Se han diseñado y cumplimentado fichas técnicas del recurso territorial.
- Se han realizado análisis tipo "DAFO" a partir de la información obtenida en el estudio de campo.
- Se ha determinado la posición competitiva del territorio a partir del análisis "DAFO".
- Se han analizado las técnicas de evaluación de los recursos turísticos.
- Se han empleado las aplicaciones informáticas para un diseño creativo.

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

Criterios de evaluación:

- Se han identificado los elementos que crean la oferta turística.
- Se han detectado los elementos de atracción del destino.
- Se han reconocido los tres niveles que forman parte del producto turístico: recursos, servicios y valor añadido.
- Se han elaborado mapas de posicionamiento de los productos/destinos o servicio turístico.
- Se ha comprobado si existe o no una pérdida de competitividad del destino.
- Se ha elaborado el ciclo de vida del producto, servicio o destino y se ha establecido en qué fase se halla.

CONTENIDOS

1. ANÁLISIS DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE UNA ZONA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de los recursos turísticos del territorio elaborando un listado de recursos y emplazamientos con potencialidad y posibilidad de explotación turística. - Elaboración de inventarios de los distintos tipos de recursos turísticos: enumeración, clasificación y descripción. - Confección de fichas técnicas de recursos turísticos: diseño y cumplimentación.
-----------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicación de las técnicas de evaluación. - Diseño de cuestionarios de evaluación de recursos. - Realización de un estudio de campo analizando la situación interna y externa del territorio en relación a su potencial turístico. - Elaboración de sistemas de diagnóstico DAFO a partir de la información obtenida en el estudio de campo. - Utilización de programas ofimáticos de gestión de datos: inventarios, fichas técnicas, cuestionarios de evaluación.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos turísticos. Definición y tipos. - Ficha técnica de un recurso turístico. Concepto e información que debe recoger. - Técnicas de evaluación de recursos. Cuestionarios. Tipos de preguntas. - Sistemas de diagnóstico del potencial turístico de una zona. Sistema DAFO: Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Reconocimiento de la importancia de una adecuada gestión de inventarios. - Valoración de la necesidad de confeccionar las fichas técnicas de recursos turísticos. - Rigor en el tratamiento de la información obtenida en los estudios de campo y en la evaluación de recursos.

2. OPORTUNIDADES DE CREACIÓN, MODIFICACIÓN Y ELIMINACIÓN DE PRODUCTOS/SERVICIOS O DESTINOS TURÍSTICOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración mapas de posicionamiento de los productos/servicios o destinos turísticos. - Análisis del mapa de posicionamiento comprobando si existe o no una pérdida de competitividad del producto/servicio o destino turístico. - Análisis de las necesidades y preferencias de la demanda. - Elaboración del ciclo de vida del producto/servicio o destino turístico identificando la fase en la que se halla.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - La oferta turística. Definición y elementos que la componen. - El producto-servicio turístico. Tipos de productos turísticos. Elementos que los componen: recursos, servicios y valor añadido. - La demanda turística. Segmentación de mercados. - Posicionamiento del producto/servicio o destino turístico. Concepto. Mapa de posicionamiento. - Ciclo de vida de los productos/servicios o destinos turísticos. Fases.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Iniciativa en la toma de decisiones en las distintas fases del ciclo de vida de los productos/servicios o destinos turísticos. - Valoración de la importancia del posicionamiento del producto/servicio o destino turístico en la toma de decisiones de creación, modificación y eliminación del mismo. - Valoración de la importancia de analizar la demanda turística en la búsqueda de nichos de mercado desatendidos.

CRÉDITO FORMATIVO	Diseño de productos/servicios o destinos turísticos	Duración	30
Código	038723		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Guía, Información y Asistencia Turística	Nivel	3
Módulo profesional	Diseño de productos turísticos	Duración	140
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Potencial turístico de una zona y oportunidades para productos/servicios o destinos turísticos	Duración	30
	Implementación y dinamización de los productos/servicios o destinos turísticos		80

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han relacionado los recursos para establecer el tipo de producto/servicio y/o destino que se quiere diseñar.
- b) Se han identificado las características del producto/servicio o destino turísticos.
- c) Se han identificado los componentes del producto turístico.
- d) Se han realizado las operaciones necesarias para estructurar el producto/servicio o destino turístico en función de los beneficios.
- e) Se han realizado todos los pasos necesarios para la creación de productos/servicios o destinos turísticos.
- f) Se han identificado los objetivos clave del plan de desarrollo para su aplicación en la creación de productos/servicios.
- g) Se han formulado planes de acción conforme a los objetivos identificados.

CONTENIDOS

1. DISEÑO DE PRODUCTOS/SERVICIOS O DESTINOS TURÍSTICOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Búsqueda de nuevas ideas para generar productos turísticos. - Análisis y relación de los recursos turísticos estableciendo el tipo de producto/servicio y/o destino que se quiere diseñar. - Clasificación de los destinos turísticos. - Identificación de las características y componentes del producto/servicio o destino turístico a diseñar. - Estructuración del producto/servicio o destino turístico en función de los beneficios. Análisis de la viabilidad. - Creación del producto/servicio y/o destino turístico. - Elaboración del plan de desarrollo del producto/servicio o destino turístico. Identificación de los objetivos clave a alcanzar. - Formulación de los planes de acción conforme a los objetivos identificados.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Producto/servicio o destino turístico. Definición y pautas a seguir en su diseño. - Calidad en el diseño del servicio turístico.

actitudinales	<ul style="list-style-type: none">- Interés por conocer las necesidades de la demanda.- Respeto hacia las ideas, necesidades y motivaciones de los demás.- Valoración de la creatividad y originalidad en el diseño.- Compromiso con el turismo sostenible y el medio ambiente.- Sensibilidad por temas relacionados con la accesibilidad. Empatía con las personas con discapacidades o necesidades específicas.- Reconocimiento del valor del trabajo en equipo.
---------------	---

CRÉDITO FORMATIVO	Implementación y dinamización de los productos/servicios o destinos turísticos	Duración	80
Código	038733		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Guía, Información y Asistencia Turística	Nivel	3
Módulo profesional	Diseño de productos turísticos	Duración	140
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Potencial turístico de una zona y oportunidades para productos/servicios o destinos turísticos	Duración	30
	Diseño de productos/servicios o destinos turísticos		30

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los efectos del turismo en el área/zona.
- b) Se han realizado todos los estudios necesarios para conocer la capacidad de carga del destino en donde se va a llevar a cabo el producto/servicio turístico.
- c) Se han identificado y seleccionado las técnicas de marketing turístico aplicables al plan.
- d) Se han ejecutado las técnicas necesarias para el desarrollo y puesta en marcha de un nuevo producto.
- e) Se han caracterizado el producto, servicio y/o destino turístico para establecer las decisiones de marca.
- f) Se han ejecutado las técnicas necesarias para establecer los niveles de producto/servicio turístico.

2. Dinamiza los recursos económicos territoriales, relacionando la actividad de los agentes locales con el producto / servicio turístico creado.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las políticas, planes y programas estratégicos de desarrollo local.
- b) Se han seleccionado y utilizado las políticas, planes y programas de desarrollo turístico y local.
- c) Se han identificado y seleccionado los equipos humanos y las técnicas adecuadas para dinamizar los recursos de la zona.
- d) Se han aplicado las técnicas de dinamización seleccionadas.
- e) Se ha valorado la repercusión de la dinamización turística llevada a cabo, como oportunidad de desarrollo local, de la economía, y del bienestar social.

CONTENIDOS

1. IMPLEMENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS/SERVICIOS O DESTINOS TURÍSTICOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de los efectos del desarrollo turístico en la zona o área. - Establecimiento de la capacidad de carga del destino turístico desde el punto de vista: del entorno físico, de los turistas, de la población local, de la economía local. - Relación de la capacidad de carga con el desarrollo turístico sostenible.
-----------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicación de las técnicas necesarias para el desarrollo y puesta en marcha del nuevo producto/servicio o destino turístico. - Identificación de las técnicas de marketing turístico aplicables al plan de desarrollo del producto/servicio y/o destino turístico. - Creación de la marca y de la imagen del producto/servicio o destino turístico. - Gestión de la calidad en la implementación del servicio turístico.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de carga de un destino turístico. Concepto. - Turismo sostenible. Concepto. - Marketing turístico. Concepto e instrumentos básicos. - Imagen de marca. Concepto. Tipos y funciones.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Reconocimiento de la importancia de una adecuada planificación previa. - Sensibilidad por el desarrollo turístico sostenible. - Valoración de la importancia de la marca y de la imagen del destino turístico. - Interés por las nuevas tendencias en marketing turístico y por las nuevas políticas y herramientas de comunicación. - Curiosidad ante las nuevas tecnologías en comunicación. - Valoración de la calidad como estrategia de un turismo sostenible y de futuro.

2. DINAMIZACIÓN DE LOS RECURSOS TERRITORIALES

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de las políticas instrumentales de desarrollo local. - Identificación de los planes y programas estratégicos de desarrollo local y empleos futuros. - Selección del equipo humano necesario para dinamizar los recursos de la zona. - Aplicación de las técnicas de dinamización seleccionadas. - Identificación de las ayudas y subvenciones existentes para la dinamización de los recursos territoriales.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Técnicas de dinamización de recursos turísticos. Tipología de actuaciones sobre: el medio urbano, el espacio natural, el producto/servicio turístico, la comunicación y comercialización, la calidad.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de la repercusión de la dinamización turística como oportunidad de desarrollo local, de la economía y del bienestar social.

CRÉDITO FORMATIVO	Orientación profesional y trabajo en equipo	Duración	30
Código	038913		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Guía, Información y Asistencias Turísticas	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	038923		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Guía, Información y Asistencias Turísticas	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	038933		
Familia profesional	Hostelería y Turismo		
Título	Técnico Superior en Guía, Información y Asistencias Turísticas	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.