

ANEXO 1

REFERENTE PROFESIONAL

A) Perfil profesional.

a) Perfil profesional:

El perfil profesional del título de Técnico Superior en Guía, Información y Asistencia Turísticas queda determinado por su competencia general, sus competencias profesionales, personales y sociales, y por la relación de cualificaciones y, en su caso, unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título.

b) Competencia general:

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

c) Cualificaciones y unidades de competencia:

Las cualificaciones y unidades de competencia incluidas en el título de Técnico Superior en Guía, Información y Asistencia Turísticas son las siguientes:

Cualificaciones profesionales completas:

HOT335–3: Guía de turistas y visitantes que comprende las siguientes unidades de competencia:

–UC1069–3: Interpretar el patrimonio y bienes de interés cultural del ámbito de actuación a turistas y visitantes.

–UC1070–3: Interpretar espacios naturales y otros bienes de interés natural del ámbito de actuación a turistas y visitantes.

–UC1071–3: Prestar servicios de acompañamiento y asistencia a turistas y visitantes y diseñar itinerarios turísticos.

–UC1072–3: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario competente, en los servicios turísticos de guía y animación.

–UC1073–3: Comunicarse en una lengua extranjera distinta del inglés, con un nivel de usuario competente, en los servicios turísticos de guía y animación.

Cualificaciones profesionales incompletas:

HOT 336–3: Promoción turística local e información al visitante, que comprende las siguientes unidades de competencia:

–UC1074–3: Gestionar información turística.

–UC1075–3: Crear, promocionar y gestionar servicios y productos turísticos locales.

–UC0268–3: Gestionar unidades de información y distribución turísticas.

HOT330–3: Creación y gestión de viajes combinados y eventos:

–UC0268–3: Gestionar unidades de información y distribución turísticas.

–UC1056–3: Gestionar eventos.

d) Competencias profesionales, personales y sociales:

1) Estudiar el potencial de las diferentes áreas territoriales y del mercado turístico de la zona y detectar las ayudas institucionales existentes, analizando la información necesaria a fin de promocionarlos como destino.

2) Diseñar y modificar los productos turísticos de base territorial para satisfacer las expectativas de la demanda turística y rentabilizar los recursos y la oferta de servicios del entorno.

3) Proponer acciones de promoción y comercialización de los destinos turísticos con vista a su lanzamiento o consolidación, fijando los precios adecuados.

4) Asesorar e informar al turista tanto en puntos de información como en viaje o destino, teniendo en cuenta las normas de protocolo básicas, empleando los medios técnicos más adecuados en función del cliente, y así lograr una prestación de servicio satisfactoria y la fidelización del visitante.

5) Guiar y asistir a viajeros en viajes, traslados o visitas, empleando las estrategias de comunicación, consiguiendo la satisfacción de éstos.

6) Informar y conducir a turistas y viajeros, fomentando el respeto por la riqueza del patrimonio cultural y natural.

7) Coordinar las operaciones de los diferentes tipos de eventos, prestando asistencia a los clientes en los casos que así lo requieran.

8) Atender las contingencias, imprevistos y quejas que puedan surgir y afectar a viajeros y situaciones, solucionando los problemas que ocasionen permitiendo un desarrollo adecuado del servicio.

9) Prestar servicios específicos al cliente en medios de transporte, así como en terminales de viajeros (aeropuertos y estaciones) cumpliendo las formalidades propias de estos procesos de manera adecuada.

10) Aplicar los protocolos de calidad en los servicios, así como en las actuaciones de post-venta, buscando la satisfacción del cliente.

11) Incrementar la eficacia de los servicios prestados mediante el empleo de aplicaciones informáticas y de gestión, así como las TIC.

12) Motivar al personal a su cargo, delegar funciones y tareas, promoviendo la participación y el respeto, las actitudes de tolerancia y los principios de igualdad de oportunidades.

13) Resolver problemas y tomar decisiones individuales siguiendo las normas y procedimientos establecidos, definidos dentro del ámbito de su competencia.

14) Mantener el espíritu de innovación, de mejora de los procesos de servicio y de actualización de conocimientos en el ámbito de su trabajo.

15) Ejercer los derechos y cumplir las obligaciones derivadas de las relaciones laborales, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente.

16) Detectar y analizar oportunidades de empleo y autoempleo desarrollando una cultura emprendedora y adaptándose a diferentes puestos de trabajo y nuevas titulaciones.

17) Establecer y administrar una pequeña empresa, realizando un análisis básico de viabilidad de productos y servicios, de planificación y de comercialización.

B) Sistema productivo.

a) Entorno profesional y laboral:

Este profesional ejerce su actividad en el sector turístico, entendido éste en su sentido más amplio, lo que incluye todo tipo de eventos, terminales de viajeros y empresas de transporte, además de las áreas turísticas tradicionales, como destinos y puntos de información entre otros. Está además capacitado para la creación e implantación de planes y actividades de desarrollo locales, ligados al mismo sector.

Se trata tanto de trabajadores por cuenta ajena como propia, incluyendo la posibilidad de ocupar puestos en administraciones públicas o entes de características similares (consorcios, patronatos, etc.).

Las ocupaciones y puestos de trabajo más relevantes son los siguientes:

–Guía local.

- Guía acompañante.
- Guía en emplazamientos de bienes de interés cultural.
- Informador/a turístico/a.
- Jefe/a de oficinas de información.
- Promotor/a turístico/a.
- Técnico/a de empresa de consultoría turística.
- Agente de desarrollo turístico local.
- Azafata/Asistente en medios de transporte terrestre o marítimo.
- Asistente en terminales (estaciones, puertos y aeropuertos).
- Encargado/a de facturación en terminales de transporte.
- Asistente en ferias, congresos y convenciones.
- Encargado/a de servicios en eventos.

b) Contexto territorial de Navarra:

El incremento de la actividad turística y, sobre todo, su extensión a amplias capas de la sociedad ha venido propiciada por una serie de factores: aumento del periodo vacacional, la mejora de rentas y desarrollo de una cultura del ocio y la recreación. Navarra no es ni ha sido ajena a este auge que se está experimentando.

La actividad turística ha evolucionado de manera muy rápida y, de acuerdo con las previsiones elaboradas por la Organización Mundial de Turismo, las próximas décadas estarán marcadas por un notable crecimiento del sector. Además, las nuevas tendencias del sector evolucionan hacia modelos turísticos más dispersos en el territorio, entre los que destaca el fuerte crecimiento de las actividades recreativas ligadas a los espacios naturales y rurales.

Este diagnóstico general se puede aplicar también a Navarra, que en las últimas décadas ha visto crecer y diversificar su oferta de alojamiento de forma muy importante. El mayor aumento en el sector turístico se ha producido precisamente en tipos de alojamientos y zonas que tradicionalmente no ofertaban estos servicios, de lo que se desprende su mayor extensión territorial.

Hay que destacar, tal como establece el Plan Moderna (Modelo de Desarrollo Económico de Navarra), que el cluster de Hostelería y Turismo ocupa el noveno puesto en cuanto a volumen de empleo, dentro de los clusters exportadores. Además, el estudio de diagnóstico de este plan señala el déficit de profesionales, especialmente de técnicos superiores de formación profesional. Aunando la importancia estratégica del sector con el potencial de recorrido que tiene para su desarrollo futuro, se concibe la importancia de la formación de perfiles laborales especializados como el que aporta este título de Técnico Superior en Guía, Información y Asistencia Turísticas.

Desde el punto de vista de la oferta al visitante, Navarra cuenta con cuatro grandes áreas turísticas (Pirineos, Pamplona y su comarca, zona Media y Ribera), en torno a las cuales se articulan una serie de comarcas específicas que ofrecen los siguientes productos: observación de aves, actividad micológica, ecodestinos, lagunas y embalses, turismo de salud, deporte en la nieve, golf, vías verdes, camino de Santiago, juderías, turismo enológico, cuevas y leyendas, turismo rural y agroturismo, estudiar en Navarra, recursos monumentales y culturales, gastronomía, ciclismo en bicicleta de montaña, caza y pesca, fiestas y tradiciones y senderismo.

Navarra, apoyándose en sus valores turísticos de naturaleza y cultura, en factores transversales y otros sectores de la región, puede aspirar a convertirse en un referente de turismo diferenciado y desarrollar una nueva economía del turismo, donde las empresas diversifiquen una oferta variada de ocio, se profesionalicen todas las fases del proceso turístico, teniendo en cuenta que la tecnología y la innovación jugarán un papel clave en los destinos turísticos, ofreciendo productos singulares y diferenciados, poniendo en valor los atractivos turísticos de Navarra, fundamentalmente los de naturaleza, gastronomía y cultura, mediante acciones de promoción y comercialización.

c) Prospectiva:

El sector turístico es un sector fundamental y pujante en la economía española con un crecimiento constante. En total proporciona empleo a más de dos millones y medio de personas en nuestro país. Son precisamente las actividades relacionadas con el transporte y los viajes, así como «otras actividades turísticas», que incluyen las actividades deportivas, culturales y de información, algunas de las que registran mayores crecimientos en cuanto a trabajadores contratados y desarrollo de ocupaciones relacionadas.

España ha pasado de ser un destino vacacional tradicional, área en la que surgen numerosos competidores (como el resto de países mediterráneos, entre otros), a ser un destacado destino de ferias, congresos y convenciones a nivel mundial. En este subsector, llamado genéricamente de eventos, el valor añadido de las actividades es mayor que en el turismo en general, como también lo es la exigencia de profesionales cualificados y con gran capacidad de innovación, coordinación de tareas y orientación a la calidad. Una de las exigencias en estas tareas es la demanda de guías con capacidad de comunicación en múltiples contextos, así como conocimiento profundo de las localizaciones dónde trabajan.

Por lo que se refiere al transporte, han surgido multitud de servicios complementarios derivados de la gran inversión y mejora de infraestructuras de terminales, como son estaciones de ferrocarril, puertos y aeropuertos. En éstos se potencian de manera notable ocupaciones relacionadas con la atención a pasajeros y servicios a los mismos, para las cuales se precisan profesionales polivalentes y con formación adecuada en áreas de asistencia, idiomas etc. Cabe hacer notar que, hasta ahora, estos trabajos no contaban con formación oficial específica.

Por último, cabe señalar que otra nueva área de expansión del sector es el desarrollo local con base en el turismo. Esta actividad está sirviendo de motor económico para muchas zonas de España e implica multitud de tareas relacionadas con la planificación y la dinamización de entornos a partir de recursos naturales y socioculturales de esas zonas. Para ello, se precisan profesionales con conocimientos específicos para localizar, coordinar y movilizar medios de muy diversa índole.

ANEXO 2

CURRÍCULO

A) *Objetivos generales del ciclo formativo.*

a) Analizar e interpretar diferentes fuentes, seleccionando la información sobre la oferta turística del entorno y las ayudas institucionales para estudiar el potencial de las diferentes áreas territoriales y del mercado turístico de la zona.

b) Realizar procesos de investigación de mercados turísticos, interpretando cada una de las fases secuenciadas para diseñar y modificar productos turísticos de base territorial rentables y de calidad.

c) Identificar los destinos turísticos nacionales e internacionales más relevantes, analizando su oferta, características y ciclos de vida para proponer acciones de promoción y comercialización.

d) Identificar y seleccionar información turística, analizando las fuentes, los medios, el nivel y los procedimientos más adecuados para asesorar e informar al turista en puntos de información, viajes o en el destino, empleando al menos el inglés y otro idioma extranjero.

e) Identificar y seleccionar estrategias de comunicación analizando su adecuación en cada tipo de servicio para guiar y asistir a viajeros en viajes, traslados o visitas, empleando al menos el inglés y otro idioma extranjero.

f) Reconocer y valorar el patrimonio natural y cultural, analizando sus peculiaridades para informar y conducir a turistas y viajeros.

g) Analizar los procesos de servicios y los medios técnicos y humanos, identificando los procedimientos en cada caso para coordinar las operaciones en diferentes tipos de eventos.

h) Reconocer los problemas más comunes asociados al servicio y sus posibles soluciones, analizando y aplicando las técnicas de atención al cliente apropiadas para atender las posibles contingencias, imprevistos y quejas.

i) Analizar los procesos de prestación del servicio, identificando los recursos técnicos y humanos así como los procedimientos habituales en terminales de transporte de viajeros para prestar servicios específicos al cliente.

j) Caracterizar los procedimientos de los servicios y las actuaciones postventa, seleccionando las técnicas apropiadas para la aplicación de los protocolos de calidad.

k) Caracterizar aplicaciones informáticas y de gestión así como las TIC, reconociendo su utilidad para incrementar la eficacia de los servicios prestados.

l) Analizar las actitudes positivas valorando la participación, respeto, tolerancia e igualdad de oportunidades entre las personas para motivar al personal a su cargo y delegar funciones del puesto de trabajo.

m) Identificar las normas de seguridad ambiental y de prevención de riesgos laborales, reconociendo los factores de riesgo y parámetros de calidad asociados a la prestación de los servicios de guía, información y asistencia turísticas para aplicar los protocolos de seguridad laboral y ambiental durante todo el proceso de prestación de servicio.

n) Valorar las actividades de trabajo en los procesos de prestación de los servicios de guía, información y asistencia turísticas, identificando su aportación al proceso global de prestación del servicio para conseguir los objetivos previamente identificados.

ñ) Valorar la diversidad de opiniones como fuente de enriquecimiento, reconociendo otras prácticas, ideas y creencias para resolver problemas y tomar decisiones.

o) Reconocer e identificar posibilidades de mejora profesional, recabando información y adquiriendo conocimientos para la innovación y actualización en el ámbito de su trabajo.

p) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo de la sociedad, analizando el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.

q) Reconocer e identificar posibilidades de negocio, analizando el mercado y estudiando la viabilidad de los proyectos para la generación de su propio empleo.

r) Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todas las personas».

B) Módulos profesionales.

a) Denominación, duración y secuenciación.

Se relacionan los módulos profesionales del Técnico Superior en Guía, Información y Asistencia Turísticas con detalle de su denominación, duración y distribución temporal.

CÓDIGO	DENOMINACIÓN	HORAS TOTALES	CLASES SEMANALES	CURSO
0171	Estructura del mercado turístico	100	3	1.º
0172	Protocolo y relaciones públicas	130	4	1.º
0173*	Marketing turístico	150	5	1.º
0179a (1)	Inglés	100	3	1.º
0180a (1)	Segunda lengua extranjera	100	3	1.º
0383*	Destinos turísticos	150	5	1.º
0384a (1)	Recursos turísticos I	130	4	1.º
0389	Formación y orientación laboral	100	3	1.º
0179b (1)	Inglés	70	3	2.º
0180b (1)	Segunda lengua extranjera	70	3	2.º
0384b (1)	Recursos turísticos II	70	3	2.º
0385*	Servicios de información turística	110	5	2.º
0386*	Procesos de guía y asistencia turística	150	7	2.º
0387*	Diseño de productos turísticos	130	6	2.º
0390	Empresa e iniciativa emprendedora	70	3	2.º
0388	Proyecto de guía, información y asistencia turísticas	30	-	2.º
0391	Formación en centros de trabajo	340	En horario de empresa	2.º

(1) Módulos desdoblados por razones pedagógicas y organizativas en dos bloques formativos secuenciados en los dos cursos académicos.

* Módulos susceptibles (hasta un máximo de dos) de ser impartidos en lengua inglesa o segunda lengua extranjera.

- b) Desarrollo de módulos profesionales.

Módulo Profesional: Estructura del mercado turístico

Código: 0171

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Duración: 100 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha definido la oferta turística junto con los elementos y estructura básica de la misma.
- b) Se han caracterizado los canales de intermediación turística, así como los nuevos sistemas de distribución.
- c) Se han diferenciado las empresas de alojamientos turísticos según su tipología y características básicas.
- d) Se han identificado los diferentes medios de transporte de carácter turístico y los servicios ligados a ellos.

- e) Se ha caracterizado la oferta complementaria.
 - f) Se han descrito las peculiaridades del núcleo turístico.
 - g) Se ha valorado la importancia del turismo en la economía del núcleo turístico.
4. Caracteriza la demanda turística, relacionando los diferentes factores y elementos que la motivan, así como sus tendencias actuales.

Criterios de evaluación:

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

Contenidos.

Contextualización del sector turístico:

- Evolución del turismo.
- Evolución del turismo en la Comunidad Foral de Navarra.
- Entidades públicas y privadas de ámbito local, regional, nacional e internacional relacionadas con el sector turístico.
- Valoración de la actividad turística en el desarrollo de un núcleo poblacional.
- Análisis socioeconómico de la actividad turística en la Comunidad Foral de Navarra y su repercusión en el desarrollo de los distintos núcleos turísticos.
- Valoración de las nuevas tecnologías como fuentes de información y promoción turística.
- Valoración del profesional turístico en el ámbito de su profesión.

Identificación de las tipologías turísticas y sus tendencias:

- Tipologías turísticas y sus características.
- Tipologías turísticas en la Comunidad Foral de Navarra y sus características específicas.
- Localización geográfica de las principales tipologías turísticas.
- Tendencias de las tipologías turística locales y regionales.
- Tendencias de las tipologías turísticas nacionales.
- Tendencias de las tipologías turísticas internacionales.

Análisis de la oferta turística:

- La oferta turística.
- La oferta turística en la Comunidad Foral de Navarra.
- La intermediación turística. Canales de distribución.
- Empresas de alojamientos turísticos.

- Los medios de transporte turísticos.
- La oferta complementaria.
- El núcleo turístico.
- Importancia económica del turismo para el núcleo turístico.
- Importancia económica del turismo para la Comunidad Foral de Navarra y los núcleos turísticos regionales.

Caracterización de la demanda turística:

- Características de la demanda turística en la Comunidad Foral de Navarra.
- Elementos externos que influyen en la elasticidad de la demanda turística.
- Motivaciones de la demanda turística.
- Estacionalidad de la demanda. Acciones de desestacionalización.
- Tendencias actuales de la demanda turística.
- Valoración de la importancia de conocer a la clientela como elemento dinamizador de la demanda.

Orientaciones didácticas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para que el alumnado adquiera las destrezas básicas para el reconocimiento del contexto del mercado del turismo, dotándolo de conocimientos elementales de cómo está estructurado dicho mercado a nivel local, nacional e internacional, haciéndole comprender la importancia de este sector para el desarrollo económico de un área determinada.

Estas destrezas incluyen aspectos fundamentales como:

- Aplicar las nuevas tecnologías y aplicaciones informáticas de gestión de la información.
- Investigar el mercado turístico, ya que este es cambiante y necesita de una constante actualización tanto de las tendencias de la demanda como de la oferta.
- Analizar y caracterizar los elementos básicos que componen el mercado turístico.
- Observar el funcionamiento básico de los distintos sectores o empresas que configuran la oferta y la demanda turística.

Al finalizar este módulo el alumnado debe ser capaz de analizar el mercado turístico para conocer los diferentes tipos de turismo, las necesidades de los consumidores, las estrategias de los competidores y la evolución del sector, con objeto de encontrar oportunidades de negocio; así como programar y ofertar viajes combinados, otros servicios turísticos complejos, servicios para congresos, convenciones, ferias y otros eventos, que se adecuen a las expectativas y necesidades de los clientes en calidad, tiempo y precio, empleando al menos dos idiomas extranjeros.

Este módulo tiene un carácter eminentemente teórico, por lo que sería conveniente que el aula disponga de recursos informáticos, que permitan al alumnado acceder, de manera rápida y actualizada a distintas fuentes de información relacionadas con los contenidos tratados en este módulo.

Por otro lado, hay que fomentar en el alumnado la capacidad de aplicar los conocimientos teóricos de este módulo en el resto de módulos del ciclo, así como relacionar las situaciones prácticas reales con los fundamentos teóricos tratados en este módulo, para conseguir una mejor comprensión de la realidad. De esta manera se garantiza que se puedan adquirir de manera adecuada los objetivos del ciclo formativo en su conjunto.

La secuenciación de contenidos que se propone como más idónea se corresponde con el orden de presentación expuesto en el apartado de contenidos básicos, organizados en los cuatro apartados siguientes:

- Contextualización del sector turístico.

- Identificación de las tipologías turísticas y sus tendencias.
- Análisis de la oferta turística.
- Caracterización de la demanda turística.

Para su trabajo de una manera sistemática y ordenada se propone la división de estos apartados en tres bloques de contenidos:

Bloque I: Introducción al turismo.

Bloque II: La oferta turística.

Bloque III: la demanda turística.

Se aconseja comenzar por el bloque de introducción al turismo para contextualizar el sector turístico, a continuación, relacionar entidades públicas y privadas con dicho sector y por último identificar las tipologías turísticas y sus tendencias. Se sugiere continuar con el bloque de contenidos de la oferta turística para conocer los diferentes tipos de empresas de alojamiento, empresas de intermediación y de transporte, así como la oferta complementaria que puede ofrecer el núcleo turístico. Por último, se vería el bloque de la demanda turística para caracterizar y analizar dicha demanda.

Estos contenidos se organizarán en unidades de trabajo, cada una de las cuales tendrá sentido como entidad propia y estará organizada de tal manera que permita la definición de los objetivos, actividades de enseñanza-aprendizaje y evaluación. El conjunto de todas las unidades de trabajo ha de permitir la consecución de los resultados de aprendizaje del módulo.

Para alcanzar de manera satisfactoria los objetivos que se persiguen en este módulo se sugiere realizar actividades teniendo en cuenta unos principios básicos que son los siguientes:

- Fomentar el uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) en aquellas actividades en las que fuese necesario.
- Mostrar la necesidad de actualización de determinados contenidos de los temas (estadísticas, tendencias de demanda y oferta, etc).
- Que el alumnado adapte los conocimientos generales trabajados en el tema a la comunidad autónoma, provincia o localidad en la que va a desarrollar su actividad laboral.
- Búsqueda de información utilizando fuentes de información solventes y discriminando y seleccionando la más adecuada, actualizada y veraz.
- Uso de lecturas de medios de comunicación de máxima actualidad, que conecte al alumnado con la realidad del mundo que le rodea.
- Proporcionar información sobre empresas e ideas innovadoras que fomente la creatividad del alumnado.

Los recursos complementarios utilizados para desarrollar el módulo se deberían basar en la aplicación de distintas estrategias que fomenten en el alumnado un espíritu de constante actualización e innovación, como por ejemplo:

- Visitas a instalaciones hoteleras y otro tipo de establecimientos que conforman las diferentes categorías en la oferta turística.
- Análisis de proyectos de investigación, fichas de documentación, propuestas pedagógicas, videos y presentaciones informáticas.
- Lectura de artículos de revistas específicas sobre el tema.
- Charlas y coloquios con profesionales en activo que den una visión general del sector y en particular en Navarra.

Finalmente, y por lo que se refiere a la relación de este módulo con los demás incluidos en el currículo, sería conveniente señalar que los contenidos del módulo de Estructura del mercado turístico es básico para la comprensión por parte del alumnado del resto de los contenidos, es decir, tiene una relación directa con cualquiera de los módulos que conforman el título, debe dar al alumnado una visión global del mundo del sector turístico desde una óptica tanto económica como social.

Para concluir, comentar que se procurará trabajar con temas transversales. Dentro de las finalidades educativas sería conveniente tratar los siguientes: educación para igualdad, el civismo, la tolerancia, la solidaridad, el compañerismo, el lenguaje no sexista, respeto y conservación del medio ambiente, etc.

Módulo Profesional: Protocolo y relaciones públicas

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Código: 0172

Duración: 130 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

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

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 han diseñado manuales protocolarios 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.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido los fundamentos y principios de las relaciones públicas.
- b) Se han identificado y caracterizado los elementos de identidad corporativa en empresas e instituciones turísticas.
- c) Se han identificado las principales marcas de entidades públicas y privadas del sector turístico.
- d) Se ha identificado y clasificado el concepto de imagen corporativa y sus componentes.
- e) Se han reconocido distintos tipos de imagen proyectadas por empresas e instituciones turísticas.

- f) Se han identificado los procesos y los canales de comunicación.
 - g) Se han aplicado diversas técnicas de expresión verbal y no verbal.
 - h) Se han reconocido y valorado los diferentes recursos de las relaciones públicas.
 - i) Se han seleccionado diferentes medios de comunicación dependiendo del producto a comunicar.
 - j) Se ha valorado la importancia de la imagen, la identidad corporativa, la comunicación y las relaciones públicas en las empresas e instituciones turísticas.
4. Establece comunicación con el cliente relacionando las técnicas empleadas con el tipo de usuario.

Criterios de evaluación:

- a) Se han analizado los objetivos de una correcta atención al cliente.
 - b) Se han caracterizado las técnicas de atención al cliente.
 - c) Se han diferenciado las modalidades de atención al cliente.
 - d) Se han aplicado las acciones del contacto directo y no directo.
 - e) Se han utilizado las técnicas de comunicación con el cliente.
 - f) Se han caracterizado los diferentes tipos de clientes.
 - g) Se han demostrado las actitudes y aptitudes en los procesos de atención al cliente.
 - h) Se han definido las técnicas de dinamización e interacción grupal.
5. Gestiona las quejas, reclamaciones y sugerencias, describiendo las fases establecidas de resolución para conseguir una correcta satisfacción del cliente.

Criterios de evaluación:

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

Criterios de evaluación:

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

- e) Se ha conseguido alcanzar una actitud profesional.
- f) Se ha seguido una actitud de discreción.
- g) Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa.

Contenidos.

Introducción al protocolo:

- Definición. Origen y evolución del protocolo.
- Importancia del dominio del protocolo en las empresas de hostelería y proyección de los actos protocolarios.
- Reglas básicas del protocolo.
- Tipos de protocolo.

Aplicación del protocolo institucional:

- Definición y elementos del protocolo institucional.
- Tipos de presidencias en actos oficiales.
- Sistemas de organización de invitados.
- Interés por la normativa en materia de protocolo y precedencias oficiales del Estado y de las Comunidades Autónomas.
- Proyección de actos protocolarios.
- Diseño de invitaciones.
- Las visitas de Estado.
- Ordenación de banderas dentro de los actos protocolarios.

Aplicación del protocolo empresarial:

- Tipos y objetivos de los actos protocolarios empresariales.
- Identificación del público objetivo y adecuación del acto.
- Manual protocolario y de comunicación de una empresa.
- Actos protocolarios empresariales.
- Elaboración del programa y cronograma del acto a organizar.

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

- Aplicación y valoración de las RR.PP. en el ámbito turístico empresarial e institucional.
- Recursos de las relaciones públicas.
- La imagen corporativa.
- La expresión corporal. La imagen personal. Habilidades sociales.
- Tipos de imagen.
- La imagen del turismo español.

La comunicación con los clientes:

- Proceso de la comunicación.
- Comunicación no verbal.
- Comunicación verbal.

- Variables de la atención al cliente.
- Modalidades de atención al cliente.
- Puntos clave de una buena atención al cliente según la fase de contacto de este con la empresa.
- La fidelización del cliente.

Gestión de quejas, reclamaciones y sugerencias:

- Quejas, reclamaciones y sugerencias.
- Principales motivos de quejas del cliente de las empresas de hostelería y turismo.
- Elementos de recogida de quejas, reclamaciones o sugerencias.
- Fases de la gestión de quejas y reclamaciones.
- Normativa legal vigente en materia de reclamaciones de clientes en establecimientos de empresas turísticas.
- Utilización de herramientas informáticas de gestión en reclamaciones.

Actitudes de atención al cliente:

- Actitud de servicio al cliente.
- Actitud de respeto hacia clientes, superiores, personal dependiente y compañeros.
- Actitud profesional.
- El valor de la discreción dentro del ámbito laboral.
- El valor de la imagen corporativa.

Orientaciones didácticas.

El objetivo de este módulo es que el alumnado adquiera la formación necesaria para desempeñar las funciones de atención al cliente y conocimientos del protocolo institucional y empresarial, desarrollando, entre otras, las actitudes y destrezas siguientes:

- Desarrollar actitudes en el alumnado en referencia a todos los aspectos relacionados con la atención al cliente.
- Adquirir las herramientas básicas de protocolo institucional.
- Analizar y proyectar el protocolo en los actos empresariales.
- Gestionar herramientas de resolución de quejas, reclamaciones y sugerencias.

Al finalizar este módulo, el alumnado debe ser capaz de proporcionar la información requerida por el cliente, aplicar el protocolo institucional y empresarial, aplicar los fundamentos de las reglas de protocolos en el ámbito turístico, comunicarse y atender correctamente a los clientes y aplicar los procedimientos usuales ante reclamaciones, quejas o sugerencias.

Debido a las características de la profesión, tienen una gran importancia las competencias sociales y personales del trabajador/a, por lo que, no solo se deberían potenciar los aspectos técnicos, sino también, aquellos valores que fomenten la calidad profesional y humana del alumnado durante su periodo de aprendizaje en el ciclo.

Este módulo tiene carácter teórico práctico, por lo que sería conveniente que el aula estuviera dotada de equipos informáticos con software para la aplicación de simuladores en la prestación de información a clientes produciendo mensajes orales y escritos. En cualquier caso, el docente establecerá barreras que obliguen al alumnado a percibir mensajes distorsionados en los que la comunicación se vea dificultada y la toma de decisiones pueda resultar equivocada, cometiendo errores que permitan adaptarse a situaciones reales.

Por otro lado, hay que fomentar en el alumnado la capacidad de aplicar los conocimientos teóricos de este módulo en el resto de módulos del ciclo, así como relacionar las situaciones prácticas reales con los fundamentos teóricos tratados en este módulo, para conseguir una mejor comprensión de la realidad. De esta manera se garantiza que se puedan adquirir de manera adecuada los objetivos del ciclo formativo en su conjunto.

La secuenciación de contenidos que se propone como más adecuada se corresponde con el orden de presentación expuesto en el apartado de contenidos básicos, ya que las funciones de atención al cliente y conocimientos del protocolo institucional y empresarial incluyen aspectos como:

- Introducción al protocolo.
- Protocolo institucional básico.
- Protocolo empresarial.
- Elementos de una correcta atención al cliente.
- Gestión de quejas, reclamaciones y sugerencias.
- Actitudes básicas referentes a una correcta atención al cliente.

Para su trabajo de una manera sistemática y ordenada se propone la división de estos contenidos en tres bloques de contenidos:

Bloque I: Introducción y aplicación del protocolo en la gestión de eventos.

Bloque II: Comunicación, información y atención al cliente.

Bloque III: Atención de reclamaciones, quejas o sugerencias.

Al comenzar por el bloque I, se conocen las bases del protocolo y su aplicación en la organización y diseño de actos protocolarios de naturaleza muy diversa. En el bloque II se tratan los contenidos de comunicación, información y atención al cliente, comenzando por el proceso de comunicación, ya que el alumnado debe ser capaz de entender la importancia de escuchar, como paso previo al conocimiento del tipo de cliente con quien se enfrenta en cada caso. Posteriormente se abordará el proceso de atención al cliente, evitando aquellas situaciones que tengan o puedan tener como consecuencia, la aparición de conflictos. Finalmente el bloque III permite conseguir un tratamiento eficaz de reclamaciones, quejas y sugerencias. Por tanto, alcanzar la satisfacción total de los clientes es un objetivo síntesis en este módulo profesional.

Estos contenidos se organizarán en unidades de trabajo, cada una de las cuales tendrá sentido como entidad propia y estará organizada de tal manera que permita la definición de los objetivos, actividades de enseñanza-aprendizaje y evaluación. El conjunto de todas las unidades de trabajo ha de permitir la consecución de los resultados de aprendizaje del módulo.

Para alcanzar de manera satisfactoria los objetivos que se persiguen en este módulo se sugieren realizar, entre otras, las siguientes actividades:

- Analizar actos públicos comprobando el grado de cumplimiento de las reglas básicas de protocolo.
- Búsqueda activa de los títulos históricos que poseen personas concretas de la nobleza y realeza.
- Analizar las causas que han hecho acreedores a los últimos galardonados con la medalla al mérito turístico y con las placas al mérito turístico.
- Diseñar y organizar actos protocolarios de naturaleza muy diversa.
- Identificar el tratamiento que se otorga a distintas personalidades.
- Buscar en Internet (periódico digital), o un periódico de actualidad, las principales noticias de reuniones empresariales que han tenido lugar en Navarra, en el contexto nacional o internacional, para realizar un análisis y debate de organización del protocolo (tipo de acto, fotografías, anfitriones, invitados y desarrollo de la reunión).

- Plantear diferentes situaciones de protocolo, típicas en una empresa turística, para caracterizar los actos mediante la definición de su estructura y organización interna, sus documentos y sus peculiaridades.
- Realización de planos y gráficos de organización de salones, de espacios, de banderas, de mobiliario, de personas, de medios de comunicación y de todo aquello que pueda ser partícipe de un acto de este tipo.
- Estudiar casos concretos de relaciones públicas a mantener por una empresa o institución turística en una campaña de promoción, valorando la importancia de la imagen y la identidad corporativa.
- Diseñar un stand que una empresa turística exhibirá en FITUR detallando todo lo necesario para su instalación.
- Practicar métodos de intervención en diferentes situaciones asociadas a procesos de reclamaciones o quejas como oportunidad para fidelizar clientes.

Respecto a los contenidos asociados a la calidad del servicio, en este caso de protocolo, hay que huir de un concepto vacío, una expresión recurrente o como algo a conseguir en el futuro. Es importante que el concepto de calidad, con unos determinados estándares, se entienda como algo que está presente en el día a día, en cada uno de los eventos cuyo protocolo se organice, no dejando nada al azar y asegurando que el acto protocolario se desarrolla con normalidad y sin situaciones incómodas para ninguna de las personas participantes.

Los contenidos del módulo de Protocolo y relaciones públicas constituyen un elemento integrador del resto de los módulos del ciclo, al relacionar en su desarrollo los conocimientos de los diferentes módulos. Los contenidos de este módulo son básicos para la comprensión por parte del alumnado del resto de los contenidos, es decir, tiene una relación directa con cualquiera de los módulos que conforman el título.

La coordinación entre el profesorado que imparta estos módulos profesionales será fundamental, ya no solamente porque se debe garantizar una formación homogénea y los mismos criterios de actuación, sino porque el alumnado podrá comprender mejor más de una figura profesional, actuando en el montaje cuando interpreta órdenes, y en el diseño para aquellos momentos en que pueda estar impartiendo.

Por último, se procurará trabajar con temas transversales y se fomentará el trabajo en equipo, diseñando los trabajos o actividades por equipos de alumnos/as, para conseguir que los participantes profundicen en algo tan usual en este sector como el trabajo colaborativo.

Módulo Profesional: Marketing turístico

Código: 0173

Equivalencia en créditos ECTS: 10

Duración: 150 horas

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 el consumidor.
- g) Se han comparado las diferentes estructuras y enfoques de dirección de marketing.
- h) Se ha identificado la necesidad del marketing en la función comercial de la empresa turística.
- i) Se han analizado las tendencias del marketing en turismo.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado y clasificado la segmentación del 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.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los elementos del marketing mix.
- b) Se han identificado las etapas del ciclo de vida de un producto y su relación con la toma de decisiones estratégicas.
- c) Se ha analizado los elementos y niveles del producto, así como la aplicación de un sistema de "servucción".
- d) Se han caracterizado las distintas políticas de marcas en el sector turístico y se ha valorado la importancia de diferenciar el producto.

- e) Se ha valorado la importancia del precio y sus condicionantes como instrumento comercial en las empresas turísticas.
 - f) Se han calculado los precios mediante la fijación de métodos de precios idóneos para el sector turístico.
 - g) Se ha reconocido la importancia de la publicidad, las RRPP, promoción de ventas y merchandising en el sector turístico.
 - h) Se ha valorado la función de las ferias turísticas y otros encuentros profesionales como instrumentos de marketing estableciendo la diferencia con otras estrategias promocionales.
 - i) Se han identificado los canales de distribución/comercialización directa e indirecta en el sector turístico.
 - j) Se ha reconocido la importancia de los sistemas de distribución global y su impacto en la industria turística.
4. Aplica las nuevas tecnologías en el marketing turístico analizando sus aplicaciones y oportunidades en el desarrollo de políticas de dicho marketing.

Criterios de evaluación:

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

7. Caracteriza los criterios del "consumerismo" relacionándolos con sociedad, marketing y ética.

Criterios de evaluación:

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

Contenidos.

Caracterización del marketing turístico:

- Marketing turístico.
- Relación con el sector de la hostelería y el turismo.
- Características de los servicios y productos turísticos.
- Evolución de la función del marketing: orientación hacia el consumidor.
- Enfoques de la dirección del marketing.
- El futuro del marketing.

Interpretación de la segmentación de mercados turísticos:

- Concepto de segmentación y su utilidad.
- Requisitos para que la segmentación sea efectiva.
- Variables de segmentación más utilizadas en turismo.
- Aplicación de la segmentación al diseño de la estrategia comercial de las empresas turísticas.
- Tipos de estrategias de cobertura del mercado.
- Posicionamiento en el mercado: conceptos. Estrategias. Métodos.
- Instrumentos comerciales y compatibilidad de los segmentos.

Identificación del marketing-mix y sus elementos:

- Aplicación y estrategias.
- El producto-servicio. Niveles y elementos.
- La "servucción".
- El ciclo de vida del producto y de los destinos turísticos.
- Desarrollo y lanzamiento de los nuevos productos turísticos.
- Políticas de marcas en el sector turístico.
- Políticas de precios en el sector turístico.
- Métodos de fijación de precios.
- La promoción turística en el mix promocional: la publicidad, las relaciones públicas, las promociones de ventas/merchandising, las ferias turísticas, Work shops, Fam- trips y otros.
- Escaparatismo, marketing en el punto de venta.

Análisis de las nuevas tecnologías aplicadas al marketing turístico:

- Marketing directo en turismo y nuevas tecnologías.
- Marketing en internet.
- Bases de datos.
- Objetivos generales del desarrollo de una base de datos de marketing.
- Marketing directo.
- Materiales de soporte y de desarrollo de políticas de marketing directo.
- El marketing directo y su desarrollo.

Caracterización y elaboración del plan de marketing:

- Plan de marketing. Elementos y finalidad.
- Análisis y previsiones sobre los factores del entorno.
- Segmentación y público objetivo.
- Planes de acción: estrategias y tácticas.
- Objetivos y cuotas de ventas.
- Recursos necesarios para respaldar las estrategias y alcanzar los objetivos.
- Seguimiento y control del marketing.
- Presentación y promoción del plan.
- Casos prácticos.
- Auditoría ambiental del plan.

Interpretación del proceso de decisión en el consumidor:

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

Caracterización de los criterios de consumerismo:

- Descripción y análisis de sistemas y conceptos básicos.
- El consumerismo.
- Descripción, concepto y características.
- La evolución en España.
- La reacción de la empresa y su respuesta.
- Normativa que regula al consumidor y sus derechos en la U.E. y en España: legislación genérica y específica.
- Derechos y deberes de los consumidores.
- Reclamaciones.

Orientaciones didácticas.

El objetivo de este módulo es que el alumnado adquiera las destrezas básicas para analizar el mercado turístico teniendo en cuenta las necesidades de los consumidores, las estrategias de los competidores y la evolución del sector, con objeto de encontrar oportunidades de negocio. Estas destrezas incluyen aspectos como:

- Reconocer los elementos básicos que componen el marketing turístico.
- Interpretar y reconocer la segmentación y el posicionamiento del producto-servicio en el mercado.
- Identificar los elementos del marketing-mix en el sector turístico.
- Aplicar las nuevas tecnologías en el marketing turístico.
- Caracterizar el plan de marketing.
- Reconocer y analizar el proceso de decisión de compra de los consumidores.
- Caracterizar los criterios del consumerismo.

Al finalizar este módulo, el alumnado debe ser capaz de aplicar técnicas de marketing útiles para desarrollar acciones comerciales, reflejar la imagen de la empresa, diseñar y comercializar un folleto turístico y elaborar y presentar un plan de marketing.

Desde el punto de vista didáctico, este módulo tiene carácter teórico-práctico, lo que implica que la teoría y la práctica, como aspectos de un mismo proceso de enseñanza-aprendizaje, deben constituir un proceso continuo que facilite la realización de las actividades que lleve a cabo el alumnado.

Sería conveniente que el aula dispusiera de recursos informáticos que permitieran al alumnado acceder, de manera rápida y actualizada, a distintas fuentes de información relacionadas con los contenidos incluidos en el módulo.

La secuenciación de contenidos que se propone como más idónea se corresponde con el orden de presentación expuesto en el apartado de contenidos básicos organizados en los siete apartados de contenidos siguientes:

- Marketing turístico.
- Segmentación de mercados turísticos.
- Marketing-mix.
- Nuevas tecnologías aplicadas al marketing turístico.
- Plan de marketing.
- Proceso de decisión en el consumidor.
- Consumerismo.

Para su trabajo de manera sistemática y ordenada se propone la división de estos apartados en tres bloques de contenidos:

Bloque I: Marketing turístico y segmentación de mercados.

Bloque II: Plan de marketing y marketing-mix.

Bloque III: Consumo y proceso de decisión de compra.

Se aconseja comenzar por el bloque de marketing turístico analizando las causas que han hecho que la actividad turística haya experimentado en las últimas décadas un crecimiento espectacular. Los cambios constantes y rápidos que se dan en los mercados actuales, entre los que destacan la globalización, la elevada y fuerte competencia y la revolución tecnológica (cuyo principal exponente es Internet), están dando lugar a un nuevo entorno empresarial, remodelando los mercados y los negocios y, a su vez, influyendo en la manera de actuar de las empresas. Si a esto se añade la evolución de las necesidades y demandas de los clientes, las empresas turísticas no escapan a las exigencias de la aplicación del marketing para mejorar en la forma de hacer las cosas, de modo que la empresa alcance sus objetivos y que el cliente satisfaga sus deseos y necesidades.

Se sugiere continuar con el bloque de contenidos de marketing mix ya que una vez establecida la estrategia habrá que establecer qué variables pueden ser utilizadas para llegar al mercado con eficacia. Dichas variables han de combinarse adecuadamente con el fin de desarrollar la estrategia comercial y alcanzar los objetivos previstos. Las empresas turísticas necesitan planificar de forma estructurada y sistemática sus acciones de marketing para periodos de tiempo determinados y el instrumento que utilizan para ello se denomina plan de marketing. A su vez, las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) están cambiando radicalmente las relaciones de las empresas turísticas con los consumidores y, por tanto, la forma de entender la actividad turística y la aplicación al marketing turístico.

Por último, se vería el bloque de consumo y proceso de decisión de compra ya que en el sector turístico el consumidor es una pieza vital en la que se centra el marketing turístico. El turista es el núcleo de las decisiones comerciales de la empresa.

Estos contenidos se organizarán en unidades de trabajo, cada una de las cuales tendrá sentido como entidad propia y estará organizada de tal manera que permita la definición de los objetivos, actividades de enseñanza-aprendizaje y evaluación. El conjunto de todas las unidades de trabajo ha de permitir la consecución de los resultados de aprendizaje del módulo.

Para alcanzar de manera satisfactoria los objetivos que se persiguen en este módulo se sugiere realizar actividades teniendo en cuenta unos principios básicos, que son los siguientes:

- Fomentar el uso de las nuevas tecnologías en aquellas actividades en las que fuese necesario.
- Mostrar la necesidad de actualización de determinados contenidos de los temas (estadísticas, tendencias, etc.).
- Adaptar y aplicar los conocimientos generales desarrollados en el tema a la comunidad autónoma, provincia o localidad en la que va a desarrollar su actividad laboral.
- Búsqueda de información utilizando fuentes de información solventes y discriminando y seleccionando la más adecuada, actualizada y veraz.
- Uso de lecturas de medios de comunicación de máxima actualidad, que conecte al alumnado con la realidad del mundo que le rodea.
- Proporcionar información sobre empresas e ideas innovadoras que fomente la creatividad del alumnado.

Además de las actividades cortas de propósito concreto, se sugiere realizar actividades de largo alcance organizadas en unidades de trabajo, como las siguientes:

- Diseño y elaboración de un folleto describiendo sus fases y acopio de documentación necesaria.
- Confección de un plan de marketing explicando sus diferentes fases.

–Actividades relacionadas con la aplicación de las nuevas fórmulas de marketing adaptadas a las tendencias más actuales.

Los contenidos del módulo profesional de Marketing turístico constituyen un elemento integrador del resto de los módulos del ciclo formativo al relacionar en su desarrollo los conocimientos de los diferentes módulos y convertirse en una de las herramientas más efectivas y de mayor uso en la gestión de un negocio o, incluso, de un destino turístico. Este módulo aporta aprendizajes nucleares para el mantenimiento y promoción de una empresa turística en el mercado actual.

Los recursos didácticos y materiales de trabajo para este módulo han de ser amplios y variados, entre los que cabe destacarse:

- Simulación de agencia de viajes-oficina. Archivadores, estanterías, material diverso de oficina.
- Manuales y libros en biblioteca de aula. Podría emplearse algún manual de referencia para el alumnado.
- Ordenadores instalados en red con acceso a internet.
- Sistema de proyección para presentaciones.
- Impresora de alta resolución.
- Modelos informáticos de gestión de destinos turísticos.
- Mapas digitales para la promoción del destino.
- Licencia de GDS, LDS, y de proveedores de servicios turísticos.
- Material impreso: mapas turísticos, folletos de diferentes zonas turísticas u otros.
- Guías de viajes de España, Europa y resto del mundo.
- Folletos de información turística de la Comunidad Foral de Navarra, de distintas CCAA y resto de países.
- Prensa general y especializada del sector turístico.

Módulo Profesional: Inglés

Equivalencia en créditos ECTS: 4

Código: 0179a

Duración: 100 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Reconoce las principales ideas de una información oral emitida en inglés sobre temas de su interés o de las actividades de la vida cotidiana, en situaciones de comunicación presencial y no presencial, cuando sus interlocutores emiten un discurso claro y con lentitud.

Criterios de evaluación:

- a) Se han comprendido en su integridad los mensajes cortos, como avisos, advertencias o anuncios, siempre que no exista gran distorsión provocada por sonidos ambientales.
- b) Se han identificado con precisión datos y hechos concretos relacionados con elementos predecibles de su actividad, tales como números, cantidades y tiempos.
- c) Se ha identificado el tema de conversación entre hablantes nativos cuando esta se produce con claridad y en lenguaje estándar.
- d) Se ha interpretado sin dificultad el discurso que se le dirige con claridad, relacionado con sus actividades cotidianas, si tiene ocasión de pedir, ocasionalmente, que le repitan o reformulen lo que le dicen.
- e) Se han identificado los elementos esenciales de las informaciones contenidas en discursos grabados o comunicaciones no presenciales referidas a asuntos cotidianos previsibles, si el discurso se ha formulado con claridad y lentitud.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha leído con un alto grado de independencia, adaptando el estilo y la velocidad de la lectura a distintos textos y finalidades y utilizando fuentes de referencia apropiadas de forma selectiva.
- b) Se ha interpretado la correspondencia relativa a su especialidad, captando fácilmente el significado esencial.
- c) Se han interpretado, con todo detalle, textos extensos y de relativa complejidad, relacionados con su especialidad, siempre que se puedan volver a leer las secciones difíciles.
- d) Se ha identificado con rapidez el contenido y la importancia de noticias, artículos e informes sobre una amplia serie de temas profesionales, y decidido si es oportuno un análisis más profundo.
- e) Se han realizado traducciones de textos complejos relativos a su ámbito profesional utilizando material de apoyo en caso necesario.
- f) Se han interpretado mensajes técnicos recibidos a través de soportes telemáticos: e-mail, fax.
- g) Se han interpretado instrucciones extensas y complejas, que estén dentro de su especialidad.

3. Se expresa oralmente con razonable fluidez y claridad sobre temas de la vida cotidiana, en situaciones de comunicación interpersonal presencial o a distancia empleando palabras y expresiones sencillas.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha expresado el discurso con una entonación adecuada y una pronunciación clara y comprensible aunque sea evidente el acento extranjero y los interlocutores puedan pedir, ocasionalmente, repeticiones.

- b) Se han realizado descripciones o narraciones de hechos o acontecimientos no previstos de antemano con un nivel de detalle suficiente para su correcta comprensión.
 - c) Se han empleado circunloquios para salvar dificultades con el vocabulario.
 - d) Se ha expresado con precisión, empleando un vocabulario suficiente y frases sencillas relativamente estandarizadas, la información relativa a cantidades, números, características y hechos relacionados con su campo profesional.
 - e) Se ha adecuado la expresión oral en inglés a la situación comunicativa, incluyendo los elementos requeridos de comunicación no verbal.
4. Cumplimenta en inglés documentos y redacta cartas, mensajes o instrucciones relacionados con su ámbito de interés, con la cohesión y coherencia requeridas para una comunicación eficaz.

Criterios de evaluación:

- a) Se han cumplimentado con corrección y empleando la terminología específica, formularios, informes breves y otro tipo de documentos normalizados o rutinarios.
 - b) Se han redactado cartas, faxes, correos electrónicos, notas e informes sencillos y detallados de acuerdo con las convenciones apropiadas para estos textos.
 - c) Se han resumido con fiabilidad informaciones procedentes de revistas, folletos, Internet y otras fuentes, sobre asuntos rutinarios, pudiendo utilizar las palabras y la ordenación de los textos originales para generar textos breves o resúmenes coherentes en un formato convencional.
 - d) Se han redactado cartas, descripciones y otros escritos sobre temas generales o de interés personal que incluyan datos, opiniones personales o sentimientos, con razonable nivel de detalle y precisión.
 - e) Se han elaborado todos los documentos propios de su actividad con una corrección razonable en los elementos gramaticales básicos, en los signos de puntuación y en la ortografía de palabras habituales, con una estructura coherente y cohesionada, y empleando un vocabulario suficiente para expresarse sobre la mayoría de los temas de su interés en la vida ordinaria.
 - f) Se han tenido en cuenta las características socioculturales del destinatario y el contexto en el que se produce la comunicación en la producción de los documentos escritos.
 - g) Se han aplicado criterios de contextualización y de coherencia en la selección de la información procedente de las herramientas de traducción.
5. Se comunica oralmente en inglés con otros interlocutores manteniendo un intercambio sencillo y directo sobre asuntos cotidianos de su interés.

Criterios de evaluación:

- a) Se han iniciado, mantenido y terminado conversaciones presenciales sencillas sobre temas de interés personal.
- b) Se ha participado sin dificultad en intercambios verbales breves sobre situaciones rutinarias en las que se abordan temas conocidos.
- c) Se han requerido ocasionalmente aclaraciones o repeticiones de alguna parte del discurso emitido por los interlocutores cuando se refiere a situaciones predecibles.
- d) Se han empleado las convenciones adecuadas para entablar o finalizar conversaciones de manera adecuada al contexto comunicativo.
- e) Se ha ajustado la interacción oral, incluyendo el lenguaje no verbal, al medio de comunicación (presencial o no presencial), a la situación comunicativa (formal o informal) y a las características socioculturales del interlocutor.
- f) Se ha manifestado una riqueza de vocabulario suficiente para expresarse en torno a las situaciones rutinarias de interacción social en su ámbito profesional.

Contenidos.

Análisis de mensajes orales:

- Comprensión de mensajes cotidianos.
- Mensajes directos y telefónicos.
- Terminología básica específica del sector profesional.
- Ideas principales y secundarias.
- Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, phrasal verbs, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales.
- Otros recursos lingüísticos: acuerdo y desacuerdo, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia.

Interpretación de mensajes escritos:

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

Producción de mensajes orales:

- Mensajes orales:
 - Registros utilizados en la emisión de mensajes orales.
 - Terminología básica específica del sector profesional. "False friends".
 - Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, phrasal verbs, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales.
 - Otros recursos lingüísticos: acuerdo y desacuerdo, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia.
 - Fonética. Sonidos y fonemas vocálicos y sus combinaciones y sonidos y fonemas consonánticos y sus agrupaciones.

Emisión de textos escritos:

- Expresión y cumplimentación de mensajes y textos básicos profesionales y cotidianos:
 - Currículo vitae y soportes telemáticos: fax, e-mail, burofax.
 - Terminología básica específica del sector profesional.
 - Idea principal e ideas secundarias.
 - Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, phrasal verbs, verbos modales, locuciones, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto.
- Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.
- Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.

–Coherencia textual:

- Adecuación del texto al contexto comunicativo.
- Tipo y formato de texto.
- Variedad de lengua. Registro.
- Selección léxica, de estructuras sintácticas y de contenido relevante.
- Inicio del discurso e introducción del tema. Desarrollo y expansión: ejemplificación, conclusión y/ o resumen del discurso.
- Uso de los signos de puntuación.

Interacción oral:

–Mantenimiento y seguimiento del discurso oral:

- Toma, mantenimiento y cesión del turno de palabra.
- Apoyo, demostración de entendimiento, petición de aclaración, etc.
- Acomodación del estilo comunicativo al destinatario, el contexto y el objetivo de la comunicación.
- Entonación como recurso de cohesión del texto oral: uso de los patrones de entonación.
- Utilización de estrategias de comunicación no verbal para reforzar la interacción oral.

Orientaciones didácticas.

Este módulo profesional tiene como objetivo fundamental consolidar la competencia lingüística con la que el alumnado accede a esta formación y reforzarla en el contexto del sector profesional, haciendo especial hincapié en las destrezas que le permitan desenvolverse con comodidad en las situaciones comunicativas habituales de la vida ordinaria y profesional. Considerando la relevancia que tiene un manejo competente de los idiomas dentro del perfil profesional del título en el que se enmarca este módulo de Inglés, se ha estimado la conveniencia de dividirlo entre los dos cursos para evitar que se produzca una interrupción en la utilización del idioma durante la formación del alumnado.

Diversos estudios europeos referentes a las necesidades manifestadas por los trabajadores respecto al empleo del idioma en situaciones relacionadas con su actividad laboral ponen de manifiesto que dichas necesidades deben atender, primeramente, a interacciones sociales no estrictamente profesionales, por lo que el enfoque de este módulo, más que dirigido a la formación del alumnado en el inglés técnico más propio de la profesión, persigue la utilización del idioma en situaciones de comunicación ordinarias, sin renunciar, como es lógico, a introducir el contexto profesional propio del sector en las actividades de enseñanza - aprendizaje que se propongan en el aula.

Por todo ello, y en consonancia con lo que se propone en el Marco Europeo de referencia para las lenguas, el módulo se debe enfocar hacia la consecución, por parte del alumnado, de una comunicación eficaz en situaciones ordinarias y profesionales reales. Con esta finalidad, el proceso de enseñanza- aprendizaje se debería enfocar desde un punto de vista eminentemente práctico, en el que la enseñanza de la gramática sea observada como revisión de lo estudiado en cursos anteriores y se contextualice en situaciones comunicativas de interés real para el alumnado, lo que favorecerá que este adquiera conciencia de la necesidad de desenvolverse de forma independiente en el idioma objeto de aprendizaje. Así mismo, convendría centrar el esfuerzo en que los alumnos sean capaces, en un primer estadio, de comunicarse de manera autónoma y coherente, para incidir posteriormente en la corrección, fluidez y exactitud de la expresión. La utilización, de manera exclusiva, del idioma inglés en el aula, tanto por parte del profesor o profesora como por parte del alumnado, supondrá una contribución importante a los objetivos que se persiguen.

Las actividades que se realicen en el proceso de enseñanza-aprendizaje debieran diseñarse de manera que expongan al alumnado a situaciones comunicativas lo más auténticas posible, que

potencien de manera especial las destrezas de comprensión y expresión oral y, por tanto, de interacción.

El ejercicio de las destrezas de comprensión lectora puede proporcionar una buena ocasión para contextualizar el aprendizaje en el campo profesional, extrayendo datos, informaciones y vocabulario específico de documentos reales que, en buena medida, serán accesibles a través de Internet. De manera similar puede contribuir la realización por parte de los alumnos y alumnas de presentaciones electrónicas en las que se describan procesos de trabajo, instrucciones de operación, funcionamiento de equipos, etc. relativos a su campo profesional.

Las tecnologías de la comunicación suponen una herramienta muy valiosa para colocar al alumnado en situaciones reales de comunicación, algunas de las cuales ya han sido mencionadas, y a las que cabría añadir otras del tipo webquest, intercambio de correo electrónico con e-pals, participación en blogs, etc., sin olvidar Internet como fuente casi inagotable de recursos (diccionarios, podcasts, vodcasts, publicaciones técnicas...) a los que se accede fácil y, en muchos casos, gratuitamente. Así mismo, conviene tener presente que los ciclos formativos son la plataforma que permite la participación del alumnado en programas internacionales de aprendizaje permanente, lo que puede suponer un estímulo añadido para plantear situaciones comunicativas muy reales de su interés.

Otro aspecto al que conviene prestar atención es al desarrollo de las competencias sociolingüísticas, que deben impregnar todo el proceso de enseñanza-aprendizaje. Es importante que, en el marco de esta formación con vocación finalista, se garantice que el alumnado conoce las convenciones en el uso de la lengua, las normas de cortesía, las diferencias de registro y la trascendencia de su uso adecuado y, en general, las características culturales más definitorias de la idiosincrasia de los países que tienen al inglés como lengua materna.

En lo que se refiere a la evaluación, se sugiere que este proceso se centre en la valoración de la competencia comunicativa del alumno, es decir, de la forma de poner en acción sus conocimientos y destrezas lingüísticas y su capacidad para utilizar diferentes estrategias de comunicación. Con este objetivo se han señalado los criterios de evaluación de este módulo y, en la misma línea, el Marco Europeo de referencia para las lenguas puede resultar un instrumento muy valioso para diseñar herramientas de evaluación.

Módulo Profesional: Segunda lengua extranjera

Código: 0180a

Equivalencia en créditos ECTS: 4

Duración: 100 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

- h) Se ha respondido a preguntas breves complementarias relativas a su profesión.
 - i) Se ha intercambiado, con cierta fluidez, información específica utilizando frases de estructura sencilla.
4. Elabora textos sencillos, relacionando reglas gramaticales con el propósito de los mismos.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha cumplimentado información básica requerida en distintos tipos de documentos.
 - b) Se ha elaborado una solicitud de empleo a partir de una oferta de trabajo dada.
 - c) Se ha redactado un breve currículum.
 - d) Se ha cumplimentado un texto dado con apoyos visuales y claves lingüísticas aportadas.
 - e) Se ha redactado una carta comercial a partir de instrucciones detalladas y modelos dados.
 - f) Se han realizado resúmenes breves de textos sencillos, relacionados con su entorno profesional.
5. Aplica actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación, describiendo las relaciones típicas características del país de la lengua extranjera.

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido los rasgos más significativos de las costumbres y usos de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.
- b) Se han descrito los protocolos y normas de relación social propios del país de la lengua extranjera.
- c) Se han identificado los valores y creencias propios de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.
- d) Se han identificado los aspectos socio-profesionales propios del sector, en cualquier tipo de texto.
- e) Se han aplicado los protocolos y normas de relación social propios del país de la lengua extranjera.
- f) Se han reconocido los marcadores lingüísticos de la procedencia regional.

Contenidos.

Reconocimiento de mensajes orales básicos:

- Comprensión de mensajes orales en situaciones diversas: habituales, personales y profesionales.
- Mensajes sencillos directos, telefónicos y grabados.
- Ideas principales.
- Recursos gramaticales: estructura de la oración, tiempos verbales, nexos.
- Otros recursos lingüísticos: acuerdos y desacuerdos, opiniones y consejos.
- Reconocimiento de mensajes orales provenientes de hablantes cuya lengua materna no es la lengua extranjera o sean originarios provenientes de países no europeos hablantes de esta lengua.

Interpretación de mensajes escritos básicos:

- Comprensión global de documentos sencillos relacionados con situaciones tanto de la vida profesional como cotidiana.
- Ideas principales.

- Síntesis de ideas al leer documentos escritos (correos electrónicos, faxes, instrucciones, entre otros).
- Recursos gramaticales: estructura de la oración, tiempos verbales, nexos.
- Relaciones temporales básicas: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.

Producción de mensajes orales básicos:

- Creación de la comunicación oral.
- Registros utilizados en la emisión de mensajes orales.
- Participación en conversaciones y exposiciones relativas a situaciones de la vida profesional.
- Expresión fónica, entonación y ritmo.
- Marcadores lingüísticos de relaciones sociales, normas de cortesía y diferencias de registro.
- Aplicación de estructuras típicas y fundamentales formales (estructura de la oración, tiempos verbales y nexos).
- Fonética. Expresión fónica, entonación y ritmo.
- Mantenimiento y seguimiento del discurso oral.
- Toma, mantenimiento y cesión del turno de palabra.
- Apoyo, demostración de entendimiento, petición de aclaración, etc.
- Utilización de recursos lingüísticos y semánticos (sinonimia).
- Entonación como recurso de cohesión del texto oral: uso de los patrones de entonación.

Elaboración de textos escritos básicos:

- Redacción de documentos «modelo» específicos relacionados con aspectos profesionales.
- Aplicación de estructuras típicas y fundamentales formales (estructura de la oración, tiempos verbales y nexos).
- Relaciones temporales básicas: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.
- Aplicación de fórmulas y estructuras hechas utilizadas en la comunicación escrita.
- Fórmulas epistolares: estructuras de encabezamiento, desarrollo y despedida.
- Estructura de un e-mail, fax, burofax, así como de otros documentos estándar.
- Coherencia textual.
- Tipo y formato de texto.
- Selección léxica de estructuras sintácticas y de contenido relevante.
- Uso de los signos de puntuación.

Aplicación de actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación:

- Identificación e interpretación de los elementos culturales más significativos de los países que hablan esta lengua extranjera.
- Valoración de las normas socioculturales y protocolarias en las relaciones internacionales.
- Uso de los recursos formales y funcionales en situaciones que requieren un comportamiento socioprofesional con el fin de proyectar una buena imagen de la empresa.
- Reconocimiento de la lengua extranjera para profundizar en conocimientos que resulten de interés a lo largo de la vida personal y profesional.
- Uso de registros adecuados según el contexto de la comunicación, el interlocutor y la intención de los interlocutores.

Orientaciones didácticas.

Este módulo profesional tiene como objetivo fundamental consolidar la competencia lingüística con la que el alumnado accede a esta formación y reforzarla en el contexto del sector profesional, haciendo especial hincapié en las destrezas que le permitan desenvolverse con comodidad en las situaciones comunicativas habituales de la vida ordinaria y profesional. Considerando la relevancia que tiene un manejo competente de los idiomas dentro del perfil profesional del título en el que se enmarca este módulo, se ha estimado la conveniencia de dividirlo entre los dos cursos para evitar que se produzca una interrupción en la utilización del idioma durante la formación del alumnado.

Diversos estudios europeos referentes a las necesidades manifestadas por los trabajadores respecto al empleo del idioma en situaciones relacionadas con su actividad laboral ponen de manifiesto que dichas necesidades deben atender, primeramente, a interacciones sociales no estrictamente profesionales, por lo que el enfoque de este módulo, más que dirigido a la formación del alumnado en el lenguaje técnico más propio de la profesión, persigue la utilización del idioma en situaciones de comunicación ordinarias, sin renunciar, como es lógico, a introducir el contexto profesional propio del sector profesional en las actividades de enseñanza-aprendizaje que se propongan en el aula.

Por todo ello, y en consonancia con lo que se propone en el Marco Europeo de referencia para las lenguas, el módulo se debe enfocar hacia la consecución, por parte del alumnado, de una comunicación eficaz en situaciones ordinarias y profesionales reales. Con esta finalidad, el proceso de enseñanza- aprendizaje se debería enfocar desde un punto de vista eminentemente práctico, en el que la enseñanza de la gramática sea observada como revisión de lo estudiado en cursos anteriores y se contextualice en situaciones comunicativas de interés real para el alumnado, lo que favorecerá que este adquiera conciencia de la necesidad de desenvolverse de forma independiente en el idioma objeto de aprendizaje. Así mismo, convendría centrar el esfuerzo en que los alumnos sean capaces, en un primer estadio, de comunicarse de manera autónoma y coherente, para incidir posteriormente en la corrección, fluidez y exactitud de la expresión. La utilización, de manera exclusiva, del idioma extranjero en el aula, tanto por parte del profesor o profesora como por parte del alumnado, supondrá una contribución importante a los objetivos que se persiguen.

Las actividades que se realicen en el proceso de enseñanza-aprendizaje debieran diseñarse de manera que expongan al alumnado a situaciones comunicativas lo más auténticas posible, que potencien de manera especial las destrezas de comprensión y expresión oral y, por tanto, de interacción.

El ejercicio de las destrezas de comprensión lectora puede proporcionar una buena ocasión para contextualizar el aprendizaje en el campo profesional, extrayendo datos, informaciones y vocabulario específico de documentos reales que, en buena medida, serán accesibles a través de Internet. De manera similar puede contribuir la realización por parte de los alumnos y alumnas de presentaciones electrónicas en las que se describan procesos de trabajo, instrucciones de operación, funcionamiento de equipos, etc. relativos a su campo profesional.

Las tecnologías de la comunicación suponen una herramienta muy valiosa para colocar al alumnado en situaciones reales de comunicación, algunas de las cuales ya han sido mencionadas, y a las que cabría añadir otras del tipo webquest, intercambio de correo electrónico con e-pals, participación en blogs, etc., sin olvidar Internet como fuente casi inagotable de recursos (diccionarios, podcasts, vodcasts, publicaciones técnicas...) a los que se accede fácil y, en muchos casos, gratuitamente. Así mismo, conviene tener presente que los ciclos formativos son la plataforma que permite la participación del alumnado en programas internacionales de aprendizaje permanente, lo que puede suponer un estímulo añadido para plantear situaciones comunicativas muy reales de su interés.

Otro aspecto al que conviene prestar atención es al desarrollo de las competencias sociolingüísticas, que deben impregnar todo el proceso de enseñanza-aprendizaje. Es importante que, en el marco de esta formación con vocación finalista, se garantice que el alumnado conoce las convenciones en el uso de la lengua, las normas de cortesía, la diferencias de registro y la trascendencia de su uso adecuado y, en general, las características culturales más definitorias de la idiosincrasia de los países que tienen a este idioma como lengua materna.

En lo que se refiere a la evaluación, se sugiere que este proceso se centre en la valoración de la competencia comunicativa del alumno, es decir, de la forma de poner en acción sus conocimientos y destrezas lingüísticas y su capacidad para utilizar diferentes estrategias de comunicación. Con este objetivo se han señalado los criterios de evaluación de este módulo.

Módulo Profesional: Destinos turísticos

Código: 0383

Equivalencia en créditos ECTS: 12

Duración: 150 horas

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

Criterios de evaluación:

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

j) Se han descrito las características más relevantes de relieve, hidrografía, vegetación, clima y diversidad cultural del resto de regiones y subregiones del mundo.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han ubicado destinos turísticos en su espacio geográfico.
- b) Se han caracterizado los diferentes destinos turísticos españoles atendiendo a su especialización turística.
- c) Se ha reconocido la oferta turística más relevante en cada tipología de destinos.
- d) Se han identificado los recursos culturales, naturales y de otro tipo en los diferentes destinos.
- e) Se han seleccionado los destinos más relevantes atendiendo a diversos factores: comercial, 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.

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

Criterios de evaluación:

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

Identificación de la geografía turística de España:

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

Identificación de la geografía turística de la Comunidad Foral de Navarra:

- Organización territorial y administrativa.
- Identificación de los municipios, comarcas y denominaciones geoturísticas de Navarra.

- Relieve. Características y unidades físicas de Navarra.
- Demografía y distribución de la población en Navarra.

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

- La organización internacional del turismo. La OMT. Concepto y funciones. Regiones y subregiones.
- Organización política y territorial de Europa. Países comunitarios y no comunitarios. Territorios dependientes de dentro y fuera de Europa.
- Unidades físicas europeas.
- Diversidad cultural europea: culturas, pueblos, lenguas.
- Geografía turística del resto del mundo: rasgos distintivos del relieve, hidrografía, vegetación, clima y diversidad cultural de las regiones y subregiones OMT, excepto Europa.
- Actitud de respeto por las diferentes razas, creencias y elementos diferenciadores de estos países.

Identificación de los principales destinos turísticos de España:

- Destinos españoles de sol y playa. Centros turísticos litorales peninsulares e islas.
- Destinos culturales españoles. Rutas culturales.
- Destinos urbanos españoles.
- Destinos rurales y de naturaleza españoles.
- Destinos españoles de espacios lúdicos y de ocio.
- Destinos deportivos (golf, esquí, náutico, ecuestre, aventura y nieve) y de salud y belleza.
- Grandes eventos en los destinos.

Identificación de los principales destinos turísticos de la Comunidad Foral de Navarra:

- Destinos culturales de la Comunidad Foral de Navarra. Rutas culturales.
- Destinos urbanos de Navarra.
- Destinos rurales y de naturaleza de Navarra.
- Destinos de espacios lúdicos y de ocio de Navarra.
- Destinos deportivos (golf, esquí, náutico, ecuestre, aventura y nieve) y de salud y belleza.
- Grandes eventos en los destinos de Navarra.

Identificación de los principales destinos turísticos de Europa y del resto del mundo:

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

Orientaciones didácticas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar la función de asesoramiento e información sobre destinos turísticos, integrando el hecho cultural patrimonial así como

el entorno natural dentro de la oferta turística de cada zona. Las funciones de asesoramiento e información turística incluyen aspectos primordiales como:

- Recopilar y analizar la información sobre recursos y oferta de los destinos turísticos antes del inicio del viaje.
- Informar y asesorar a los turistas en visitas y viajes.

Las actividades profesionales asociadas a estas funciones se aplican en el servicio de asistencia y guía en viajes y en el destino.

Al finalizar este módulo el alumnado debe ser capaz de analizar el mercado turístico, programar y ofertar diferentes servicios turísticos y eventos que se adecuen en calidad, tiempo y precio a las demandas del cliente. Asesorar y proponer alternativas para cubrir sus expectativas así como promover la participación y el respeto, las actitudes de tolerancia y los principios de igualdad de oportunidades para con los trabajadores a su cargo delegando funciones y tareas.

Este módulo soporte tiene un carácter teórico-práctico por lo que sería conveniente que el aula dispusiera de recursos informáticos que permitieran al alumnado acceder de manera rápida y actualizada a distintas fuentes de información relacionadas con los contenidos incluidos en el mismo.

La secuenciación de contenidos que se propone como más idónea se corresponde con el orden de presentación expuesto en el apartado de contenidos básicos, organizados en los cuatro apartados siguientes:

- Identificación de la geografía turística de España y de Navarra en particular.
- Identificación de la geografía turística de Europa y resto del mundo.
- Identificación de los principales destinos turísticos de España y de la Comunidad Foral en particular.
- Identificación de los principales destinos turísticos de Europa y resto del mundo.

Para su trabajo de una manera sistemática y ordenada se propone la división de estos apartados en tres bloques de contenidos:

Bloque I: Geografía turística. España, Europa y resto del mundo.

Bloque II: Destinos turísticos en España y en Navarra.

Bloque III: Destinos turísticos en Europa y resto del mundo.

Se aconseja comenzar por el bloque I, que versa sobre geografía turística de España, Europa y resto del mundo, que analiza pormenorizadamente el contexto turístico de cada territorio, con los aspectos geográficos y sociales como base en la conformación de destinos turísticos. Se sugiere continuar con el bloque II, que aborda los destinos turísticos en España, tratando de forma particular el caso de Navarra, con especial incidencia en las principales tipologías de productos y su prevalencia en cada zona. Se puede finalizar con el bloque III, destinos turísticos en Europa y resto del mundo con idénticas características del bloque anterior pero referido al ámbito internacional, con especial atención a Europa. Otra opción recomendada es intercalar los contenidos de los Bloques I, y II, y de los Bloques I y III. relacionando geografía y destino/s.

Estos contenidos se organizarán en unidades de trabajo, cada una de las cuales tendrá sentido como entidad propia y estará organizada de tal manera que permita la definición de los objetivos, actividades de enseñanza-aprendizaje y evaluación. El conjunto de todas las unidades de trabajo ha de permitir la consecución de los resultados de aprendizaje del módulo.

Se proponen en este módulo los siguientes principios metodológicos generales para el desarrollo de las actividades que se realicen:

- Utilizar una metodología activa y motivadora que implique la participación del alumno como agente activo del proceso de enseñanza-aprendizaje.
- Exponer los trabajos realizados en grupo mediante la utilización de tecnologías actuales de presentación.

- Búsqueda de distintas páginas Web de instituciones relacionadas con destinos turísticos.
- Fomentar el uso de las tecnologías de la información y comunicación.
- Potenciar el trabajo en equipo, en aquellas actividades en las que fuera posible y conveniente.

Asimismo, para alcanzar de manera satisfactoria los objetivos que se persiguen en este módulo se sugiere realizar las diferentes actividades teniendo en cuenta ciertos aspectos recurrentes en las mismas relacionados con los contenidos de este módulo profesional:

- Analizar la especialización de diferentes tipos de destinos turísticos.
- Describir los elementos más característicos del medio físico de los destinos, desde el enfoque de la geografía turística.
- Identificar los destinos turísticos más relevantes analizando su oferta, recursos y características más sobresalientes.
- Actualizar la información para la selección de los destinos más relevantes del mercado turístico.
- Reconocer mediante mapas murales o mudos e interactivos la geografía física y política de Navarra, España, Europa y resto del mundo.
- Elaborar mapas físicos, políticos y turísticos, identificando las rutas turísticas, parques nacionales, parques naturales, ciudades patrimonio de la humanidad, etc.
- Identificar en un mapa las costas, playas y localidades de interés.
- Producir de mapas con la situación de los principales eventos del territorio nacional e internacional.
- Elaborar mapas localizando geográficamente las principales tipologías turísticas.

Los recursos complementarios utilizados para desarrollar el módulo se debería basar en la aplicación de distintas estrategias que fomenten en el alumnado un espíritu de constante actualización e innovación, como por ejemplo:

- Visitas a lugares específicos para observar el destino que constituye la oferta turística.
- Ponencias de profesionales en activo que den una visión general del sector y en particular su situación en Navarra.
- Visita a diferentes eventos que se celebren en la zona y en España.
- Utilizar en el aula recursos bibliográficos y audiovisuales.
- Emplear aplicaciones informáticas para la gestión de destinos turísticos.
- Utilizar mapas digitales para la promoción del destino.

En lo que se refiere a la relación de este módulo con los demás incluidos en el currículo, sería conveniente señalar que los contenidos del módulo de Destinos turísticos son considerados como soporte para la comprensión por parte del alumnado del resto de los contenidos, es decir, tiene una relación directa con cualquiera de los módulos que conforman el título, pero principalmente con el módulo de Recursos turísticos I (España-Internacional) y Recursos turísticos II, (Navarra) lo que dará al alumnado una visión global del sector turístico desde una óptica tanto económica como social.

Para concluir, comentar que se procurará trabajar con los temas transversales más relevantes para esta profesión, como son: educación para igualdad, civismo, tolerancia, solidaridad, compañerismo, lenguaje no sexista, respeto y conservación del medio ambiente.

Módulo Profesional: Recursos turísticos I

Código: 0384a

Equivalencia en créditos ECTS: 6

Duración: 130 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han detectado los recursos turísticos más destacados de cada CC.AA.
- b) Se han clasificado atendiendo a las tipologías y empleando la legislación vigente en cada caso.
- c) Se ha determinado el tipo de recurso del que se trata y explicado atendiendo a sus peculiaridades y a la singularidad.
- d) Se han diseñado bases de datos de recursos turísticos por áreas o zonas, diferenciando así la tipología de espacios turísticos en relación con los recursos que existen en la zona.
- e) Se ha definido cual es la protección legal e institucional existente para los diferentes recursos.
- f) Se han reconocido los organismos e instituciones para la tutela de los recursos.
- g) Se ha definido el proceso de petición para solicitar la declaración de un recurso en relación a su tipología y características.
- h) Se han recabado los documentos necesarios para solicitar la catalogación de un bien o recursos de la forma más adecuada.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los objetivos y los elementos clave para clasificar los distintos tipos de patrimonio histórico y cultural.
- b) Se han elaborado fichas que identifiquen los recursos y sus descripciones más adecuadas para clasificar la tipología del recurso y la importancia del mismo.
- c) Se han identificado las ciudades Patrimonio de la Humanidad de nuestro país, así como otros bienes inscritos en la Lista de Patrimonio Mundial, como «BIC» y otro tipo de bienes clasificados.
- d) Se han diseñado fórmulas para clasificar e interpretar otro tipo de recursos como gastronomía, museos, etnografía, etnología y tradiciones de las localidades.

- e) Se han clasificado las fiestas tradicionales de las distintas comunidades y se han diferenciado las de interés turístico Internacional, nacional y las que se celebran en CC.AA.
 - f) Se han identificado los principales museos y centros culturales del territorio nacional así como los contenidos genéricos de los mismos.
4. Analiza el patrimonio natural-paisajístico de España caracterizándolo e interpretándolo como recurso turístico.

Criterios de evaluación:

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

Criterios de evaluación:

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

Contenidos.

Identificación de los recursos turísticos del territorio:

- Recursos turísticos. Clasificación y tipología.
- Características de los recursos en función de su tipología.
- Análisis de los recursos. Valor del recurso, su grado de singularidad, y su relación como parte integrante de la oferta turística de una zona.
- Legislación que afecta a los recursos turísticos.
- Normativa de protección existente en Europa y en España referente a los recursos turísticos, a su protección, mantenimiento y reconocimiento. Catalogación de los recursos.

–Organismos implicados en la protección de los recursos. UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura), U.E. (Unión Europea), organismos estatales y autonómicos. Otros organismos implicados.

Interpretación de los conceptos básicos del arte:

–Pintura.

–Escultura.

–Arquitectura.

–Otras manifestaciones artísticas.

–Diferentes movimientos y estilos artísticos en pintura, escultura, arquitectura y otras manifestaciones artísticas de España desde la prehistoria hasta la actualidad.

Identificación y análisis del patrimonio histórico-artístico y sociocultural de España:

–El patrimonio como recurso turístico. Concepto de patrimonio. Bien cultural.

–Patrimonio y bienes patrimoniales en España. Turismo cultural.

–Museos y otros centros culturales.

–Fiestas y declaraciones de interés turístico regional, nacional e internacional. Normativa.

–Gastronomía de España. Elaboraciones y productos tradicionales. La restauración de vanguardia.

–Enología de España. Zonas vinícolas y denominaciones de origen.

–Etnografía y artesanía. Productos propios de cada zona. Tipos.

–Patrimonio inmaterial. Descripción y contenido. Música popular. Danza. Tradiciones. Otras expresiones culturales.

–Tipología de la arquitectura popular en las CCAA.

–Análisis del patrimonio natural y paisajístico de España.

Patrimonio natural y paisajístico:

–Concepto de recursos naturales y paisajísticos. Tipos.

–Elementos para valorar un recurso natural como turístico.

–Figuras y niveles de protección.

–Normativa.

–Espacios naturales protegidos españoles y su normativa.

–Programas europeos de ayuda al patrimonio natural y paisajístico.

–Programas europeos, nacionales y otras ayudas destinadas al aprovechamiento turístico de estos bienes.

–Nuevas tecnologías para detectar y localizar los espacios, programas de cartografía y otros.

–Impacto ambiental de la actividad turística.

–Medidas para mantener el medio ambiente. El papel de la UNESCO.

–Turismo y sostenibilidad. Turismo sostenible como factor de desarrollo en los destinos.

Interpretación global del patrimonio histórico, artístico y sociocultural:

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

–Significado de la interpretación de patrimonio.

- La interpretación del patrimonio como sistema de gestión.
- Medios y planificación interpretativa más empleada.
- Diseño de los métodos de evaluación y control de los sistemas de interpretación.

Orientaciones didácticas.

El objetivo de este módulo es que el alumnado adquiera las destrezas básicas para identificar y clasificar los recursos turísticos de una zona o región, teniendo en la interpretación del patrimonio sociocultural y natural uno de los pilares básicos para su desarrollo. El estudio del arte será una herramienta para la interpretación, valoración y conocimiento del patrimonio artístico español, de manera que se puedan establecer las premisas básicas necesarias para satisfacer las expectativas de información de turistas y visitantes. De igual modo le capacita para valorar el patrimonio natural a través del estudio de los diferentes espacios naturales, tanto regionales como nacionales, identificando las acciones necesarias para satisfacer las expectativas de información de turistas y visitantes.

Por cuestiones pedagógicas se ha considerado conveniente dividir el módulo de Recursos turísticos en dos módulos, Recursos turísticos I, centrado en el ámbito nacional e internacional, y Recursos turísticos II, especializado en Navarra.

El módulo Recursos turísticos I desarrolla destrezas en las que se incluyen aspectos fundamentales como:

- Conocer los recursos turísticos de las CCAA.
- Interpretar el patrimonio sociocultural y natural de una zona o región.
- Identificar los estilos artísticos en pintura, escultura, arquitectura y otras manifestaciones artísticas de España.
- Valorar el patrimonio natural a través del estudio de los diferentes espacios naturales, tanto regionales como nacionales.
- Reconocer las intervenciones más idóneas para la explotación y aprovechamiento de los recursos turísticos, mediante la identificación de los factores y acciones necesarias para la conservación y sostenibilidad del medio ambiente.

Al finalizar este módulo, el alumnado debe ser capaz de desempeñar la función de asesoramiento técnico e información sobre recursos turísticos, integrando el hecho cultural patrimonial así como el entorno natural dentro de la oferta turística de cada zona.

Este módulo tiene carácter eminentemente teórico por lo que el profesorado que lo imparta debe desarrollar los contenidos fomentando en el alumnado la puesta en valor del patrimonio y de los bienes naturales que son explotados como recursos turísticos. Para ello se utilizarán técnicas expositivas, abiertas a la participación mediante trabajos de campo e investigación sencillos, que fomenten la reflexión y evaluación de los usos aplicados al turismo, así como de su protección. En este proceso se fomentará el uso de las tecnologías de comunicación e información más apropiadas.

Por otro lado, hay que favorecer el que el alumnado aplique los conocimientos teóricos de este módulo a los restantes módulos del ciclo.

La secuenciación de contenidos que se propone como más idónea se corresponde con el orden de presentación expuesto a continuación organizado en cinco apartados de contenidos:

- Conceptos básicos del arte.
- Recursos turísticos del territorio.
- Patrimonio histórico-artístico y sociocultural de España.
- Patrimonio natural y paisajístico.
- Interpretación global del patrimonio histórico, artístico y sociocultural.

Para su trabajo de manera sistemática y ordenada se propone la división de estos apartados en los tres bloques de contenidos siguientes:

Bloque I. Arte.

Bloque II. Caracterización de los recursos turísticos.

Bloque III. Patrimonio natural y paisajístico.

Se aconseja comenzar por el bloque I de manera introductoria para poder interpretar los conceptos básicos del arte e identificar y caracterizar los diferentes movimientos y estilos artísticos de España: prehistoria, las primeras culturas, el arte romano, arte visigodo, arte islámico, mudéjar y mozárabe, prerrománico, románico, gótico, renacimiento, barroco, neoclasicismo, modernismo y nuevas tendencias y estilos. Se sugiere continuar con el bloque II que aborda la identificación de los recursos turísticos del territorio y su normativa, así como los organismos implicados en la protección de dichos recursos. La identificación y análisis del patrimonio histórico, artístico y sociocultural de España, su difusión y sostenibilidad y la gestión de dicho patrimonio. Para finalizar, se abordará el patrimonio natural y paisajístico de España con los métodos para acercar el legado natural al público visitante, identificando el impacto ambiental de la actividad turística y relacionando globalmente el conjunto del patrimonio cultural y natural.

Estos contenidos se organizarán en unidades de trabajo, cada una de las cuales tendrá sentido como entidad propia y estará organizada de tal manera que permita la definición de los objetivos, actividades de enseñanza-aprendizaje y evaluación. El conjunto de todas las unidades de trabajo ha de permitir la consecución de los resultados de aprendizaje del módulo.

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

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

En cualquier caso, a lo largo de toda la formación que se imparte dentro de esta titulación de Técnico Superior en Guía, Información y Asistencia Turísticas, y como consecuencia de una actitud profesional por parte del profesorado, se debe conseguir que el alumnado tenga una actuación que garantice:

- Unos estándares de calidad.
- El cumplimiento de todas las exigencias legales relacionadas con la Prevención de Riesgos Laborales.
- Respeto por las necesidades de los clientes y su comportamiento en el uso de los servicios de agencias de viajes.
- Respeto por el medio ambiente, el aprovechamiento nacional de los recursos energéticos, tanto por motivos medioambientales como económicos, conocer y respetar el término de sostenibilidad.
- Respeto hacia el entorno de trabajo en el aula, el taller y el trabajo de campo.
- La necesaria deontología profesional dentro del sector.

Finalmente, y por lo que se refiere a la relación de este módulo con los demás incluidos en el currículo, sería conveniente señalar que los contenidos del módulo de Recursos turísticos I guardan estrecha relación, además de con Recursos turísticos II, con los contenidos con el profesorado que imparta los módulos profesionales de Estructura del mercado turístico, Destinos turísticos, Diseño de productos turísticos y Servicios de información turística.

Módulo Profesional: Formación y orientación laboral

Código: 0389

Equivalencia en créditos ECTS: 5

Duración: 100 horas

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:

- a) Se ha realizado la valoración de la personalidad, aspiraciones, actitudes, y formación propia para la toma de decisiones.
- b) Se han identificado los principales yacimientos de empleo y de inserción laboral en el ámbito local, regional, nacional y europeo para el Técnico Superior en Guía, Información y Asistencia Turísticas.
- c) Se han determinado las aptitudes y actitudes requeridas para la actividad profesional relacionada con el perfil del título.
- d) Se han identificado los itinerarios formativos-profesionales relacionados con el perfil profesional del Técnico Superior en Guía, Información y Asistencia Turísticas.
- e) Se ha valorado la importancia de la formación permanente como factor clave para la empleabilidad y la adaptación a las exigencias del proceso productivo.
- f) Se han determinado las técnicas utilizadas en el proceso de búsqueda de empleo.
- g) Se han previsto las alternativas de autoempleo en los sectores profesionales relacionados con el título.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han valorado las ventajas del trabajo en equipo en situaciones de trabajo relacionadas con el perfil del Técnico Superior en Guía, Información y Asistencia Turísticas.
- b) Se han identificado los equipos de trabajo que pueden constituirse en una situación real de trabajo.
- c) Se han identificado las principales técnicas de comunicación.
- d) Se han identificado los elementos necesarios para desarrollar una comunicación eficaz.
- e) Se han determinado las características del equipo de trabajo eficaz frente a los equipos ineficaces.
- f) Se han valorado las habilidades sociales requeridas en el sector profesional para mejorar el funcionamiento del equipo de trabajo.
- g) Se ha identificado la documentación utilizada en los equipos de trabajo: convocatorias, actas y presentaciones.
- h) Se ha valorado positivamente la necesaria existencia de diversidad de roles y opiniones asumidos por los miembros de un equipo.
- i) Se ha reconocido la posible existencia de conflicto entre los miembros de un grupo como un aspecto característico de las organizaciones.
- j) Se han identificado los tipos de conflictos y sus fuentes, así como los procedimientos para su resolución.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los conceptos más importantes del derecho del trabajo.
- b) Se han distinguido los principales organismos que intervienen en las relaciones entre empresarios y trabajadores.
- c) Se han determinado los derechos y obligaciones derivados de la relación laboral.
- d) Se han clasificado las principales modalidades de contratación, identificando las medidas de fomento de la contratación para determinados colectivos.
- e) Se han valorado las medidas establecidas por la legislación vigente para la conciliación de la vida laboral y familiar.
- f) Se ha analizado el recibo de salarios, identificando los principales elementos que lo integran, incluidas las bases de cotización del trabajador y las cuotas correspondientes al trabajador y al empresario.
- g) Se han identificado las causas y efectos de la modificación, suspensión y extinción de la relación laboral.
- h) Se han analizado las diferentes medidas de conflicto colectivo y los procedimientos de solución de conflictos.
- i) Se han determinado las condiciones de trabajo pactadas en un convenio colectivo aplicable a un sector profesional relacionado con el título de Técnico Superior en Guía, Información y Asistencia Turísticas.
- j) Se han identificado las características definitorias de los nuevos entornos de organización del trabajo.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha valorado el papel de la Seguridad Social como pilar esencial para la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos.
- b) Se han identificado los regímenes existentes en el sistema de la Seguridad Social.
- c) Se han enumerado las diversas contingencias que cubre el sistema de Seguridad Social.
- d) Se han identificado las obligaciones de empresario y trabajador dentro del sistema de Seguridad Social.
- e) Se ha identificado la existencia de diferencias en materia de Seguridad Social en los principales países de nuestro entorno.
- f) Se han clasificado las prestaciones del sistema de Seguridad Social, identificando los requisitos.
- g) Se han determinado las posibles situaciones legales de desempleo en diferentes supuestos prácticos.
- h) Se ha realizado el cálculo de la duración y cuantía de prestaciones por desempleo de nivel contributivo básico y no contributivo acorde a las características del alumnado.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han clasificado los diferentes tipos de actividades del sector de guía, información y asistencia turística, en los entornos de trabajo del Técnico Superior en Guía, Información y Asistencia Turísticas identificando los riesgos profesionales.

- b) Se han clasificado los factores de riesgo existentes.
 - c) Se han identificado los tipos de daños profesionales (accidentes de trabajo y enfermedades profesionales) derivados de los riesgos profesionales.
 - d) Se han determinado el concepto y el proceso de la evaluación de riesgos en la empresa.
 - e) Se han identificado y evaluado diferentes tipos de riesgos, proponiendo medidas preventivas y realizando el seguimiento y control de la eficacia de las mismas.
 - f) Se han determinado las condiciones de trabajo con significación para la prevención en los entornos de trabajo relacionados con el perfil profesional del Técnico Superior en Guía, Información y Asistencia Turísticas.
 - g) Se han relacionado las condiciones laborales con la salud del trabajador.
 - h) Se ha valorado la importancia de la cultura preventiva en todos los ámbitos y actividades de la empresa.
6. Participa en la elaboración de un plan de prevención de riesgos en una pequeña empresa, identificando las competencias y responsabilidades de todos los agentes implicados.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado la normativa básica existente en prevención de riesgos laborales.
 - b) Se han identificado los principales derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.
 - c) Se han clasificado las distintas formas de gestión de la prevención en la empresa, en función de los distintos criterios establecidos en la normativa sobre prevención de riesgos laborales.
 - d) Se han identificado las responsabilidades de todos los agentes implicados en la elaboración de un plan de riesgos.
 - e) Se han descrito las formas de representación de los trabajadores en la empresa en materia de prevención de riesgos.
 - f) Se han identificado los organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
 - g) Se ha valorado la importancia de la existencia de un plan preventivo en la empresa, que incluya la secuenciación de actuaciones a realizar en caso de emergencia.
 - h) Se ha definido el contenido del plan de prevención en un centro de trabajo relacionado con el sector profesional del Técnico en Superior en Guía, Información y Asistencia Turísticas.
 - i) Se ha proyectado un plan de emergencia y evacuación en una pequeña y mediana empresa.
7. Aplica las medidas de prevención y protección, analizando las situaciones de riesgo laboral del Técnico Superior en Guía, Información y Asistencia Turísticas.

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido las técnicas de prevención y de protección que deben aplicarse para evitar los daños en su origen y minimizar sus consecuencias en caso de que sean inevitables.
- b) Se ha analizado el significado y alcance de los distintos tipos de señalización de seguridad.
- c) Se han analizado los protocolos de actuación en caso de emergencia.
- d) Se han identificado las técnicas de clasificación de heridos en caso de emergencia donde existan víctimas de diversa gravedad.
- e) Se han identificado las técnicas básicas de primeros auxilios que han de ser aplicadas en el lugar del accidente ante distintos tipos de daños y la composición y uso del botiquín.
- f) Se han determinado los requisitos y condiciones para la vigilancia de la salud del trabajador y su importancia como medida de prevención.

Contenidos.

Búsqueda activa de empleo:

- Análisis de los intereses, aptitudes y motivaciones personales para la carrera profesional.
- El proceso de toma de decisiones.
- Definición y análisis del sector profesional del título de Técnico Superior en Guía, Información y Asistencia Turísticas, dentro del ámbito territorial de su influencia, así como a nivel nacional.
- Proceso de búsqueda de empleo en pequeñas, medianas y grandes empresas del sector dentro del ámbito territorial de su influencia, así como en el ámbito nacional y de la Unión Europea.
- Proceso de acceso al empleo público.
- Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa.
- Valoración de la importancia de la formación permanente para la trayectoria laboral y profesional del Técnico Superior en Guía, Información y Asistencia Turísticas.
- Identificación de los organismos locales, regionales, nacionales y europeos que facilitan dicha información.
- Identificación de itinerarios formativos en el ámbito local, regional, nacional y europeo relacionados con el Técnico Superior en Guía, Información y Asistencia Turísticas.
- Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo: modelos de currículum vitae, currículum vitae europeo y entrevistas de trabajo. Otros documentos que facilitan la movilidad de los trabajadores en el seno de la Unión Europea.
- Valoración del autoempleo como alternativa para la inserción profesional.

Gestión del conflicto y equipos de trabajo:

- Valoración de las ventajas e inconvenientes del trabajo de equipo para la eficacia de la organización.
- Clases de equipos en el sector de guía, información y asistencia turística según las funciones que desempeñan.
- Características de un equipo de trabajo eficaz.
- Habilidades sociales. Técnicas de comunicación verbal y no verbal. Estrategias de comunicación eficaz.
- Documentación utilizada en las reuniones de trabajo: convocatorias, actas y presentaciones.
- La participación en el equipo de trabajo. Análisis de los posibles roles de sus integrantes.
- Conflicto: características, fuentes y etapas del conflicto.
- Métodos para la resolución o supresión del conflicto: mediación, conciliación, arbitraje, juicio y negociación.

Contrato de trabajo:

- El derecho del trabajo.
- Análisis de la relación laboral individual.
- Modalidades de contrato de trabajo y medidas de fomento de la contratación.
- Derechos y deberes derivados de la relación laboral.
- Condiciones de trabajo. Salario, tiempo de trabajo y descanso laboral.
- Recibo de salarios.
- Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo.
- Representación de los trabajadores.

- Análisis de un convenio colectivo aplicable al ámbito profesional del Técnico Superior en Guía, Información y Asistencia Turísticas.
- Conflictos colectivos de trabajo.
- Nuevos entornos de organización del trabajo: subcontratación, teletrabajo entre otros.
- Beneficios para los trabajadores en las nuevas organizaciones: flexibilidad, beneficios sociales entre otros.

Seguridad Social, empleo y desempleo:

- El sistema de la Seguridad Social como principio básico de solidaridad social.
- Estructura del sistema de la Seguridad Social.
- Determinación de las principales obligaciones de empresarios y trabajadores en materia de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización.
- La acción protectora de la Seguridad Social.
- La Seguridad Social en los principales países de nuestro entorno.
- Concepto y situaciones protegibles en la protección por desempleo.

Evaluación de riesgos profesionales:

- Marco normativo básico en materia de prevención de riesgos laborales.
- Derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.
- Importancia de la cultura preventiva en todas las fases de la actividad.
- Valoración de la relación entre trabajo y salud.
- El riesgo profesional. Análisis de factores de riesgo.
- La evaluación de riesgos en la empresa como elemento básico de la actividad preventiva.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones de seguridad.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones ambientales.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones ergonómicas y psico-sociales.
- Procesos de trabajo con riesgos específicos en la industria del sector.
- Valoración del riesgo.
- Determinación de los posibles daños a la salud del trabajador que pueden derivarse de las diferentes situaciones de riesgo.

Planificación de la prevención en la empresa:

- Plan de prevención.
- Adopción de medidas preventivas: su planificación y control.
- Organización de la gestión de la prevención en la empresa.
- Representación de los trabajadores en materia preventiva.
- Responsabilidades en materia de prevención de riesgos laborales.
- Organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
- Medidas de prevención y protección individual y colectiva.
- Planes de emergencia y de evacuación en entornos de trabajo.
- Elaboración de un plan de emergencia en una empresa del sector.
- Protocolo de actuación ante una situación de emergencia.

Aplicación de medidas de prevención y protección.

- Selección del protocolo de actuación.
- Determinación de las medidas de prevención y protección individual y colectiva.
- Identificación de los distintos tipos de señalización de seguridad.
- Urgencia médica / primeros auxilios. Conceptos básicos y aplicación.
- Formación a los trabajadores en materia de planes de emergencia y aplicación de técnicas de primeros auxilios.
- Vigilancia de la salud de los trabajadores.

Orientaciones didácticas.

Con este módulo el alumnado adquiere las destrezas y actitudes básicas para la inserción en el mundo laboral y para el desarrollo de su carrera profesional, tanto en el ámbito geográfico español como europeo en el sector de guía, información y asistencia turísticas.

En cuanto a la secuenciación de los contenidos, teniendo presente la competencia del centro para adoptar las decisiones que considere más apropiadas, se podría comenzar con los relativos a legislación laboral, seguridad social y equipos de trabajo ya que estos contenidos son necesarios para el desarrollo del proyecto/plan de empresa en el módulo de Empresa e iniciativa emprendedora. A continuación, podrían plantearse los contenidos relacionados con seguridad y salud laboral, cuya aplicación práctica podría plasmarse en la realización del Plan de prevención relativo al proyecto de empresa anteriormente citado. Se podría proseguir con gestión del conflicto y finalmente, se podría tratar el bloque de búsqueda de empleo como paso previo a su inserción en el mercado laboral.

Para la consecución de los resultados de aprendizaje de este módulo se pueden seleccionar múltiples actividades, siendo algunas de ellas las siguientes:

- Realizar pruebas de orientación profesional y dinámicas sobre la propia personalidad y el desarrollo de las habilidades sociales con el fin de comprobar la coherencia personal entre formación y aspiraciones.
- Planificar la propia carrera: establecimiento de objetivos laborales, a medio y largo plazo, compatibles con necesidades y preferencias, planteándose objetivos realistas y coherentes con la formación actual y la proyectada y responsabilizándose del propio aprendizaje.
- Identificar los medios y organismos que nos pueden ayudar a la búsqueda de empleo, tanto en nuestro entorno más próximo como en el europeo, utilizando herramientas apropiadas para ello.
- Preparar y cumplimentar la documentación necesaria en los procesos de búsqueda de empleo: currículum vitae, entrevistas de trabajo, test psicotécnicos y otros.
- Realizar alguna actividad de forma individual y en grupo y comparar los resultados.
- Realizar actividades de comunicación.
- Realizar presentaciones en clase.
- Simular una situación de conflicto y plantear diferentes formas de resolución.
- Identificar la normativa laboral que afecta a los trabajadores del sector.
- Comparar el contenido del Estatuto de los Trabajadores con el de un convenio colectivo del sector correspondiente al ciclo que se cursa.
- Simular un proceso de negociación colectiva como medio para la conciliación de los intereses de trabajadores y empresarios.
- Elaborar recibos de salarios de diferente grado de dificultad.

- Elaborar un Plan de prevención para el proyecto/plan de empresa que se desarrollará en el módulo de Empresa e Iniciativa Emprendedora.
- Identificar las diferentes situaciones que protege la Seguridad Social.
- Analizar las situaciones de riesgo que se pueden producir en los puestos de trabajo más comunes a los que se puede acceder desde el ciclo, proponer medidas preventivas y planificar la implementación de las medidas preventivas, todo ello de acuerdo a la normativa vigente.
- Programar y realizar visitas a empresas del sector que permitan conocer al alumnado la realidad del sector productivo.

El uso de medios audiovisuales, y/o de Internet, para los diferentes contenidos del módulo permitirá llevar a cabo un proceso de enseñanza-aprendizaje rápido y eficaz, donde el alumnado, de manera autónoma, pueda resolver progresivamente las actuaciones y situaciones propuestas.

Los módulos de Formación y orientación laboral y Empresa e iniciativa emprendedora deben mantener una estrecha relación, coordinándose tanto en los contenidos como en los aspectos metodológicos.

Cabe destacar la conveniencia de utilizar el proyecto/plan de empresa que se abordará en el módulo de Empresa e iniciativa emprendedora como aplicación directa de los contenidos impartidos en Formación y orientación laboral, lo que permitirá potenciar la parte práctica de los contenidos de este módulo.

Igualmente, se debería prestar atención a la relación con los módulos impartidos en los talleres, laboratorios, etc. para complementar la formación relacionada con la salud laboral.

Módulo Profesional: Inglés

Equivalencia en créditos ECTS: 3

Código: 0179b

Duración: 70 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

Se ha identificado la idea principal del mensaje.

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha leído con un alto grado de independencia, adaptando el estilo y la velocidad de la lectura a distintos textos y finalidades y utilizando fuentes de referencia apropiadas de forma selectiva.
- b) Se ha interpretado la correspondencia relativa a su especialidad, captando fácilmente el significado esencial.
- c) Se han interpretado, con todo detalle, textos extensos y de relativa complejidad, relacionados o no con su especialidad, siempre que pueda volver a leer las secciones difíciles.
- d) Se ha relacionado el texto con el ámbito del sector a que se refiere.
- e) Se ha identificado con rapidez el contenido y la importancia de noticias, artículos e informes sobre una amplia serie de temas profesionales y decide si es oportuno un análisis más profundo.
- f) Se han realizado traducciones de textos complejos utilizando material de apoyo en caso necesario.
- g) Se han interpretado mensajes técnicos recibidos a través de soportes telemáticos: e-mail, fax.
- h) Se han interpretado instrucciones extensas y complejas que estén dentro de su especialidad.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los registros utilizados para la emisión de mensajes generales, académicos, profesionales o de ocio, marcando con claridad la relación entre las ideas.
- b) Se ha comunicado espontáneamente, adoptando un nivel de formalidad adecuado a las circunstancias.
- c) Se han utilizado normas de protocolo en presentaciones formales e informales.
- d) Se ha utilizado correctamente la terminología de la profesión.
- e) Se han expresado y defendido puntos de vista con claridad, proporcionando explicaciones y argumentos adecuados.
- f) Se ha descrito y secuenciado un proceso de trabajo de su competencia.
- g) Se ha argumentado con todo detalle la elección de una determinada opción o procedimiento de trabajo elegido.
- h) Se ha solicitado la reformulación del discurso o parte del mismo cuando se ha considerado necesario.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han redactado textos claros y detallados sobre una variedad de temas relacionados con su especialidad, sintetizando y evaluando información y argumentos procedentes de varias fuentes.
- b) Se ha organizado la información con corrección, precisión, coherencia y cohesión, solicitando y/o facilitando información de tipo general o detallada.
- c) Se han redactado informes, destacando los aspectos significativos y ofreciendo detalles relevantes que sirvan de apoyo.
- d) Se ha cumplimentado documentación específica de su campo profesional.
- e) Se han aplicado las fórmulas establecidas y el vocabulario específico en la cumplimentación de documentos.
- f) Se han resumido artículos, manuales de instrucciones y otros documentos escritos, utilizando un vocabulario amplio para evitar la repetición frecuente.
- g) Se han utilizado las fórmulas de cortesía propias del documento a elaborar.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido los rasgos más significativos de las costumbres y usos de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.
- b) Se han descrito los protocolos y normas de relación social propios del país.
- c) Se han identificado los valores y creencias propios de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.
- d) Se ha identificado los aspectos socio-profesionales propios del sector, en cualquier tipo de texto.
- e) Se han aplicado los protocolos y normas de relación social propios del país de la lengua extranjera.
- f) Se han reconocido los marcadores lingüísticos de la procedencia regional.

Contenidos.

Análisis de mensajes orales:

- Comprensión de mensajes profesionales y cotidianos.
- Mensajes directos, telefónicos, radiofónicos, grabados.
- Terminología específica del sector profesional.
- Ideas principales y secundarias.
- Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, phrasal verbs, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales.
- Otros recursos lingüísticos: acuerdos y desacuerdos, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia.
- Diferentes acentos de lengua oral.

Interpretación de mensajes escritos:

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

Producción de mensajes orales:

- Mensajes orales:
 - Registros utilizados en la emisión de mensajes orales.
 - Terminología específica del sector profesional. "False friends".
 - Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, phrasal verbs, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales.
 - Otros recursos lingüísticos: acuerdos y desacuerdos, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia.
 - Fonética. Sonidos y fonemas vocálicos y sus combinaciones y sonidos y fonemas consonánticos y sus agrupaciones.
 - Marcadores lingüísticos de relaciones sociales, normas de cortesía y o diferencias de registro.
- Mantenimiento y seguimiento del discurso oral:
 - Toma, mantenimiento y cesión del turno de palabra.
 - Apoyo, demostración de entendimiento, petición de aclaración, etc.
 - Entonación como recurso de cohesión del texto oral: uso de los patrones de entonación.

Emisión de textos escritos:

- Expresión y cumplimentación de mensajes y textos profesionales y cotidianos:
 - Currículo vitae y soportes telemáticos: fax, e-mail, burofax.

- Terminología específica del sector profesional.
 - Idea principal e ideas secundarias.
 - Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, phrasal verbs, verbos modales, locuciones, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto.
- Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.
- Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.
- Coherencia textual:
- Adecuación del texto al contexto comunicativo.
 - Tipo y formato de texto.
 - Variedad de lengua. Registro.
 - Selección léxica, de estructuras sintácticas y de contenido relevante.
 - Inicio del discurso e introducción del tema. Desarrollo y expansión: ejemplificación, conclusión y/o resumen del discurso.
 - Uso de los signos de puntuación.

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

- Valoración de las normas socioculturales y protocolarias en las relaciones internacionales.
- Uso de los recursos formales y funcionales en situaciones que requieren un comportamiento socioprofesional con el fin de proyectar una buena imagen de la empresa.
- Reconocimiento de la lengua extranjera para profundizar en conocimientos que resulten de interés a lo largo de la vida personal y profesional.
- Uso de registros adecuados según el contexto de la comunicación, el interlocutor y la intención de los interlocutores.

Orientaciones didácticas.

El módulo profesional de Inglés se ha dividido entre los dos cursos para evitar que se produzca una interrupción en la utilización del idioma durante la formación del alumnado. Considerando que, en este caso, trata un segundo nivel del idioma dentro del ciclo formativo, el enfoque de este módulo se puede dirigir a incrementar la competencia lingüística del alumnado, especialmente en los aspectos relacionados con la comprensión y la expresión oral, así como a reforzar la formación en aspectos técnicos del lenguaje propios de su especialidad, sin dejar de lado el desarrollo de las capacidades necesarias para desenvolverse en situaciones de comunicación ordinarias. Esta última dimensión adquiere una relevancia especial en este curso, desde el que los alumnos y alumnas pueden acceder a su participación en los programas europeos para el aprendizaje permanente.

Por todo ello, y en consonancia con lo que se propone en el Marco Europeo de referencia para las lenguas, el módulo se debe enfocar hacia la consecución, por parte del alumnado, de una comunicación eficaz en situaciones ordinarias y profesionales reales que, dentro de este perfil profesional, tiene una especial relevancia. Así mismo, convendría centrar el esfuerzo en que los alumnos sean capaces de comunicarse de manera autónoma y coherente con un nivel más exigente en la corrección, fluidez y exactitud de la expresión. La utilización, de manera exclusiva, del idioma inglés en el aula, tanto por parte del profesor o profesora como por parte del alumnado, supondrá una contribución importante a los objetivos que se persiguen.

Las actividades que se realicen en el proceso de enseñanza-aprendizaje debieran diseñarse de manera que expongan al alumnado a situaciones comunicativas lo más auténticas posible, que potencien de manera especial las destrezas de comprensión y expresión oral y, por tanto, de inte-

racción, prestando especial atención a la formalización de los documentos asociados a la actividad habitual del sector profesional y a la gestión de contingencias (reclamaciones, quejas, informaciones especiales, etc.).

El ejercicio de las destrezas de comprensión lectora puede proporcionar una buena ocasión para profundizar la contextualización del aprendizaje en el campo profesional, extrayendo datos, informaciones y vocabulario específico de documentos reales que, en buena medida, serán accesibles a través de Internet. De manera similar puede contribuir la realización por parte de los alumnos y alumnas de presentaciones electrónicas en las que se describan procesos de trabajo, instrucciones de operación, redacción de cartas de respuesta a quejas y reclamaciones, etc. relativos a su campo profesional.

Otro aspecto en el que conviene incidir es en el desarrollo de las competencias sociolingüísticas, que deben impregnar todo el proceso de enseñanza-aprendizaje y a las que en este curso se presta una mayor atención dentro de este módulo. Es importante que se garantice que el alumnado conoce las convenciones en el uso de la lengua, las normas de cortesía, las diferencias de registro y la trascendencia de su uso adecuado y, en general, las características culturales más definitorias de la idiosincrasia de los países que tienen al inglés como lengua materna.

En lo que se refiere a la evaluación, se sugiere que este proceso se centre en la valoración de la competencia comunicativa del alumno, es decir, de la forma de poner en acción sus conocimientos y destrezas lingüísticas y su capacidad para utilizar diferentes estrategias de comunicación. Con este objetivo se han señalado los criterios de evaluación de este módulo y, en la misma línea, el Marco Europeo de referencia para las lenguas puede resultar un instrumento muy valioso para diseñar herramientas de evaluación.

Módulo Profesional: Segunda lengua extranjera

Código: 0180b

Equivalencia en créditos ECTS: 3

Duración: 70 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Reconoce las principales ideas de una información oral emitida en la lengua extranjera sobre temas de su interés o de las actividades de la vida cotidiana, en situaciones de comunicación presencial y no presencial, cuando sus interlocutores emiten un discurso claro y con lentitud.

Criterios de evaluación:

- a) Se han comprendido en su integridad los mensajes cortos, como avisos, advertencias o anuncios, siempre que no exista gran distorsión provocada por sonidos ambientales.
- b) Se han identificado con precisión datos y hechos concretos relacionados con elementos predecibles de su actividad, tales como números, cantidades y tiempos.
- c) Se ha identificado el tema de conversación entre hablantes nativos cuando esta se produce con claridad y en lenguaje estándar.
- d) Se ha interpretado sin dificultad el discurso que se le dirige con claridad, relacionado con sus actividades cotidianas, si tiene ocasión de pedir, ocasionalmente, que le repitan o reformulen lo que le dicen.
- e) Se han identificado los elementos esenciales de las informaciones contenidas en discursos grabados o comunicaciones no presenciales referidas a asuntos cotidianos previsibles, si el discurso se ha formulado con claridad y lentitud.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha leído con un alto grado de independencia, adaptando el estilo y la velocidad de la lectura a distintos textos y finalidades y utilizando fuentes de referencia apropiadas de forma selectiva.
- b) Se ha interpretado la correspondencia relativa a su especialidad, captando fácilmente el significado esencial.
- c) Se han interpretado, con todo detalle, textos extensos y de relativa complejidad, relacionados con su especialidad, siempre que se puedan volver a leer las secciones difíciles.
- d) Se ha identificado con rapidez el contenido y la importancia de noticias, artículos e informes sobre una amplia serie de temas profesionales, y decidido si es oportuno un análisis más profundo.
- e) Se han realizado traducciones de textos complejos relativos a su ámbito profesional utilizando material de apoyo en caso necesario.
- f) Se han interpretado mensajes técnicos recibidos a través de soportes telemáticos: e-mail, fax.
- g) Se han interpretado instrucciones extensas y complejas, que estén dentro de su especialidad.

3. Se expresa oralmente con razonable fluidez y claridad sobre temas de la vida cotidiana, en situaciones de comunicación interpersonal presencial o a distancia empleando palabras y expresiones sencillas.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha expresado el discurso con una entonación adecuada y una pronunciación clara y comprensible aunque sea evidente el acento extranjero y los interlocutores puedan pedir, ocasionalmente, repeticiones.

- b) Se han realizado descripciones o narraciones de hechos o acontecimientos no previstos de antemano con un nivel de detalle suficiente para su correcta comprensión.
 - c) Se han empleado circunloquios para salvar dificultades con el vocabulario.
 - d) Se ha expresado con precisión, empleando un vocabulario suficiente y frases sencillas relativamente estandarizadas, la información relativa a cantidades, números, características y hechos relacionados con su campo profesional.
 - e) Se ha adecuado la expresión oral en lengua extranjera a la situación comunicativa, incluyendo los elementos requeridos de comunicación no verbal.
4. Cumplimenta en la lengua extranjera documentos y redacta cartas, mensajes o instrucciones relacionados con su ámbito de interés, con la cohesión y coherencia requeridas para una comunicación eficaz.

Criterios de evaluación:

- a) Se han cumplimentado con corrección y empleando la terminología específica, formularios, informes breves y otro tipo de documentos normalizados o rutinarios.
 - b) Se han redactado cartas, faxes, correos electrónicos, notas e informes sencillos y detallados de acuerdo con las convenciones apropiadas para estos textos.
 - c) Se han resumido con fiabilidad informaciones procedentes de revistas, folletos, Internet y otras fuentes, sobre asuntos rutinarios, pudiendo utilizar las palabras y la ordenación de los textos originales para generar textos breves o resúmenes coherentes en un formato convencional.
 - d) Se han redactado cartas, descripciones y otros escritos sobre temas generales o de interés personal que incluyan datos, opiniones personales o sentimientos, con razonable nivel de detalle y precisión.
 - e) Se han elaborado todos los documentos propios de su actividad con una corrección razonable en los elementos gramaticales básicos, en los signos de puntuación y en la ortografía de palabras habituales, con una estructura coherente y cohesionada, y empleando un vocabulario suficiente para expresarse sobre la mayoría de los temas de su interés en la vida ordinaria.
 - f) Se han tenido en cuenta las características socioculturales del destinatario y el contexto en el que se produce la comunicación en la producción de los documentos escritos.
 - g) Se han aplicado criterios de contextualización y de coherencia en la selección de la información procedente de las herramientas de traducción.
5. Se comunica oralmente en la lengua extranjera con otros interlocutores manteniendo un intercambio sencillo y directo sobre asuntos cotidianos de su interés.

Criterios de evaluación:

- a) Se han iniciado, mantenido y terminado conversaciones presenciales sencillas sobre temas de interés personal.
- b) Se ha participado sin dificultad en intercambios verbales breves sobre situaciones rutinarias en las que se abordan temas conocidos.
- c) Se han requerido ocasionalmente aclaraciones o repeticiones de alguna parte del discurso emitido por los interlocutores cuando se refiere a situaciones predecibles.
- d) Se han empleado las convenciones adecuadas para entablar o finalizar conversaciones de manera adecuada al contexto comunicativo.
- e) Se ha ajustado la interacción oral, incluyendo el lenguaje no verbal, al medio de comunicación (presencial o no presencial), a la situación comunicativa (formal o informal) y a las características socioculturales del interlocutor.
- f) Se ha manifestado una riqueza de vocabulario suficiente para expresarse en torno a las situaciones rutinarias de interacción social en su ámbito profesional.

Contenidos.

Análisis de mensajes orales elaborados:

- Comprensión de mensajes cotidianos.
- Mensajes directos y telefónicos.
- Terminología básica específica del sector profesional.
- Ideas principales y secundarias.
- Recursos gramaticales avanzados.
- Otros recursos lingüísticos: acuerdo y desacuerdo, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia.

Interpretación de mensajes escritos elaborados:

- Comprensión de mensajes, textos, artículos básicos profesionales y cotidianos.
- Terminología específica del sector profesional.
- Ideas principales y secundarias.
- Recursos gramaticales avanzados.
- Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.

Producción de mensajes orales elaborados:

- Registros utilizados en la emisión de mensajes orales.
- Terminología básica específica del sector profesional.
- Recursos gramaticales avanzados.
- Otros recursos lingüísticos: acuerdo y desacuerdo, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia.
- Fonética. Sonidos y fonemas vocálicos y sus combinaciones y sonidos y fonemas consonánticos y sus agrupaciones.

Emisión de textos escritos elaborados:

- Expresión y cumplimentación de mensajes y textos profesionales y cotidianos.
- Currículo vitae y soportes telemáticos: fax, e-mail, burofax.
- Terminología básica específica del sector profesional.
- Idea principal e ideas secundarias.
- Recursos gramaticales avanzados.
- Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.
- Coherencia textual:

Interacción oral fluida:

- Mantenimiento y seguimiento del discurso oral fluido.
- Toma, mantenimiento y cesión del turno de palabra de forma ágil.
- Acomodación del estilo comunicativo al destinatario, el contexto y el objetivo de la comunicación.
- Entonación como recurso de cohesión del texto oral: uso de los patrones de entonación.
- Utilización de estrategias de comunicación no verbal para reforzar la interacción oral.

Orientaciones didácticas.

El módulo profesional de Segunda lengua extranjera se ha dividido entre los dos cursos para evitar que se produzca una interrupción en la utilización del idioma durante la formación del alumnado. Considerando que, en este caso, la Segunda lengua extranjera b) trata un segundo nivel del idioma dentro del ciclo formativo, el enfoque de este módulo se puede dirigir a incrementar la competencia lingüística del alumnado, especialmente en los aspectos relacionados con la comprensión y la expresión oral, así como a reforzar la formación en aspectos técnicos del lenguaje propios de su especialidad, sin dejar de lado el desarrollo de las capacidades necesarias para desenvolverse en situaciones de comunicación ordinarias. Esta última dimensión adquiere una relevancia especial en este curso, desde el que los alumnos y alumnas pueden acceder a su participación en los programas europeos para el aprendizaje permanente.

Por todo ello, y en consonancia con lo que se propone en el Marco Europeo de referencia para las lenguas, el módulo se debe enfocar hacia la consecución, por parte del alumnado, de una comunicación eficaz en situaciones ordinarias y profesionales reales que, dentro de este perfil profesional, tiene una especial relevancia. Así mismo, convendría centrar el esfuerzo en que los alumnos sean capaces de comunicarse de manera autónoma y coherente con un nivel más exigente en la corrección, fluidez y exactitud de la expresión. La utilización, de manera exclusiva, de la lengua extranjera en el aula, tanto por parte del profesor o profesora como por parte del alumnado, supondrá una contribución importante a los objetivos que se persiguen.

Las actividades que se realicen en el proceso de enseñanza-aprendizaje debieran diseñarse de manera que expongan al alumnado a situaciones comunicativas lo más auténticas posible, que potencien de manera especial las destrezas de comprensión y expresión oral y, por tanto, de interacción, prestando especial atención a la formalización de los documentos asociados a la actividad habitual del sector profesional y a la gestión de contingencias (reclamaciones, quejas, informaciones especiales, etc.).

El ejercicio de las destrezas de comprensión lectora puede proporcionar una buena ocasión para profundizar la contextualización del aprendizaje en el campo profesional, extrayendo datos, informaciones y vocabulario específico de documentos reales que, en buena medida, serán accesibles a través de Internet. De manera similar puede contribuir la realización por parte de los alumnos y alumnas de presentaciones electrónicas en las que se describan procesos de trabajo, instrucciones de operación, redacción de cartas de respuesta a quejas y reclamaciones, etc. relativos a su campo profesional.

Otro aspecto en el que conviene incidir es en el desarrollo de las competencias sociolingüísticas, que deben impregnar todo el proceso de enseñanza-aprendizaje y a las que en este curso se presta una mayor atención dentro de este módulo. Es importante que se garantice que el alumnado conoce las convenciones en el uso de la lengua, las normas de cortesía, las diferencias de registro y la trascendencia de su uso adecuado y, en general, las características culturales más definitorias de la idiosincrasia de los países que tienen a la lengua extranjera como lengua materna.

En lo que se refiere a la evaluación, se sugiere que este proceso se centre en la valoración de la competencia comunicativa del alumno, es decir, de la forma de poner en acción sus conocimientos y destrezas lingüísticas y su capacidad para utilizar diferentes estrategias de comunicación. Con este objetivo se han señalado los criterios de evaluación de este módulo.

Módulo Profesional: Recursos turísticos II

Código: 0384b

Equivalencia en créditos ECTS: 4

Duración: 70 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han detectado los recursos turísticos más destacados de Navarra.
- b) Se han clasificado atendiendo a las tipologías y empleando la legislación vigente en cada caso.
- c) Se ha determinado el tipo de recurso del que se trata y explicado atendiendo a sus peculiaridades y a la singularidad.
- d) Se han diseñado bases de datos de recursos turísticos por áreas o zonas, diferenciando así la tipología de espacios turísticos en relación con los recursos que existen en la zona.
- e) Se ha definido cual es la protección legal e institucional existente para los diferentes recursos.
- f) Se han reconocido los organismos e instituciones para la tutela de los recursos.
- g) Se ha definido el proceso de petición para solicitar la declaración de un recurso en relación a su tipología y características.
- h) Se han recabado los documentos necesarios para solicitar la catalogación de un bien o recursos de la forma más adecuada.

2. Interpreta los conceptos básicos del arte caracterizando el patrimonio artístico de Navarra.

Criterios de evaluación:

- a) Se han detectado las principales manifestaciones artísticas de Navarra.
- b) Se han reconocido prototipos artísticos y las características técnicas y culturales que constituyen los modelos universales o, nacionales en el ámbito de Navarra.
- c) Se han identificado las principales líneas conceptuales que fundamentan una cultura local donde se insertan las manifestaciones artísticas tanto de pintura como escultura y arquitectura.
- d) Se han reconocido los centros culturales de interés en Navarra con actividad turística.

3. Identifica el patrimonio sociocultural de Navarra analizando su diversidad.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los objetivos y los elementos clave para clasificar los distintos tipos de patrimonio histórico y cultural.
- b) Se han elaborado fichas que identifiquen los recursos y sus descripciones más adecuadas para clasificar la tipología del recurso y la importancia del mismo.
- c) Se han identificado las localidades y ubicaciones de todos los bienes clasificados de interés cultural.
- d) Se han diseñado fórmulas para clasificar e interpretar otro tipo de recursos como gastronomía, museos, etnografía, etnología y tradiciones de las localidades navarras.
- e) Se han clasificado las fiestas tradicionales de las distintas localidades y se han diferenciado por el ámbito de su interés turístico-cultural, internacional, nacional y territorial de Navarra.

- f) Se han identificado los principales museos y centros culturales de Navarra así como los contenidos genéricos de los mismos.
4. Analiza el patrimonio natural-paisajístico de Navarra caracterizándolo e interpretándolo como recurso turístico.

Criterios de evaluación:

- a) Se han clasificado los distintos tipos de espacios naturales protegidos y no protegidos de Navarra.
- b) Se han definido las características de las diferentes clasificaciones legales existentes en la Comunidad Foral de Navarra.
- c) Se han propuesto métodos para sensibilizar al visitante y prevenir conflictos en la relación turismo-naturaleza.
- d) Se han utilizado los sistemas de información geográfica territorial como herramienta de planificación y uso de los recursos naturales para uso turístico.
- e) Se ha definido cual es la protección legal e institucional, en el contexto de Navarra, del patrimonio natural.
- f) Se han relacionado los organismos e instituciones existentes en Navarra para la tutela o gestión del patrimonio.
5. Interpreta globalmente el patrimonio artístico, sociocultural e histórico de Navarra, analizando las estrategias necesarias para su aplicación como recurso turístico.

Criterios de evaluación:

- a) Se han aplicado los métodos más adecuados para llevar a cabo la interpretación del patrimonio en Navarra.
- b) Se han caracterizado los diferentes sistemas de interpretación en función de los tipos de recursos existentes en Navarra.
- c) Se ha realizado la planificación interpretativa de recursos existentes en el territorio.
- d) Se han identificado de forma correcta las fases de una planificación interpretativa de recursos existentes en el entorno.
- e) Se han descrito diferentes formas de llevar a cabo una interpretación de recursos, tales como rutas, publicaciones interpretativas, señales y carteles, exhibiciones, medios audiovisuales y centros de visitantes.
- f) Se han aplicado métodos de evaluación y control en la interpretación.
- g) Se han diseñado los correspondientes cuestionarios de satisfacción.

Contenidos.

Identificación y clasificación de los recursos turísticos de Navarra:

- El sector turístico en Navarra. Organización y contribución a la economía.
- Recursos turísticos en Navarra. Clasificación y tipología. Recursos naturales/recursos culturales; recursos tangibles/recursos intangibles.
- Análisis de los recursos. Valor del recurso y su relación como parte integrante de la oferta turística de Navarra.
- Legislación foral que afecta a los recursos turísticos y su aplicación a los mismos.
- Normativa de protección de recursos existente en Navarra referente a los recursos turísticos, a su protección, mantenimiento y reconocimiento.
- Organización territorial turística de Navarra como soporte y modo de vertebrar los recursos.
- Recursos y servicios esenciales y complementarios en la Comunidad Foral de Navarra.

Interpretación de los conceptos básicos del arte en Navarra:

- Movimientos y estilos artísticos en pintura, escultura, arquitectura y otras manifestaciones artísticas de Navarra.
- Elementos críticos interpretativos. Caso particular de Navarra y su entono.
- Principales muestras artísticas de Navarra.

Identificación y análisis del Patrimonio histórico-artístico y sociocultural de Navarra:

- Turismo cultural: concepto. El turismo cultural como producto turístico.
- Turismo y patrimonio cultural de Navarra. El Camino de Santiago como producto cultural. Otras rutas culturales y turísticas.
- Museos y otros centros culturales. Museo de Navarra.
- Eventos culturales y fiestas de Navarra. Festivales y programas. Fiestas y tradiciones. Ferias y mercados.
- Turismo de reuniones en Navarra: ferias, talleres, congresos e incentivos. Descripción de la actividad y evolución de estas actividades.
- Gastronomía de Navarra. Elaboraciones y productos tradicionales. Marcas de calidad. Ferias y eventos relacionados con la gastronomía de Navarra.
- Enología de Navarra. Zonas vinícolas y denominación de origen. Ferias y eventos relacionados con la enología de Navarra. Ruta del vino.
- Etnografía y artesanía. Productos propios de cada zona. Tipos.
- Patrimonio inmaterial. Descripción y contenido. Música popular. Danza. Tradiciones. Otras expresiones culturales.
- Tipología de la arquitectura popular en las distintas comarcas de Navarra.
- Plan desarrollo de productos turísticos. Entidades locales. Consorcios turísticos.

Análisis del Patrimonio natural y paisajístico de Navarra:

- Recursos naturales vivos e inertes de Navarra.
- Normativa foral.
- Distintos paisajes de Navarra, interpretación de los factores naturales y culturales que los han provocado.
- La naturaleza en Navarra: espacios naturales protegidos. Parques naturales. Bardenas Reales, reserva de la biosfera. Valles, ríos, bosques y vías verdes.
- Espacios naturales protegidos de Navarra, LICs, ZEPAs y otras figuras de protección.
- Programas europeos de ayuda al patrimonio natural y paisajístico.
- Nuevas tecnologías para detectar y localizar los espacios, programas de cartografía y otros. SITNA.
- Turismo rural y de naturaleza. Significado e innovaciones en el turismo Navarro. El turismo y desarrollo rural. Causa-efecto.
- Medidas para mantener el medio ambiente. Turismo alternativo.

Interpretación global del patrimonio histórico, artístico y sociocultural de Navarra:

- Métodos para acercar el legado natural y cultural al público visitante.
- La interpretación del patrimonio de Navarra en un contexto global.
- Interpretación del patrimonio y su gestión en Navarra.

- Medios y planificación interpretativa más empleada en el ámbito territorial.
- Evaluación y control de los sistemas de interpretación. Métodos empleados.

Orientaciones didácticas.

El objetivo de este módulo es que el alumnado adquiera las destrezas básicas para identificar los recursos turísticos de una zona o comarca de Navarra, teniendo en la interpretación del patrimonio sociocultural y natural uno de los pilares básicos para su desarrollo. Estas destrezas incluyen aspectos fundamentales como:

- Conocer los recursos turísticos de la Comunidad Foral de Navarra.
- Interpretar el patrimonio sociocultural y natural de las distintas zonas de Navarra.
- Identificar los estilos artísticos en pintura, escultura, arquitectura y otras manifestaciones artísticas de Navarra.
- Valorar el patrimonio natural a través del estudio de los diferentes espacios naturales.
- Identificar las acciones necesarias para la conservación del medio ambiente, sostenibilidad y mantenimiento en las intervenciones sobre su explotación y aprovechamiento como recurso turístico.

El estudio del arte será una herramienta para la interpretación, valoración y conocimiento del patrimonio artístico de la Comunidad Foral de Navarra, de manera que se puedan establecer las premisas básicas necesarias para satisfacer las expectativas de información de turistas y visitantes. De igual modo, este módulo le capacita al alumno o alumna para valorar el patrimonio natural a través del estudio de los diferentes espacios naturales del entorno.

Al finalizar este módulo, el alumnado debe ser capaz de desempeñar la función de asesoramiento técnico e información sobre recursos turísticos, integrando el hecho cultural patrimonial, así como el entorno natural, dentro de la oferta turística de cada zona.

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

La secuenciación de contenidos que se propone como más idónea se corresponde con el orden de presentación expuesto a continuación organizado en los cinco apartados de contenidos siguientes:

- Conceptos básicos del arte en el contexto de Navarra.
- Recursos turísticos de Navarra.
- Patrimonio histórico-artístico y sociocultural de Navarra.
- Patrimonio natural y paisajístico.
- Interpretación del patrimonio histórico, artístico y sociocultural de Navarra en un contexto global.

Para su trabajo de manera sistemática y ordenada se propone la división de estos apartados en tres bloques de contenidos:

Bloque I. El arte en Navarra.

Bloque II. Recursos turísticos de Navarra y patrimonio cultural.

Bloque III. Patrimonio natural y paisajístico.

Se aconseja comenzar por el bloque I de manera introductoria para poder interpretar los conceptos básicos del arte e identificar y caracterizar los diferentes movimientos y estilos artísticos de Navarra: del Paleolítico al Neolítico. El románico y el gótico. Principales manifestaciones artísticas en estas

épocas, y, del Renacimiento hasta la actualidad con sus principales manifestaciones artísticas. Haciendo especial mención al Camino de Santiago en Navarra. Hay que tener en cuenta que el punto de partida son los contenidos básicos tratados en el módulo de Recursos turísticos I.

Se sugiere continuar con el bloque II que aborda la identificación de los recursos turísticos de Navarra y su normativa, así como los organismos implicados en la protección de dichos recursos. La identificación y análisis del patrimonio histórico artístico y sociocultural de Navarra, su difusión y sostenibilidad, y, la gestión de dicho patrimonio.

Para finalizar, se abordará el patrimonio natural y paisajístico de Navarra con los métodos para acercar el legado natural al público visitante, identificando el impacto ambiental de la actividad turística, así como complementar el estudio del patrimonio mediante un enfoque más global en el que se introduzcan factores no estrictamente territoriales. Por ejemplo, profundizar en el estudio del Camino de Santiago desde un contexto internacional o la gastronomía desde una óptica cultural internacional.

Estos contenidos se organizarán en unidades de trabajo, cada una de las cuales tendrá sentido como entidad propia y estará organizada de tal manera que permita la definición de los objetivos, actividades de enseñanza-aprendizaje y evaluación. El conjunto de todas las unidades de trabajo ha de permitir la consecución de los resultados de aprendizaje del módulo.

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

- La aplicación de las nuevas tecnologías y aplicaciones ofimáticas para detectar y analizar los distintos recursos existentes en Navarra.
- El conocimiento de la legislación foral aplicable.
- La investigación sobre las nuevas fórmulas de ofertar y acercar el legado cultural y patrimonial al visitante realizando trabajos de campo en distintas zonas de Navarra.
- Visitas guiadas a puntos de interés turístico de Navarra.

En cualquier caso, a lo largo de toda la formación que se imparte dentro de este título, como consecuencia de una actitud profesional por parte del profesorado, se debe conseguir que el alumnado tenga una actuación que garantice:

- Unos estándares de calidad.
- El cumplimiento de todas las exigencias legales relacionadas con la Prevención de Riesgos Laborales.
- Respeto por las necesidades de los clientes y su comportamiento en el uso de los servicios de agencias de viajes.
- Respeto por el medio ambiente, el aprovechamiento nacional de los recursos energéticos, tanto por motivos medioambientales como económicos, conocer y respetar el término de sostenibilidad.
- Respeto hacia el entorno de trabajo en el aula, el taller y el trabajo de campo.
- La necesaria deontología profesional dentro del sector.

Finalmente, y por lo que se refiere a la relación de este módulo con los demás incluidos en el currículo, sería conveniente señalar que los contenidos del módulo de Recursos turísticos II guardan estrecha relación y se tendría en cuenta la necesidad de coordinación en contenidos con el profesorado que imparta los módulos profesionales de Recursos turísticos I y Destinos turísticos.

Módulo Profesional: Servicios de información turística

Código: 0385

Equivalencia en créditos ECTS: 6

Duración: 110 horas

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 CCAA 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 CCAA 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 han esquematizado las estructuras organizativas de los servicios de información turística.
- e) Se ha descrito la relación con otros agentes turísticos del destino y el modo de colaboración entre ellos.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han descrito los distintos espacios de una oficina de información turística de acuerdo con sus funciones.
- b) Se han identificado las fuentes de información necesarias para elaborar un fondo de documentación turística que responda a las necesidades planteadas.
- c) Se han señalado los servicios de información turística, puntos de información y resto de sistemas según la normativa vigente.
- d) Se han utilizado los soportes técnicos e informáticos más adecuados para la gestión y tratamiento de la información.
- e) Se han empleado los medios de elaboración y soportes de difusión de la información turística más apropiados y actuales.
- f) Se han planificado los recursos humanos necesarios para atender la organización diseñada.

- g) 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.
4. Diseña el plan de atención al público de un sistema de información turística adecuando el organigrama y resto de recursos.

Criterios de evaluación:

- a) 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.
- b) Se han descrito las características del plan de atención al público, estableciendo unas pautas básicas de atención diferenciada para cada caso (presencial, por teléfono, correo electrónico u otras vías).
- c) Se han identificado los horarios más adecuados para atender el servicio de información y para planificar los recursos humanos.
- d) Se han ejecutado las técnicas necesarias para poder solucionar posibles quejas o reclamaciones que se produzcan en los sistemas de información turística.
- e) Se han obtenido las estadísticas e informes necesarios para analizar el funcionamiento de los sistemas de información turística.
5. Comunica los productos y servicios de los sistemas de información difundiendo las tareas realizados por éstos.

Criterios de evaluación:

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

Contenidos.

Descripción de los sistemas de información turística:

–Historia de la información turística.

–Estructura de la política sobre información turística:

- Europa.
- España.
- CCAA.

Definición de los tipos de oficinas de información turística y sus fines:

–Normativa sobre las oficinas de turismo.

–Organismos oficiales.

–Funciones básicas que se desarrollan en una oficina.

–Diferentes tipos de profesionales de la información turística.

Estructuración de los servicios de información turística:

–Distribución de los espacios y áreas en los sistemas de información turística.

- Redes de centros y servicios de información turística. Páginas web afines a esta temática.
- Software adecuado para el tratamiento de la información turística.
- Plan de calidad turística de España.
- Plan de acción en oficinas de turismo.

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

- Planificación de los RRHH en una oficina.
- Atención al público en los servicios de información turística.
- Tratamiento de solicitudes y peticiones por correo electrónico o postal.
- Quejas y reclamaciones.
- Documentación interna y externa.
- Ofimática y nuevas tecnologías de la información aplicada a las oficinas de turismo.

Comunicación y difusión de los servicios y productos de los sistemas de información turística:

- Creación de soportes de difusión de la información turística.
- Los instrumentos de comunicación.
- Relación con los medios de comunicación.
- La identidad corporativa.
- Instrumentos de gestión para los flujos turísticos.
- Relaciones con otros agentes turísticos.

Orientaciones didácticas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar la función de información turística y de asistencia en eventos.

Las funciones de información turística, asesoramiento y asistencia en eventos incluye aspectos como:

- Recopilación y análisis de información sobre recursos y oferta de los destinos turísticos.
- Información y asesoramiento a visitantes a ferias, congresistas y otros.
- Información y asesoramiento a turistas en visitas y viajes.

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

- El conocimiento del destino en donde se encuentra el servicio de información y alrededores.
- La descripción de los elementos más característicos del medio físico donde ejerce su función de informador.
- La identificación de su oferta y de los recursos y características más sobresalientes, realizando fichas técnicas para luego poder asesorar e informar de forma veraz y eficaz.
- La actualización continúa de la información para poder desempeñar su trabajo de la forma más idónea.
- La utilización de una metodología activa y motivadora que implique la participación del alumno como agente activo del proceso de enseñanza-aprendizaje.
- La utilización en el aula de recursos bibliográficos, audiovisuales y TIC que permita al alumno acceder a los programas más adecuados para una correcta gestión de los servicios de información turística.

Módulo Profesional: Procesos de guía y asistencia turística

Código: 0386

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Duración: 150 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

3. 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.
4. Aplica las técnicas de comunicación y de dinamización, analizándolas y relacionándolas con las diferentes tipologías de grupos.

Criterios de evaluación:

- a) 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.
 - b) 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.
 - c) 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.
 - d) Se han descrito los comportamientos que se pueden encontrar en grupos de viajeros y se han identificado los problemas de relación que plantean.
 - e) 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.
 - f) Se han planificado diferentes programas y actividades de animación y actividades lúdico-recreativas dependiendo del servicio y de las características del grupo.
5. 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.
6. 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.

Caracterización de los servicios de asistencia y guía:

- Deontología profesional.
- La calidad del servicio de asistencia y guía.
- Figuras profesionales. Caracterización de cada figura.
- Servicios de asistencia y guía. Funciones del guía en cada caso.
- Regulación de la actividad profesional.
- Normativa europea, estatal y autonómica.
- Regulación del acceso a la condición de guía.
- Asociaciones y colegios profesionales.

Diseño de itinerarios, visitas y otros servicios:

- Diseño y programación de los diferentes tipos de servicios. Metodología. Fases. Análisis de viabilidad.
- La accesibilidad en los recursos turísticos.
- Información adaptada a distintos perfiles de usuarios y/o servicios.
- Intermediación del guía con otras entidades y profesionales del sector.
- Responsabilidades contractuales.
- Documentación asociada a los servicios de asistencia y guía: fichas de recursos, "rooming-list", bonos y expedientes.
- Aplicaciones informáticas.

Descripción de los requisitos inherentes a los desplazamientos de viajeros:

- Viajeros, viajeros en tránsito, fronteras y aduanas.
- Aspectos legales y documentación.

- Moneda y divisa. Normativa internacional y comunitaria sobre cambio y movimiento de moneda.
- Consulados y embajadas. Funciones y servicios.
- La salud y la seguridad en los viajes.
- Riesgos sanitarios y de otra índole; vacunación profiláctica y otros. Seguros de viajes.
- Actitudes del viajero en determinados destinos: religión, cultura y tradiciones.
- Fuentes de información de utilidad para el viajero.

Aplicación de técnicas de comunicación y de dinamización de grupos:

- La comunicación en el servicio de asistencia y guía. Fases.
- Habilidades sociales y técnicas de comunicación específicas para la actividad de asistencia, acompañamiento y guía de grupos turísticos.
- Metodología para la interpretación de recursos culturales y naturales. Aplicaciones.
- Los grupos turísticos. Caracterización.
- Dirección y liderazgo de grupos. Concepto, enfoques y aplicación.
- Técnicas de dinamización de grupos en diferentes entornos y distintos segmentos.
- Programas de animación y actividades lúdico-recreativas en ruta.

Desarrollo de los procesos de asistencia y guía:

- Procesos de servicios de asistencia y guía en:
 - Transfer.
 - Visitas a recursos culturales y naturales.
 - Excursiones.
 - Circuitos, rutas e itinerarios.
 - Otros servicios.
- Procedimientos de desarrollo del servicio: fases, técnicas, gestiones previas, presentación, desarrollo y despedida.
- Encuestas y autoevaluación. Tipos y aplicaciones.
- La gestión del imprevisto. Técnicas.

Control de los procedimientos de entradas y salidas de viajeros en terminales de transporte:

- Terminales y medios de transporte. Características, instalaciones, organización y funcionamiento básico. Plan de seguridad.
- Derechos y obligaciones de viajeros y transportistas.
- Procedimiento de facturación. Normas de seguridad y documentación. Mercancías peligrosas y animales vivos.
- Procedimiento de embarque.
- Recogida de equipajes.
- Protocolos de actuación en caso de incidencias.
- Reserva, venta y emisión de títulos en terminales de transporte.
- Otras operaciones en terminales de transporte:
 - Información turística.

- Información de la compañía.
 - Asistencia a colectivos con necesidades específicas: pasajeros con movilidad reducida, situaciones de dependencia y menores no acompañados.
 - Tratamiento de incidencias: overbooking, conexiones, cancelaciones y otros.
 - Atención de quejas y reclamaciones.
 - Otros.
- Aplicaciones informáticas.

Orientaciones didácticas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones de información, asistencia y guía turística con grupos turísticos y los procesos derivados de la prestación de diversos servicios en terminales y medios de transporte y en eventos.

Las funciones del servicio de información, asistencia y guía incluyen aspectos como:

- Búsqueda e interpretación de información de oferta y recursos turísticos naturales y culturales.
- Diseño de itinerarios, visitas y otros servicios.
- Información y asistencia a viajeros durante los desplazamientos y en el destino.
- Organización de procesos en terminales y medios de transporte.
- Prestación del servicio de asistencia en eventos.
- Aplicación de técnicas de comunicación, animación y dinámica de grupos.
- Aplicación de nuevas tecnologías.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Realizar las actividades propias de información, asistencia y guía en viajes, destinos y en recursos naturales y culturales.
- Organizar y ejecutar procesos de información y asistencia en terminales y medios de transporte.
- Prestar servicios de información y asistencia en eventos de diversa índole.

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

- Enfoque procedimental del módulo, realizando simulaciones en el aula y fuera de ella.
- Análisis y caracterización de los distintos servicios de guía, información y asistencia turística.
- Conocimiento de los recursos turísticos del entorno.
- Interpretación de los recursos naturales y culturales.
- Adaptación de la información a diferentes ámbitos y niveles.
- Realización de dinámicas de grupos y técnicas de animación y dinamización.
- Uso de las lenguas extranjeras en el ámbito de actividades procedimentales.
- Aplicar técnicas de comunicación verbal y no verbal para incrementar las habilidades sociales.
- La utilización de una metodología activa y motivadora que implique la participación del alumno como agente activo del proceso de enseñanza-aprendizaje.
- La utilización en el aula de recursos bibliográficos, audiovisuales y TIC.

Módulo Profesional: Diseño de productos turísticos

Código: 0387

Equivalencia en créditos ECTS: 8

Duración: 130 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los elementos que constituyen los inventarios de recursos.
- b) Se han realizado inventarios de recursos a partir del estudio de campo de otros recursos.
- c) Se han identificado los puntos clave de una ficha de técnica.
- d) Se han diseñado y cumplimentado fichas técnicas del recurso territorial.
- e) Se han realizado análisis tipo "DAFO" a partir de la información obtenida en el estudio de campo.
- f) Se ha determinado la posición competitiva del territorio a partir del análisis "DAFO".
- g) Se han analizado las técnicas de evaluación de los recursos turísticos.
- h) 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:

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

3. 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.

4. 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.

5. 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.

Análisis del potencial turístico de una zona:

- Recursos turísticos del territorio.
- Tipos de recursos.
- Confeción de fichas de recursos turísticos.
- Elaboración de los inventarios de recursos turísticos.
- Técnicas de evaluación.
- Cuestionarios de evaluación de recursos.
- Elaboración de sistemas de diagnóstico DAFO.
- Programas ofimáticos de gestión de datos.

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

- Organización de la oferta turística.
- Mapas de posicionamiento.
- Ciclo de vida de los productos/servicios y destinos.

Diseño de productos/servicios y /o destinos turísticos:

- Planificación del destino turístico: creación y desarrollo.

- Clasificación de los destinos.
- Definición del producto, servicio y o destino.
- Plan de desarrollo del producto, destino y o servicio turístico.
- Plan de acción.

Implementación de los productos/servicios y/o destinos turísticos:

- Desarrollo del producto/servicio y/ o destino turístico.
- Análisis de los efectos del desarrollo turístico.
- Establecimiento de la capacidad de carga.
- La puesta en marcha del producto/ destino turístico.
- Importancia y creación de la marca y de la imagen del destino. Funciones de la imagen de marca y tipos.

Dinamización de los recursos territoriales:

- Desarrollo local y empleos futuros.
- Políticas instrumentales de desarrollo local.
- Ayudas y subvenciones.

Orientaciones didácticas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones de comercialización y organización de las unidades de producción en los procesos de asistencia y productos turísticos, en especial, en lo relacionado con los subprocesos de guía, centros de información y productos turísticos locales y regionales.

Las funciones de diseño de productos turísticos incluye aspectos como:

- Análisis de información y necesidades.
- Determinación de la oferta.
- Determinación de los recursos.
- Programación de actividades.
- Asignación de recursos y tareas.
- Atención al cliente.
- Información y asesoramiento.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- La detección y creación de planes de desarrollo de oportunidades de oferta turística locales y regionales.
- La actividad de los agentes de desarrollo local.

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

- Investigación de las fuentes de información sobre zonas concretas para detectar posibles recursos turísticos empleando las nuevas tecnologías de la comunicación.
- Análisis del ciclo de vida de productos locales existentes.
- Contraste de las nuevas tendencias en turismo con la oferta local por zonas.
- Trabajos de campo para la realización de planes de reactivación local socioeconómica a partir de la creación/modificación de productos y servicios turísticos.

Módulo Profesional: Empresa e iniciativa emprendedora

Código: 0390

Equivalencia en créditos ECTS: 4

Duración: 70 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha valorado la importancia de la iniciativa individual, la creatividad, la formación y la colaboración como requisitos indispensables para tener éxito en la actividad emprendedora como persona empleada o empresario.
- b) Se han identificado los conceptos de innovación e internacionalización y su relación con el progreso de la sociedad y el aumento en el bienestar de los individuos.
- c) Se ha analizado el concepto de cultura emprendedora y su importancia como fuente de creación de empleo y bienestar social.
- d) Se ha analizado el desarrollo de la actividad emprendedora de un empresario que se inicie en el ámbito de actividades de guía, información y asistencia turísticas.
- e) Se ha analizado el concepto de riesgo como elemento inevitable de toda actividad emprendedora y la posibilidad de minorarlo con un plan de empresa.
- f) Se ha analizado el concepto de empresario y los requisitos y actitudes necesarios para desarrollar la actividad empresarial.

2. Reconoce y aplica las competencias personales relacionadas con la comunicación, el liderazgo, la creatividad y el compromiso, valorando su importancia en el desarrollo de actividades profesionales por cuenta propia y por cuenta ajena.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los elementos necesarios para desarrollar una comunicación eficaz.
- b) Se han clasificado los diferentes estilos de mando y dirección y sus efectos en personas y empresas.
- c) Se ha justificado la necesidad de la motivación en las actividades profesionales.
- d) Se han descrito las técnicas de motivación más usuales y su adecuación a las diferentes situaciones.
- e) Se ha justificado la necesidad del pensamiento creativo en la mejora de los procesos de trabajo y en la innovación profesional.
- f) Se han descrito las características principales de los procesos creativos.
- g) Se han relacionado las competencias individuales profesionales con las capacidades personales que se requieren en el trabajo por cuenta ajena en las empresas del sector.
- h) Se han relacionado las competencias individuales profesionales con las capacidades personales que se requieren en la persona emprendedora que inicie una actividad en el sector profesional de guía, información y asistencia turísticas.

3. Genera e identifica ideas de negocio, definiendo la oportunidad de creación de una pequeña empresa o de intraemprendimiento, incorporando valores éticos y valorando su impacto sobre el entorno.

Criterios de evaluación:

- a) Se han descrito las funciones básicas que se realizan en una empresa y se ha analizado el concepto de sistema aplicado a la empresa.

- b) Se ha potenciado la generación de ideas intraempresariales de mejora de procesos y productos en una empresa, tratando de dar respuestas a demandas del mercado.
- c) Se ha potenciado la generación de ideas de negocio tratando de dar respuestas a demandas del mercado.
- d) Se han analizado distintas oportunidades de negocio, teniendo en cuenta la situación y la evolución del sector.
- e) Se han identificado los principales componentes del entorno general que rodea a la empresa; en especial el entorno económico, social, demográfico, cultural, político, legal, tecnológico e internacional.
- f) Se ha analizado la influencia en la actividad empresarial de las relaciones con los clientes/ usuarios, con los proveedores, con la competencia, así como con los intermediarios, como principales integrantes del entorno específico o microentorno.
- g) Se han identificado los elementos del entorno de una PYME.
- h) Se han analizado los conceptos de cultura empresarial e imagen corporativa, y su relación con los objetivos empresariales.
- i) Se ha analizado el fenómeno de la responsabilidad social de las empresas y su importancia como un elemento de la estrategia empresarial.
- j) Se ha elaborado el balance social de una empresa de guía, información y asistencia turísticas y se han descrito los principales costes sociales en que incurren estas empresas, así como los beneficios sociales que producen.
- k) Se han identificado, en empresas del ámbito de guía, información y asistencia turísticas., prácticas que incorporan valores éticos y sociales.
- l) Se ha descrito la estrategia empresarial relacionándola con los objetivos de la empresa y se ha concretado el plan de marketing.
- m) Se ha valorado la importancia de la realización de un estudio de viabilidad económico financiera de una empresa.

4. Realiza las actividades para la constitución y puesta en marcha de una empresa de guía, información y asistencia turísticas valorando las posibilidades y recursos existentes, seleccionando la forma jurídica e identificando las obligaciones legales asociadas.

Criterios de evaluación:

- a) Se han analizado las diferentes formas jurídicas de la empresa.
- b) Se ha especificado el grado de responsabilidad legal de los propietarios de la empresa en función de la forma jurídica elegida.
- c) Se ha diferenciado el tratamiento fiscal establecido para las diferentes formas jurídicas de la empresa.
- d) Se han analizado los trámites exigidos por la legislación vigente para la constitución de una PYME.
- e) Se ha realizado una búsqueda exhaustiva de las diferentes ayudas para la creación de una empresa de guía, información y asistencia turísticas.
- f) Se han definido los elementos que componen un plan de empresa.
- g) Se ha incluido en el plan de empresa todo lo relativo a la elección de la forma jurídica, trámites administrativos, ayudas y subvenciones.
- h) Se han identificado las vías de asesoramiento y gestión administrativa externos existentes a la hora de poner en marcha una PYME.
- i) Se ha incluido en el plan de empresa todo lo relativo al plan de producción y al estudio de viabilidad económico-financiero.

- j) Se han descrito las técnicas básicas de análisis de la información contable, en especial en lo referente a la solvencia, liquidez y rentabilidad de la empresa.
- k) Se ha llevado a cabo un estudio de viabilidad económica y financiera de una PYME del sector de la información y las actividades turísticas.
- l) Se han identificado y valorado las inversiones necesarias para llevar a cabo la actividad, así como las fuentes de financiación.
- m) Se han identificado las debilidades y fortalezas.

5. Realiza actividades de gestión administrativa, comercial y financiera básica de una PYME, identificando las principales obligaciones contables y fiscales y cumplimentando la documentación.

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido las obligaciones fiscales de una empresa de guía, información y asistencia turísticas.
- b) Se han definido las fases de producción o prestación del servicio, estrategias productivas y de calidad.
- c) Se han analizado los conceptos básicos de contabilidad.
- d) Se ha valorado la necesidad de llevar a cabo acciones de investigación, desarrollo e innovación (I+D+i).
- e) Se han diferenciado los tipos de impuestos en el calendario fiscal.
- f) Se ha cumplimentado la documentación básica de carácter comercial y contable (facturas, albaranes, notas de pedido, letras de cambio, cheques y otros) para una PYME del sector de guía, información y asistencia turísticas, y se han descrito los circuitos que dicha documentación recorre en la empresa.

Contenidos.

Iniciativa emprendedora:

- Innovación y desarrollo económico. Principales características de la innovación en la actividad de las empresas de guía, información y asistencia turísticas.
- Factores claves de los emprendedores: iniciativa, creatividad y formación.
- La actuación de los emprendedores como empresarios y empleados de una PYME del sector de guía, información y asistencia turísticas.
- El riesgo en la actividad emprendedora.
- Concepto de empresario. Requisitos para el ejercicio de la actividad empresarial. Carácter emprendedor.

La comunicación, el liderazgo y la creatividad:

- Competencias básicas de creatividad, de comunicación, de liderazgo, entre otras.
- Características de la persona creativa. Técnicas que fomentan la creatividad.
- Reconocimiento de los estilos de mando y dirección. Aplicación en los diferentes ámbitos de la empresa.
- Concepto de motivación. Técnicas de motivación y su aplicación.
- Reconocimiento de las competencias laborales y personales de un emprendedor y de una persona empleada del sector de guía, información y asistencia turísticas.

La empresa y su entorno:

- La empresa como sistema. Funciones básicas de la empresa.

- Idea de negocio en el ámbito de una empresa de guía, información y asistencia turísticas.
- Cultura emprendedora: fomento del emprendimiento, intraemprendimiento y emprendimiento social. Técnicas para generar ideas de negocios.
- Análisis del entorno general y específico de una PYME del sector de guía, información y asistencia turísticas.
- Relaciones de una PYME del sector de guía, información y asistencia turísticas.
- La empresa en el ámbito internacional. El derecho de libre establecimiento en el seno de la Unión Europea.
- Análisis de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de una empresa del sector de guía, información y asistencia turísticas.
- Contenidos de un Plan de Marketing.

Creación y puesta en marcha de una empresa:

- Tipos de empresa. Formas jurídicas.
- Elección de la forma jurídica.
- Descripción técnica del proceso productivo o la prestación del servicio. Recursos humanos.
- Viabilidad económica y viabilidad financiera de una PYME del sector de guía, información y asistencia turísticas.
- La fiscalidad en las empresas: peculiaridades del sistema fiscal de la Comunidad Foral de Navarra.
- Trámites administrativos para la constitución de una empresa.
- Organismos e instituciones que asesoran en la constitución de una empresa.
- Identificación de las debilidades y fortalezas, DAFO.
- Elaboración de un plan de empresa.

Función administrativa, comercial y financiera:

- Concepto de contabilidad y nociones básicas.
- Concepto de función comercial y financiera.
- Definición de las fases de producción. Sistemas de mejora.
- Operaciones contables: registro de la información económica de una empresa.
- Obligaciones fiscales de las empresas.
- Requisitos y plazos para la presentación de documentos oficiales.
- Gestión administrativa de una empresa de guía, información y asistencia turísticas.

Orientaciones didácticas.

Este módulo tiene como finalidad desarrollar en el alumnado una sensibilidad positiva frente a la iniciativa emprendedora enfocada al autoempleo, así como fomentar las actitudes y habilidades intraemprendedoras que propicien la mejora continua en el empleo por cuenta ajena.

En lo referente a la secuenciación de los contenidos que se plantea, teniendo presente la competencia del centro en adoptar las decisiones que considere más apropiadas, se propone que el alumnado comience con actividades que definan y desarrollen las competencias emprendedoras y, a su vez, les permitan un acercamiento al sector en el que desarrollarán su actividad. A continuación, el alumno podría enfrentarse al reto de definir una idea de negocio, como base para la elaboración de un plan de empresa, siendo este el eje vertebrador del desarrollo del módulo.

Sería recomendable que los contenidos tuvieran un carácter aplicado y se impartiesen de forma imbricada al desarrollo del proyecto de empresa/plan de empresa, con el objetivo de que la metodología consiga conectar las partes teórica y práctica del módulo.

Se debería intentar agrupar el concepto de proyecto de empresa/plan de empresa con el módulo del proyecto de guía, información y asistencia turísticas, en el que el profesorado de familia profesional liderará las partes del mismo que hagan referencia a las características técnicas. Ambos proyectos podrán utilizarse como instrumentos de evaluación, de cara a poder valorar aspectos actitudinales del alumnado, tales como: comunicación, liderazgo, creatividad e implicación, antes definidos, como competencias necesarias para el fomento de la iniciativa emprendedora.

La metodología debiera tener un carácter teórico-práctico, empleando medios audiovisuales y las TIC para realizar búsquedas y análisis de información sobre la situación económica del sector correspondiente, consulta de páginas web y plataformas especializadas para apoyar la toma de decisiones en el proceso de puesta en marcha de una empresa. En ese sentido, se puede desarrollar un plan de empresa como eje vertebrador de las siguientes actividades:

- Realizar un proyecto/plan de empresa relacionada con la actividad del perfil profesional del ciclo formativo, que incluya todas las facetas de puesta en marcha de un negocio: viabilidad, producción y recursos humanos, gestión comercial, control administrativo y financiero, justificación social, etc., aplicando preferentemente herramientas pedagógicas basadas en experiencias prácticas y en la interacción de los agentes externos, así como la promoción de la actividad empresarial (ventanilla única empresarial, cámaras de comercio, agencias de desarrollo local, CEN, CEIN, semilleros e incubadoras de empresas, etc.).
- Contactar con empresarios mediante charlas, visitas, dinámicas, etc., que permitan conocer el funcionamiento de una empresa desde su creación, impulsen el espíritu emprendedor y permitan al alumnado desarrollar actividades sobre esa empresa: funciones básicas, análisis del entorno, análisis DAFO, descripción del proceso productivo, tipo de empresa.
- Asistir a ferias, jornadas, talleres y otros eventos que permitan el conocimiento del sector y el desarrollo de la iniciativa empresarial.
- Organizar exposiciones, jornadas técnicas y otras iniciativas del centro dirigidas a la comunidad escolar, económica y social.
- Consultar a profesionales, agentes económicos y sociales y organismos y entidades con competencias en la creación de empresas.
- Elaborar un plan de prevención, dentro del plan de empresa, basado en las capacidades adquiridas en formación y orientación laboral.
- Exponer y defender el proyecto/plan de empresa ante un jurado.

Para la aplicación de esta metodología sería conveniente contar con recursos que permitiesen al alumnado el acceso a internet y/o medios audiovisuales. Así mismo, resulta recomendable la utilización de la técnica de agrupamiento del alumnado para la realización de algunas de las actividades propuestas.

También se fomentará, en la medida de lo posible, la colaboración intercentros tanto de profesorado como de alumnado (gestión económica, plan de prevención, banco de tiempo, etc.) promoviendo el intercambio de materiales y buenas prácticas realizadas por los centros mediante encuentros virtuales y presenciales.

Módulo Profesional: Proyecto de guía, información y asistencia turísticas

Código: 0388

Equivalencia en créditos ECTS: 5

Duración: 30 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de Evaluación.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han secuenciado las actividades ordenándolas en función de las necesidades de implementación.
- b) Se han determinado los recursos y la logística necesaria para cada actividad.

- c) Se han identificado las necesidades de permisos y autorizaciones para llevar a cabo las actividades.
 - d) Se han determinado los procedimientos de actuación o ejecución de las actividades.
 - e) Se han identificado los riesgos inherentes a la implementación definiendo el plan de prevención de riesgos y los medios y equipos necesarios.
 - f) Se han planificado la asignación de recursos materiales y humanos y los tiempos de ejecución.
 - g) Se ha hecho la valoración económica que da respuesta a las condiciones de la implementación.
 - h) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para la implementación o ejecución.
4. Define los procedimientos para el seguimiento y control en la ejecución del proyecto, justificando la selección de variables e instrumentos empleados.

Criterios de evaluación:

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

Orientaciones didácticas.

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

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

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

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

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

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

- La ejecución de trabajos en equipo.
- La responsabilidad y la autoevaluación del trabajo realizado.
- La autonomía y la iniciativa personal.
- El uso de las tecnologías de la información y de la comunicación.

Módulo Profesional: Formación en centros de trabajo

Código: 0391

Equivalencia en créditos ECTS: 22

Duración: 340 horas

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado la estructura organizativa de la empresa y las funciones de cada área de la misma.
- b) Se ha comparado la estructura de la empresa con las organizaciones empresariales tipo existentes en el sector.
- c) Se han relacionado las características del servicio y el tipo de clientes con el desarrollo de la actividad empresarial.
- d) Se han identificado los procedimientos de trabajo en el desarrollo de la prestación de servicio.
- e) Se han valorado las competencias necesarias de los recursos humanos para el desarrollo óptimo de la actividad.
- f) Se ha valorado la idoneidad de los canales de difusión más frecuentes en esta actividad.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han reconocido y justificado:
 - La disponibilidad personal y temporal necesarias en el puesto de trabajo.
 - Las actitudes personales (puntualidad, empatía, entre otras) y profesionales (orden, limpieza, responsabilidad, entre otras) necesarias para el puesto de trabajo.
 - Los requerimientos actitudinales ante la prevención de riesgos en la actividad profesional.
 - Los requerimientos actitudinales referidos a la calidad en la actividad profesional.
 - Las actitudes relacionales con el propio equipo de trabajo y con las jerarquías establecidas en la empresa.
 - Las actitudes relacionadas con la documentación de las actividades realizadas en el ámbito laboral.
 - Las necesidades formativas para la inserción y reinserción laboral en el ámbito científico y técnico del buen hacer del profesional.
- b) Se han identificado las normas de prevención de riesgos laborales y los aspectos fundamentales de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales de aplicación en la actividad profesional.
- c) Se han aplicado los equipos de protección individual según los riesgos de la actividad profesional y las normas de la empresa.
- d) Se ha mantenido una actitud de respeto al medio ambiente en las actividades desarrolladas.
- e) Se ha mantenido organizado, limpio y libre de obstáculos el puesto de trabajo o el área correspondiente al desarrollo de la actividad.
- f) Se ha responsabilizado del trabajo asignado interpretando y cumpliendo las instrucciones recibidas.

- g) Se ha establecido una comunicación eficaz con la persona responsable en cada situación y con los miembros del equipo.
- h) Se ha coordinado con el resto del equipo comunicando las incidencias relevantes que se presenten.
- i) Se ha valorado la importancia de su actividad y la necesidad de adaptación a los cambios de tareas.
- j) Se ha responsabilizado de la aplicación de las normas y procedimientos en el desarrollo de su trabajo.

3. Ejecuta y coordina las diferentes actividades de guía local y guía acompañante para los que está capacitado, identificando y utilizando medios, equipos e instrumentos adecuados y aplicando técnicas y procedimientos, de acuerdo a instrucciones y/o normas establecidas, así como en relación al puesto a desempeñar en los diferentes tipos de empresas en los que va a realizar los cometidos asignados.

Criterios de evaluación:

- a) Se han interpretado las instrucciones recibidas y la documentación asociada a cada proceso en función de si se trata de tarea de guía local, guía acompañante o en alguno de los distintos medios de transporte.
- b) Se han identificado y ubicado los elementos materiales, documentación necesaria, útiles y demás herramientas necesarias para la prestación de los servicios en cada una de las situaciones.
- c) Se han utilizado y revisado correctamente los equipos, materiales y bienes necesarios para desempeñar de forma correcta las actividades que se deben realizar.
- d) Se han operado las aplicaciones informáticas más adecuadas para el desarrollo de la tarea que debe ser desempeñada.
- e) Se han aplicado los criterios y normas establecidas a la hora de realizar las operaciones de asistencia, guía e información a clientes/visitantes.
- f) Se han realizado informes y se han prestado los servicios solicitados atendiendo a las normas previstas o protocolos establecidos.
- g) Se ha participado activamente en la organización de la ruta y programación y en la ejecución de tareas asignadas en función de la empresa en la que se presta el servicio.
- h) Se ha previsto, ejecutado y supervisado los procesos relacionados con la ejecución de las distintas acciones relacionadas con las tareas asignadas.
- i) Se ha participado en actividades de comunicación y dinamización propias de la tarea de guía local y guía acompañante.
- j) Se han seguido las instrucciones y normas de protección del medio ambiente, así como la política de protección del patrimonio propias de cada entorno visitado.

4. Ejecuta y coordina las diferentes actividades de informador y agente de desarrollo turístico utilizando los medios, equipos e instrumentos adecuados y aplicando técnicas y procedimientos de acuerdo a instrucciones y/o normas establecidas y atendiendo a la demanda de los clientes, según los recursos turísticos existentes en la zona de trabajo.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado los recursos turísticos de la zona.
- b) Se han reconocido las ayudas existentes en los distintos organismos para llevar a cabo un plan de desarrollo turístico.
- c) Se han operado las aplicaciones informáticas más adecuadas para el desarrollo de la tarea a desempeñar.

- d) Se han seguido los diferentes procedimientos de gestión y de tramitación de documentación necesaria para llevar o establecer los distintos procesos de planificación y de desarrollo turístico de la zona.
 - e) Se han identificado las diferentes ofertas o productos turísticos más adecuados a implantar o a consolidar en el área de trabajo.
 - f) Se han reconocido las operaciones previas y las simultáneas necesarias en la ejecución de planes de desarrollo local y regional.
 - g) Se ha informado de forma correcta a los viajeros, turistas entes implicados en el proceso así como a todos aquellos agentes colaboradores.
 - h) Se han descrito los objetivos, las fases y los tiempos para el desarrollo del plan establecido.
5. Ejecuta las diferentes actividades de asistencia turística en terminales de transporte y eventos, utilizando medios, equipos e instrumentos de control y aplicando técnicas y procedimientos de acuerdo a instrucciones y/o normas establecidas.

Criterios de evaluación:

- a) Se han interpretado las instrucciones recibidas y la documentación asociada a cada proceso en función de si se trata de tareas de asistencia en eventos, en terminales o en alguno de los distintos medios de transporte.
- b) Se han identificado y ubicado los elementos materiales, documentación necesaria, útiles y demás herramientas necesarias para la prestación de los servicios en cada una de las situaciones.
- c) Se han utilizado y revisado correctamente los equipos, materiales y bienes necesarios para desempeñar de forma correcta las actividades que se deben realizar.
- d) Se han operado las aplicaciones informáticas más adecuadas para el desarrollo de la tarea que debe ser desempeñada.
- e) Se han aplicado los criterios y normas establecidas a la hora de realizar las operaciones de asistencia a clientes/visitantes/viajeros en terminales, medios de transporte o eventos.
- f) Se han realizado informes y se han prestado los servicios solicitados atendiendo a las normas previstas o protocolos establecidos.
- g) Se ha previsto, ejecutado y supervisado los procesos relacionados con la ejecución de las distintas acciones relacionadas con las tareas asignadas.
- h) Se ha participado en actividades de comunicación e información propias de la tarea de asistencia en eventos, terminales o medios de transporte.
- i) Se han seguido las instrucciones y normas de protección del medio ambiente, así como las medidas de seguridad propias de cada localización de eventos, terminales y medios de transporte.

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

ANEXO 3

UNIDADES FORMATIVAS

A) Organización de módulos en unidades formativas.

MÓDULO PROFESIONAL 0171: ESTRUCTURA DEL MERCADO TURÍSTICO (100 H)		
CÓDIGO	UNIDAD FORMATIVA	DURACIÓN (H)
0171-UF01 (NA)	Actualidad de la industria turística	40
0171-UF02 (NA)	Características del núcleo turístico. La oferta	30
0171-UF03 (NA)	Tendencias en la demanda actual en la industria turística	30

MÓDULO PROFESIONAL 0172: PROTOCOLO Y RELACIONES PÚBLICAS (130 H)		
CÓDIGO	UNIDAD FORMATIVA	DURACIÓN (H)
0172-UF01 (NA)	Protocolo en la industria turística	40
0172-UF02 (NA)	Relaciones públicas y comunicación en el sector turístico	40
0172-UF03 (NA)	La calidad en la atención al cliente	50

MÓDULO PROFESIONAL 0173: MARKETING TURÍSTICO (150 H)		
CÓDIGO	UNIDAD FORMATIVA	DURACIÓN (H)
0173-UF01 (NA)	Marketing de los destinos turísticos	40
0173-UF02 (NA)	Comercialización del producto turístico	40
0173-UF03 (NA)	Plan de marketing turístico	30
0173-UF04 (NA)	El nuevo consumidor turístico	40

MÓDULO PROFESIONAL 0179: INGLÉS (170 H)		
CÓDIGO	UNIDAD FORMATIVA	DURACIÓN (H)
0179 - UF01 (NA)	Inglés avanzado I	100
0179 - UF02 (NA)	Inglés avanzado II	70

MÓDULO PROFESIONAL 0180: SEGUNDA LENGUA EXTRANJERA (170 H)		
CÓDIGO	UNIDAD FORMATIVA	DURACIÓN (H)
0180 - UF01 (NA)	Segunda lengua extranjera. Intermedio I	100
0180 - UF02 (NA)	Segunda lengua extranjera. Intermedio II	70

MÓDULO PROFESIONAL 0383: DESTINOS TURÍSTICOS (150 H)		
CÓDIGO	UNIDAD FORMATIVA	DURACIÓN (H)
0383-UF 01(NA)	Geografía turística de España, Europa y resto del mundo	50
0383-UF 02 (NA)	Destinos turísticos en Navarra	40
0383-UF 03 (NA)	Destinos turísticos en España, Europa y resto del mundo	60

MÓDULO PROFESIONAL 0384: RECURSOS TURÍSTICOS (200 H)		
CÓDIGO	UNIDAD FORMATIVA	DURACIÓN (H)
0384 - UF01 (NA)	Los recursos turísticos. Valor del destino	40
0384 - UF02 (NA)	Patrimonio cultural de España	40
0384 - UF03 (NA)	Patrimonio natural de España	30
0384 - UF04 (NA)	Los recursos turísticos de Navarra	30
0384 - UF05 (NA)	Patrimonio cultural de Navarra	40
0384 - UF06 (NA)	Patrimonio natural de Navarra	20

MÓDULO PROFESIONAL 0389: FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN LABORAL (100 H)		
CÓDIGO	UNIDAD FORMATIVA	DURACIÓN (H)
0389 - UF01 (NA)	Nivel básico en prevención de riesgos laborales	50
0389 - UF02 (NA)	Relaciones laborales y Seguridad Social	30
0389 - UF03 (NA)	Inserción laboral y resolución de conflictos	20

MÓDULO PROFESIONAL 0385: SERVICIOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA (110 H)		
CÓDIGO	UNIDAD FORMATIVA	DURACIÓN (H)
0385 - UF01 (NA)	Sistemas de información turística	20
0385 - UF02 (NA)	Fines de oficinas de información turística	20
0385 - UF03 (NA)	Estructuras de los servicios de información turística	20
0385 - UF04 (NA)	Plan de atención al público en oficinas de información	20
0385 - UF05 (NA)	Comunicación y difusión servicios y productos de información turística	30

MÓDULO PROFESIONAL 0386: PROCESOS DE GUÍA Y ASISTENCIA TURÍSTICA (150 H)		
CÓDIGO	UNIDAD FORMATIVA	DURACIÓN (H)
0386 - UF01 (NA)	Servicios de asistencia y guía	20
0386 - UF02 (NA)	Diseño de itinerarios, visitas y otros servicios	30
0386 - UF03 (NA)	Requisitos para los desplazamientos de viajeros	30
0386 - UF04 (NA)	Comunicación y dinamización de grupos	20
0386 - UF05 (NA)	Procesos de asistencia y guía	20
0386 - UF06 (NA)	Entradas y salidas de viajeros en terminales de transporte	30

MÓDULO PROFESIONAL 0387: DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS (130 H)		
CÓDIGO	UNIDAD FORMATIVA	DURACIÓN (H)
0387 - UF01 (NA)	Análisis y organización de una oferta turística en una zona	30
0387 - UF02 (NA)	Diseño de productos y servicios turísticos	40
0387 - UF03 (NA)	Implementación de los productos/servicios turísticos	30
0387 - UF04 (NA)	Dinamización de los recursos territoriales	30

MÓDULO PROFESIONAL 0390: EMPRESA E INICIATIVA EMPRENDEDORA (70 H)		
CÓDIGO	UNIDAD FORMATIVA	DURACIÓN (H)
0390 - UF01 (NA)	Fomento de la cultura emprendedora y generación de ideas	20
0390 - UF02 (NA)	Viabilidad económico-financiera de un plan de empresa	30
0390 - UF03 (NA)	Puesta en marcha de una empresa	20

B) Desarrollo de unidades formativas.

Modulo profesional: Estructura del mercado turístico

Código: 0171

Duración: 100 horas

Unidad Formativa: Actualidad de la industria turística

Código: 0171 - UF01 (NA)

Duración: 40 horas

- Contextualización del sector turístico.
- Evolución del turismo. El caso de Navarra.
- Entidades públicas y privadas de ámbito local, regional, nacional e internacional relacionadas con el sector turístico.
- La actividad turística en el desarrollo de un núcleo poblacional.
- Análisis socioeconómico de la actividad turística en Navarra y su repercusión en el desarrollo de los distintos núcleos turísticos.
- Nuevas tecnologías y la información y promoción turística.
- El profesional del turismo.
- Tipologías turísticas y sus características. El caso de Navarra.
- Localización geográfica de las principales tipologías turísticas.
- Tendencias de las tipologías turísticas. Locales, regionales, nacionales e internacionales.

Unidad Formativa: Características del núcleo turístico. La oferta

Código: 0171 - UF02 (NA)

Duración: 30 horas

- La oferta turística. Análisis. El caso de Navarra.
- La intermediación turística. Canales de distribución.
- Empresas de alojamientos turísticos.
- Los medios de transporte turísticos.
- La oferta complementaria.
- El núcleo turístico.
- Importancia económica del turismo para el núcleo turístico.
- Importancia económica del turismo para Navarra y los núcleos turísticos regionales.

Unidad Formativa: Tendencias en la demanda actual en la industria turística

Código: 0171 - UF03 (NA)

Duración: 30 horas

- Caracterización de la demanda turística. La demanda turística en Navarra.
- Elementos externos que influyen en la elasticidad de la demanda turística.
- Motivaciones de la demanda turística.

- Estacionalidad de la demanda. Acciones de desestacionalización.
- Tendencias actuales de la demanda turística.
- Valoración de la importancia de conocer a la clientela como elemento dinamizador de la demanda.

Modulo profesional: Protocolo y relaciones públicas

Código: 0172

Duración: 130 horas

Unidad formativa: Protocolo en la industria turística

Código: 0172 - UF01 (NA)

Duración: 40 horas

- Definición. Origen y evolución del protocolo.
- Importancia del dominio del protocolo en las empresas de hostelería y proyección de los actos protocolarios.
- Reglas básicas del protocolo.
- Tipos de protocolo.
- Definición y elementos del protocolo institucional.
- Tipos de presidencias en actos oficiales.
- Sistemas de organización de invitados.
- Interés por la normativa en materia de protocolo y precedencias oficiales del Estado y de las Comunidades Autónomas.
- Proyección de actos protocolarios.
- Proyección de actos protocolarios.
- Diseño de invitaciones.
- Las visitas de Estado.
- Ordenación de banderas dentro de los actos protocolarios.
- Tipos y objetivos de los actos protocolarios empresariales.
- Identificación del público objetivo y adecuación del acto.
- Manual protocolario y de comunicación de una empresa.
- Actos protocolarios empresariales.
- Elaboración del programa y cronograma del acto a organizar.

Unidad formativa: Relaciones públicas y comunicación en el sector turístico

Código: 0172 - UF02 (NA)

Duración: 40 horas

- Aplicación y valoración de las relaciones públicas en el ámbito turístico empresarial e institucional.
- Recursos de las relaciones públicas.
- La imagen corporativa.
- La expresión corporal. La imagen personal. Habilidades sociales.
- Tipos de imagen.
- La imagen del turismo español.
- Proceso de la comunicación.
- Comunicación no verbal.

- Comunicación verbal.
- Variables de la atención al cliente.
- Modalidades de atención al cliente.
- Puntos clave de una buena atención al cliente según la fase de contacto de este con la empresa.
- La fidelización del cliente.

Unidad Formativa: La calidad en la atención al cliente

Código: 0172 - UF03 (NA)

Duración: 50 horas

- Actitud de servicio al cliente.
- Actitud de respeto hacia clientes, superiores, personal dependiente y compañeros.
- Actitud profesional.
- El valor de la discreción dentro del ámbito laboral.
- El valor de la imagen corporativa.
- Quejas, reclamaciones y sugerencias.
- Principales motivos de quejas del cliente de las empresas de hostelería y turismo.
- Elementos de recogida de quejas, reclamaciones o sugerencias.
- Fases de la gestión de quejas y reclamaciones.
- Normativa legal vigente en materia de reclamaciones de clientes en establecimientos de empresas turísticas.
- Utilización de herramientas informáticas de gestión en reclamaciones.

Módulo Profesional: Marketing turístico

Código: 0173

Duración: 150 horas

Unidad Formativa: Marketing de los destinos turísticos

Código: 0173 - UF01 (NA)

Duración: 40 horas

- Marketing turístico.
- Relación con el sector de la hostelería y el turismo.
- Características de los servicios y productos turísticos.
- Evolución de la función del marketing: orientación hacia el consumidor.
- Enfoques de la dirección del marketing.
- El futuro del marketing.
- Concepto de segmentación y su utilidad.
- Requisitos para que la segmentación sea efectiva.
- Variables de segmentación más utilizadas en turismo.
- Aplicación de la segmentación al diseño de la estrategia comercial de las empresas turísticas.
- Tipos de estrategias de cobertura del mercado.
- Posicionamiento en el mercado: Conceptos. Estrategias. Métodos.
- Instrumentos comerciales y compatibilidad de los segmentos.

Unidad Formativa: Comercialización del producto turístico

Código: 0173 - UF02 (NA)

Duración: 40 horas

- Aplicación y estrategias.
- El producto-servicio. Niveles y elementos.
- La "servucción".
- El ciclo de vida del producto y de los destinos turísticos.
- Desarrollo y lanzamiento de los nuevos productos turísticos.
- Políticas de marcas en el sector turístico.
- Políticas de precios en el sector turístico.
- Métodos de fijación de precios.
- La promoción turística en el mix promocional: la publicidad, las relaciones públicas, las promociones de ventas/merchandising, las ferias turísticas, Work shops, Fam- trips y otros.
- Escaparatismo, marketing en el punto de venta.
- Marketing en internet.
- Bases de datos.
- Objetivos generales del desarrollo de una base de datos de marketing.
- Marketing directo.

- Materiales de soporte y de desarrollo de políticas de marketing directo.
- El marketing directo y su desarrollo.

Unidad Formativa: Plan de marketing turístico

Código: 0173 - UF03 (NA)

Duración: 30 horas

- Plan de marketing. Elementos y Finalidad.
- Análisis y previsiones sobre los factores del entorno.
- Segmentación y público objetivo.
- Planes de acción: estrategias y tácticas.
- Objetivos y cuotas de ventas.
- Recursos necesarios para respaldar las estrategias y alcanzar los objetivos.
- Seguimiento y control del marketing.
- Presentación y promoción del plan.
- Auditoría ambiental del plan.

Unidad Formativa: El nuevo consumidor turístico

Código: 0173 - UF04 (NA)

Duración: 40 horas

- Fases del proceso de decisión.
- Postcompra y fidelización.
- Los nuevos consumidores en el sector turístico.
- Bienestar y calidad de vida en el consumo.
- Herramientas de control de la calidad y la satisfacción del cliente. Implementación en empresas del sector turístico.
- Descripción y análisis de sistemas y conceptos básicos.
- El consumerismo.
- Descripción, concepto y características.
- La evolución en España.
- La reacción de la empresa y su respuesta.
- Normativa que regula al consumidor y sus derechos en la U.E. y en España: legislación genérica y específica.
- Derechos y deberes de los consumidores.
- Reclamaciones.

<p>Módulo Profesional: Inglés Código: 0179 Duración: 170 horas</p>

Unidad Formativa: Inglés avanzado I

Código: 0179 - UF01 (NA)

Duración: 100 horas

El desarrollo de esta unidad formativa se corresponde con lo establecido en el módulo profesional 0179. Inglés, del currículo.

Unidad Formativa: Inglés avanzado II

Código: 0179 - UF02 (NA)

Duración: 70 horas

El desarrollo de esta unidad formativa se corresponde con lo establecido en el módulo profesional 0179. Inglés, del currículo. En esta unidad formativa se hará especial hincapié en el desarrollo de las destrezas de interacción oral y expresión escrita.

Módulo Profesional: Segunda lengua extranjera

Código: 0180

Duración: 170 horas

Unidad Formativa: Segunda lengua extranjera. Intermedio I

Código: 0180 - UF01 (NA)

Duración: 100 horas

El desarrollo de esta unidad formativa se corresponde con lo establecido en el módulo profesional 0180.a) Segunda lengua extranjera, del currículo.

Unidad Formativa: Segunda lengua extranjera. Intermedio II

Código: 0180 - UF02 (NA)

Duración: 70 horas

El desarrollo de esta unidad formativa se corresponde con lo establecido en el módulo profesional 0180.b) Segunda lengua extranjera, del currículo. En esta unidad formativa se hará especial hincapié en el desarrollo de las destrezas de interacción oral y expresión escrita.

Modulo profesional: Destinos turísticos

Código: 0383

Duración: 150 horas

Unidad Formativa: Geografía turística de España, Europa y resto del mundo

Código: 0383 - UF01 (NA)

Duración: 50 horas

- Organización territorial y administrativa. Concepto de Autonomía, región, provincia, comarca y municipio. Identificación.
- Relieve. Características. Unidades físicas.
- Demografía: distribución de la población.
- Respeto por las diferentes creencias, lenguas y elementos diferenciales de las distintas comunidades autónomas.
- Aplicaciones informáticas y otras fuentes para el estudio de la geografía turística.
- Identificación de la geografía turística de Europa y del resto del mundo.
- La organización internacional del turismo. La OMT. Concepto y funciones. Regiones y subregiones.
- Organización política y territorial de Europa. Países comunitarios y no comunitarios.
- Territorios dependientes de dentro y fuera de Europa.
- Unidades físicas europeas.
- Diversidad cultural europea: culturas, pueblos, lenguas.
- Geografía turística del resto del mundo: rasgos distintivos del relieve, hidrografía, vegetación, clima y diversidad cultural de las regiones y subregiones OMT, excepto Europa.
- Actitud de respeto por las diferentes razas, creencias y elementos diferenciadores de estos países.

Unidad Formativa: Destinos turísticos en Navarra.

Código: 0383 - UF02 (NA)

Duración: 40 horas

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

Unidad Formativa: Destinos turísticos en España, Europa y resto del mundo

Código: 0383 - UF03 (NA)

Duración: 60 horas

- Identificación de los principales destinos turísticos de España:
 - Destinos españoles de sol y playa. Centros turísticos litorales peninsulares e islas.

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

–Identificación de los principales destinos turísticos de Europa y del resto del mundo:

- Destinos de sol y playa. Centros turísticos litorales, islas y archipiélagos.
- Destinos culturales Rutas culturales.
- Destinos 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.

Modulo profesional: Recursos turísticos

Código: 0384

Duración: 200 horas

Unidad Formativa: Los recursos turísticos. Valor del destino

Código: 0384 - UF01 (NA)

Duración: 40 horas

–Identificación de los recursos turísticos del territorio:

- Recursos turísticos. Clasificación y tipología.
- Características de los recursos en función de su tipología.
- Análisis de los recursos. Valor del recurso, su grado de singularidad, y su relación como parte integrante de la oferta turística de una zona.
- Legislación que afecta a los recursos turísticos.
- Normativa de protección de existente en Europa y en España referente a los recursos turísticos, a su protección, mantenimiento y reconocimiento. Catalogación de los recursos.
- Organismos implicados en la protección de los recursos:
 - UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura).
 - U.E. (Unión Europea).
 - Organismos estatales y autonómicos.
 - Otros organismos implicados.

–Interpretación de los conceptos básicos del arte:

- Pintura.
- Escultura.
- Arquitectura.
- Otras manifestaciones artísticas.
- Diferentes movimientos y estilos artísticos en pintura, escultura, arquitectura y otras manifestaciones artísticas de España desde la Prehistoria hasta la actualidad.

Unidad Formativa: Patrimonio cultural de España

Código: 0384 - UF02 (NA)

Duración: 40 horas

–El Patrimonio como recurso turístico. Concepto de Patrimonio. Bien cultural.

–Patrimonio y Bienes patrimoniales en España. Turismo cultural.

–Museos y otros centros culturales.

–Fiestas y declaraciones de interés turístico regional, nacional e internacional. Normativa.

–Gastronomía de España. Elaboraciones y productos tradicionales. La restauración de vanguardia.

–Enología de España. Zonas vinícolas y denominaciones de origen.

–Etnografía y artesanía. Productos propios de cada zona. Tipos.

- Patrimonio Inmaterial. Descripción y contenido. Música popular. Danza. Tradiciones. Otras expresiones culturales.
- Tipología de la arquitectura popular en las CCAA.
- Métodos para acercar el legado natural y cultural al público visitante.
- Significado de la interpretación de patrimonio.
- La interpretación del patrimonio como sistema de gestión.
- Medios y planificación interpretativa más empleada.
- Diseño de los métodos de evaluación y control de los sistemas de interpretación.

Unidad Formativa: Patrimonio natural de España

Código: 0384 - UF03 (NA)

Duración: 30 horas

- Análisis del Patrimonio natural y paisajístico de España.
- Concepto de recursos naturales y paisajísticos.
- Elementos para valorar un recurso natural como turístico.
- Figuras y niveles de protección.
- Normativa.
- Espacios naturales protegidos españoles y su normativa.
- Programas europeos de ayuda al patrimonio natural y paisajístico.
- Programas europeos, nacionales y otras ayudas destinadas al aprovechamiento turístico de estos bienes.
- Nuevas tecnologías para detectar y localizar los espacios, programas de cartografía y otros.
- Impacto ambiental de la actividad turística.

Unidad Formativa: Los recursos turísticos de Navarra

Código: 0384 - UF04 (NA)

Duración: 30 horas

- El sector turístico en Navarra: Organización y contribución a la economía.
- Recursos turísticos. Clasificación y tipología. Recursos naturales/recursos culturales; recursos tangibles/recursos intangibles.
- Análisis de los recursos. Valor del recurso y su relación como parte integrante de la oferta turística de Navarra.
- Legislación que afecta a los recursos turísticos y su aplicación a los mismos.
- Normativa de protección de recursos existente en Navarra referente a los recursos turísticos, a su protección, mantenimiento y reconocimiento.
- Organización territorial turística de Navarra como soporte y modo de vertebrar los recursos.
- Complementos de los recursos para llegar al producto turístico. Infraestructuras y servicios turísticos de Navarra.
- Pintura.
- Escultura.
- Arquitectura.
- Otras manifestaciones artísticas.

- Diferentes movimientos y estilos artísticos en pintura, escultura, arquitectura y otras manifestaciones artísticas de Navarra.
- Identificación de los elementos críticos para adjudicar cada obra a un estilo y describirla correctamente.
- Principales muestras artísticas de Navarra.

Unidad Formativa: Patrimonio cultural de Navarra

Código: 0384 - UF05 (NA)

Duración: 40 horas

- Turismo cultural: concepto. El turismo cultural como producto turístico.
- Turismo y patrimonio cultural de Navarra. El camino de Santiago como producto cultural. Otras rutas culturales y turísticas.
- Museos y otros centros culturales. Especial mención al museo de Navarra.
- Eventos culturales y fiestas de Navarra. Festivales y programas. Fiestas y tradiciones. Ferias y mercados.
- Turismo de reuniones en Navarra: Ferias, workshops, congresos e incentivos. Descripción de la actividad y evolución de estas actividades.
- Gastronomía de Navarra. Elaboraciones y productos tradicionales. Marcas de calidad. Ferias y eventos relacionados con la gastronomía de Navarra.
- Enología de Navarra. Zonas vinícolas y denominación de origen. Ferias y eventos relacionados con la enología de Navarra. Ruta del vino.
- Etnografía y artesanía. Productos propios de cada zona. Tipos.
- Patrimonio Inmaterial. Descripción y contenido. Música popular. Danza. Tradiciones. Otras expresiones culturales.
- Tipología de la arquitectura popular en las distintas comarcas de Navarra.
- Plan desarrollo de productos turísticos. Entidades locales. Consorcios turísticos.
- Métodos para acercar el legado natural y cultural al público visitante.
- Significado de la interpretación de patrimonio.
- La interpretación del patrimonio como sistema de gestión.
- Medios y planificación interpretativa más empleada.
- Diseño de los métodos de evaluación y control de los sistemas de interpretación.

Unidad Formativa: Patrimonio natural de Navarra

Código: 0384 - UF06 (NA)

Duración: 20 horas

- Concepto de recursos naturales y paisajísticos.
- Recursos naturales vivos e inertes de Navarra.
- Normativa.
- Distintos paisajes de Navarra, interpretación de los factores naturales y culturales que los han provocado.
- La naturaleza en Navarra: espacios naturales protegidos. Parques naturales, Bardenas Reales, reserva de la biosfera. Valles, ríos, bosques y vías verdes.

- Espacios naturales protegidos de Navarra, LICs, ZEPAs y otras figuras de protección.
- Programas europeos de ayuda al patrimonio natural y paisajístico.
- Nuevas tecnologías para detectar y localizar los espacios, programas de cartografía y otros.
- Turismo rural y de naturaleza. Significado e innovaciones en el turismo Navarro. El turismo y desarrollo rural. Causa-efecto.
- Tipos de turismo en el espacio rural. El turismo rural de Navarra.
- Medidas para mantener el medio ambiente. Turismo y sostenibilidad. Turismo alternativo.

Módulo Profesional: Formación y orientación laboral

Código: 0389

Duración: 100 horas

Unidad formativa: Nivel básico en prevención de riesgos laborales

Código: 0389 - UF01 (NA)

Duración: 50 horas

- Importancia de la cultura preventiva en todas las fases de la actividad.
- Valoración de la relación entre trabajo y salud.
- El riesgo profesional. Análisis de factores de riesgo.
- Determinación de los posibles daños a la salud del trabajador que pueden derivarse de las situaciones de riesgo detectadas.
- Marco normativo básico en materia de prevención de riesgos laborales.
- Derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.
- Organización de la gestión de la prevención en la empresa.
- Representación de los trabajadores en materia preventiva.
- Responsabilidades en materia de prevención de riesgos laborales.
- Organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
- La evaluación de riesgos en la empresa como elemento básico de la actividad preventiva.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones de seguridad, ambientales, ergonómicas y psicosociales.
- Valoración del riesgo.
- Adopción de medidas preventivas: su planificación y control.
- Medidas de prevención y protección individual y colectiva.
- Plan de prevención y su contenido.
- Planes de emergencia y de evacuación en entornos de trabajo.
- Elaboración de un plan de emergencia de una PYME.
- Protocolo de actuación ante una situación de emergencia.
- Urgencia médica / primeros auxilios. Conceptos básicos.
- Formación de los trabajadores en materia de planes de emergencia y aplicación de técnicas de primeros auxilios.
- Vigilancia de la salud de los trabajadores.

Unidad formativa: Relaciones laborales y Seguridad Social

Código: 0389 - UF02 (NA)

Duración: 30 horas

- El derecho del trabajo.
- Análisis de la relación laboral individual.
- Modalidades de contrato de trabajo y medidas de fomento de la contratación.

- Derechos y deberes derivados de la relación laboral.
- Condiciones de trabajo. Salario, tiempo de trabajo y descanso laboral.
- Recibo de salarios.
- Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo.
- Representación de los trabajadores.
- Análisis de un convenio colectivo aplicable a un determinado ámbito profesional.
- Conflictos colectivos de trabajo.
- Nuevos entornos de organización del trabajo: subcontratación, teletrabajo entre otros.
- Beneficios para los trabajadores en las nuevas organizaciones: flexibilidad, beneficios sociales entre otros.
- El sistema de la Seguridad Social como principio básico de solidaridad social.
- Estructura del sistema de la Seguridad Social.
- Determinación de las principales obligaciones de empresarios y trabajadores en materia de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización.
- La acción protectora de la Seguridad Social.
- La Seguridad Social en los principales países de nuestro entorno.
- Concepto y situaciones protegibles en la protección por desempleo.

Unidad formativa: Inserción laboral y resolución de conflictos

Código: 0389 - UF03 (NA)

Duración: 20 horas

- Análisis de los intereses, aptitudes y motivaciones personales para la carrera profesional.
- El proceso de toma de decisiones.
- Definición y análisis de un sector profesional determinado dentro del ámbito territorial de su influencia, así como a nivel nacional.
- Proceso de búsqueda de empleo en pequeñas, medianas y grandes empresas del sector dentro del ámbito territorial de su influencia, así como en el ámbito nacional y de la Unión Europea.
- Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa.
- Valoración de la importancia de la formación permanente para la trayectoria laboral y profesional. Identificación de los organismos locales, regionales, nacionales y europeos que facilitan dicha información.
- Identificación de itinerarios formativos en el ámbito local, regional, nacional y europeo.
- Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo: modelos de currículum vitae, currículum vitae europeo y entrevistas de trabajo. Otros documentos que facilitan la movilidad de los trabajadores en el seno de la Unión Europea: documento de movilidad.
- Valoración del autoempleo como alternativa para la inserción profesional.
- Valoración de las ventajas e inconvenientes del trabajo de equipo para la eficacia de la organización.
- Clases de equipos según las funciones que desempeñan.
- Características de un equipo de trabajo eficaz.
- Habilidades sociales. Técnicas de comunicación verbal y no verbal.
- Documentación utilizada en las reuniones de trabajo: convocatorias, actas y presentaciones.

- La participación en el equipo de trabajo. Análisis de los posibles roles de sus integrantes.
- Conflicto: características, fuentes y etapas del conflicto.
- Métodos para la resolución o supresión del conflicto: mediación, conciliación, arbitraje, juicio y negociación.

Módulo profesional: Servicios de información turística
Código: 0385
Duración: 110 horas

Unidad formativa: Sistemas de información turística

Código: 0385 - UF01 (NA)

Duración: 20 horas

- Historia de la información turística.
- Estructura de la política sobre información turística:
 - Europa.
 - España.
 - CCAA.

Unidad formativa: Fines de oficinas de información turística

Código: 0385 - UF02 (NA)

Duración: 20 horas

- Normativa sobre las oficinas de turismo.
- Organismos oficiales.
- Funciones básicas que se desarrollan en una oficina.
- Diferentes tipos de profesionales de la información turística.

Unidad formativa: Estructuras de los servicios de información turística

Código: 0385 - UF03 (NA)

Duración: 20 horas

- Distribución de los espacios y áreas en los sistemas de información turística.
- Redes de centros y servicios de información turística.
- Software adecuado para el tratamiento de la información turística.
- Plan de calidad turística de España.
- Plan de acción en oficinas de turismo.

Unidad formativa: Plan de atención al público en oficinas de información.

Código: 0385 - UF04 (NA)

Duración: 20 horas

- Planificación de los RRHH en una oficina.
- Atención al público en los servicios de información turística.
- Tratamiento de solicitudes y peticiones vía mail o por correo.
- Quejas y reclamaciones.
- Documentación interna y externa.
- Ofimática y nuevas tecnologías de la información aplicada a las oficinas de turismo.

Unidad formativa: Comunicación y difusión servicios y productos turísticos

Código: 0385 - UF05 (NA)

Duración: 30 horas

- Creación de soportes de difusión de la información turística.
- Los instrumentos de comunicación.
- Relación con los medios de comunicación.
- La identidad corporativa.
- Instrumentos de gestión para los flujos turísticos.
- Relaciones con otros agentes turísticos.

Módulo profesional: Procesos de guía y asistencia turística

Código: 0386

Duración: 150 horas

Unidad formativa: Servicios de asistencia y guía

Código: 0386 - UF01 (NA)

Duración: 20 horas

- Deontología profesional.
- La calidad del servicio de asistencia y guía.
- Figuras profesionales. Caracterización de cada figura.
- Servicios de asistencia y guía. Funciones del guía en cada caso.
- Regulación de la actividad profesional.
- Normativa europea, estatal y autonómica.
- Regulación del acceso a la condición de guía.
- Asociaciones y colegios profesionales.

Unidad formativa: Diseño de itinerarios, visitas y otros servicios

Código: 0386 - UF02 (NA)

Duración: 30 horas

- Diseño y programación de los diferentes tipos de servicios. Metodología. Fases. Análisis de viabilidad.
- La accesibilidad en los recursos turísticos.
- Información adaptada a distintos perfiles de usuarios y/o servicios.
- Intermediación del guía con otras entidades y profesionales del sector.
- Responsabilidades contractuales.
- Documentación asociada a los servicios de asistencia y guía.
- Aplicaciones informáticas.

Unidad formativa: Requisitos para los desplazamientos de viajeros

Código: 0386 - UF03 (NA)

Duración: 30 horas

- Viajeros, viajeros en tránsito, fronteras y aduanas.
- Aspectos legales y documentación.
- Moneda y divisa. Normativa internacional y comunitaria sobre cambio y movimiento de moneda.
- Consulados y embajadas. Funciones y servicios.
- La salud y la seguridad en los viajes.
- Riesgos sanitarios y de otra índole; vacunación profiláctica y otros. Seguros de viajes.
- Actitudes del viajero en determinados destinos: religión, cultura y tradiciones.
- Fuentes de información de utilidad para el viajero.

Unidad formativa: Comunicación y dinamización de grupos

Código: 0386 - UF04 (NA)

Duración: 20 horas

- La comunicación en el servicio de asistencia y guía. Fases.
- Habilidades sociales y técnicas de comunicación específicas para la actividad de asistencia, acompañamiento y guía de grupos turísticos.
- Metodología para la interpretación de recursos culturales y naturales. Aplicaciones.
- Los grupos turísticos. Caracterización.
- Dirección y liderazgo de grupos. Concepto, enfoques y aplicación.
- Técnicas de dinamización de grupos en diferentes entornos y distintos segmentos.
- Programas de animación y actividades lúdico-recreativas en ruta.

Unidad formativa: Procesos de asistencia y guía

Código: 0386 - UF05 (NA)

Duración: 20 horas

- Procesos de servicios de asistencia y guía en:
 - Transfer.
 - Visitas a recursos culturales y naturales.
 - Excursiones.
 - Circuitos, rutas e itinerarios.
 - Otros servicios.
- Procedimientos de desarrollo del servicio: fases; técnicas; gestiones previas, presentación, desarrollo y despedida.
- Encuestas y autoevaluación. Tipos y aplicaciones.
- La gestión del imprevisto. Técnicas.

Unidad formativa: Entradas y salidas de viajeros en terminales de transporte

Código: 0386 - UF06 (NA)

Duración: 30 horas

- Terminales y medios de transporte. Características, instalaciones, organización y funcionamiento básico. Plan de seguridad.
- Derechos y obligaciones de viajeros y transportistas.
- Procedimiento de facturación. Normas de seguridad y documentación. Mercancías peligrosas y animales vivos.
- Procedimiento de embarque.
- Recogida de equipajes.
- Protocolos de actuación en caso de incidencias.
- Reserva, venta y emisión de títulos en terminales de transporte.
- Otras operaciones en terminales de transporte.
- Aplicaciones informáticas.

Módulo profesional: Diseño de productos turísticos

Código: 0387

Duración: 130 horas

Unidad formativa: Análisis y organización de una oferta turística en una zona

Código: 0387 - UF01 (NA)

Duración: 30 horas

- Recursos turísticos del territorio.
- Tipos de recursos.
- Confección de fichas de recursos turísticos.
- Elaboración de los inventarios de recursos turísticos.
- Técnicas de evaluación.
- Cuestionarios de evaluación de recursos.
- Elaboración de sistemas de diagnóstico DAFO.
- Programas ofimáticos de gestión de datos.
- Organización de la oferta turística.
- Mapas de posicionamiento.
- Ciclo de vida de los productos/servicios y destinos.

Unidad formativa: Diseño de productos y servicios turísticos

Código: 0387 - UF02 (NA)

Duración: 40 horas

- Planificación del destino turístico: creación y desarrollo.
- Clasificación de los destinos.
- Definición del producto, servicio y o destino.
- Plan de desarrollo del producto, destino y o servicio turístico.
- Plan de acción.

Unidad formativa: Implementación de los productos/servicios turísticos

Código: 0387 - UF03 (NA)

Duración: 30 horas

- Desarrollo del producto/servicio y/ o destino turístico.
- Análisis de los efectos del desarrollo turístico.
- Establecimiento de la capacidad de carga.
- La puesta en marcha del producto/ destino turístico.
- Importancia y creación de la marca y de la imagen del destino. Funciones de la imagen de marca y tipos.

Unidad formativa: Dinamización de los recursos territoriales

Código: 0387 - UF04 (NA)

Duración: 30 horas

- Desarrollo local y empleos futuros.
- Políticas instrumentales de desarrollo local.
- Ayudas y subvenciones.

Módulo Profesional: Empresa e iniciativa emprendedora

Código: 0390

Duración: 70 horas

Unidad formativa: Fomento de la cultura emprendedora y generación de ideas

Código: 0390 - UF01 (NA)

Duración: 20 horas

- Cultura emprendedora: fomento del emprendimiento, intraemprendimiento y emprendimiento social. Técnicas para generar ideas de negocios.
- Innovación y desarrollo económico. Principales características de la innovación en la actividad de las empresas de guía, información y asistencia turísticas.
- Factores claves de los emprendedores: iniciativa, creatividad y formación.
- La actuación de los emprendedores como empresarios y empleados de una PYME del sector de guía, información y asistencia turísticas.
- El riesgo en la actividad emprendedora.
- Idea de negocio en el ámbito de una empresa de guía, información y asistencia turísticas.
- Concepto de empresario. Requisitos para el ejercicio de la actividad empresarial. Carácter emprendedor.
- Competencias básicas de creatividad, de comunicación, de liderazgo, entre otras.
- Características de la persona creativa. Técnicas que fomentan la creatividad.
- Reconocimiento de los estilos de mando y dirección. Aplicación en los diferentes ámbitos de la empresa.
- Concepto de motivación. Técnicas de motivación y su aplicación.
- Reconocimiento de las competencias laborales y personales de un emprendedor y de una persona empleada del sector de guía, información y asistencia turísticas.

Unidad formativa: Viabilidad económico-financiera de un plan de empresa

Código: 0390 - UF02 (NA)

Duración: 30 horas

- La empresa como sistema. Funciones básicas de la empresa.
- Viabilidad económica y viabilidad financiera de una PYME de guía, información y asistencia turísticas.
- Análisis del entorno general y específico de una PYME del sector de guía, información y asistencia turísticas.
- Relaciones de una PYME del sector de guía, información y asistencia turísticas.
- La empresa en el ámbito internacional. El derecho de libre establecimiento en el seno de la Unión Europea.
- Elaboración de un plan de empresa.
- Análisis de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de una empresa del sector de guía, información y asistencia turísticas.
- Contenidos de un Plan de Marketing.

- Identificación de las debilidades y fortalezas, DAFO.
- Tipos de empresa. Formas jurídicas.
- Elección de la forma jurídica.
- Descripción técnica del proceso productivo o la prestación del servicio. Recursos humanos.
- Definición de las fases de producción. Sistemas de mejora.

Unidad formativa: Puesta en marcha de una empresa

Código: 0390 - UF03 (NA)

Duración: 20 horas

- La fiscalidad en las empresas: peculiaridades del sistema fiscal de la Comunidad Foral de Navarra.
- Trámites administrativos para la constitución de una empresa.
- Organismos e instituciones que asesoran en la constitución de una empresa.
- Concepto de contabilidad y nociones básicas.
- Concepto de función comercial y financiera.
- Operaciones contables: registro de la información económica de una empresa.
- Obligaciones fiscales de las empresas.
- Requisitos y plazos para la presentación de documentos oficiales.
- Gestión administrativa de una empresa de guía, información y asistencia turísticas.

ANEXO 4

CONVALIDACIONES Y EXENCIONES

Convalidaciones entre módulos profesionales de títulos establecidos al amparo de la Ley Orgánica 1/1990 (LOGSE) y los establecidos en el título de Técnico Superior en Guía, Información y Asistencia Turísticas al amparo de la Ley Orgánica 2/2006.

MÓDULOS PROFESIONALES INCLUIDOS EN CICLOS FORMATIVOS ESTABLECIDOS EN LOGSE 1/1990	MÓDULOS PROFESIONALES DEL CICLO FORMATIVO (LOE 2/2006): GUÍA, INFORMACIÓN Y ASISTENCIA TURÍSTICAS
Diseño y comercialización de productos turísticos locales y regionales	0387. Diseño de productos turísticos 0173. Marketing turístico. 0171. Estructura del mercado turístico 0384. Recursos turísticos
Información turística en destino	0171. Estructura del mercado turístico 0385. Servicios de información turística 0172. Protocolo y relaciones públicas.
Productos y destinos turísticos nacionales e internacionales	0383. Destinos turísticos 0384. Recursos turísticos
Asistencia y guía de grupos	0386. Procesos de guía y asistencia turística 0172. Protocolo y relaciones públicas
Lengua extranjera	0179. Inglés
Segunda lengua extranjera	0180. Segunda lengua extranjera
Formación en centro de trabajo	0391. Formación en centros de trabajo

ANEXO 5

CORRESPONDENCIA ENTRE MÓDULOS PROFESIONALES Y UNIDADES DE COMPETENCIA

A) Correspondencia de las unidades de competencia con los módulos profesionales para su convalidación.

UNIDADES DE COMPETENCIA ACREDITADAS	MÓDULOS PROFESIONALES CONVALIDABLES
UC1069-3: Interpretar el patrimonio y bienes de interés cultural del ámbito de actuación a turistas y visitantes UC1070-3: Interpretar espacios naturales y otros bienes de interés natural del ámbito de actuación a turistas y visitantes	0384. Recursos turísticos
UC1071-3: Prestar servicios de acompañamiento y asistencia a turistas y visitantes y diseñar itinerarios turísticos	0386. Procesos de guía y asistencia turística
UC1056-3: Gestionar eventos	0172. Protocolo y relaciones públicas
UC1072-3: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario competente, en los servicios turísticos de guía y animación	0179. Inglés (*)
UC1073-3: Comunicarse en una lengua extranjera distinta del inglés, con un nivel de usuario competente, en los servicios turísticos de guía y animación	0180. Segunda lengua extranjera (*)
UC1074-3: Gestionar información turística	0173. Marketing turístico
UC1075-3: Crear, promocionar y gestionar servicios y productos turísticos locales	0387. Diseño de productos turísticos
UC0268-3: Gestionar unidades de información y distribución turísticas	0385. Servicios de información turística

(*) Podrá convalidarse de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 66.4 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.

B) Correspondencia de los módulos profesionales con las unidades de competencia para su acreditación.

MÓDULOS PROFESIONALES SUPERADOS	UNIDADES DE COMPETENCIA ACREDITABLES
0384. Recursos turísticos	UC1069-3: Interpretar el patrimonio y bienes de interés cultural del ámbito de actuación a turistas y visitantes UC1070-3: Interpretar espacios naturales y otros bienes de interés natural del ámbito de actuación a turistas y visitantes
0386. Procesos de guía y asistencia turística	UC1071-3: Prestar servicios de acompañamiento y asistencia a turistas y visitantes y diseñar itinerarios turísticos
0172. Protocolo y relaciones públicas	UC1056-3: Gestionar eventos
0173. Marketing turístico	UC1074-3: Gestionar información turística

MÓDULOS PROFESIONALES SUPERADOS	UNIDADES DE COMPETENCIA ACREDITABLES
0387. Diseño de productos turísticos	UC1075-3: Crear, promocionar y gestionar servicios y productos turísticos locales
0179. Inglés	UC1072-3: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario competente, en los servicios turísticos de guía y animación
0180. Segunda lengua extranjera	UC1073-3: Comunicarse en una lengua extranjera distinta del inglés, con un nivel de usuario competente, en los servicios turísticos de guía y animación

ANEXO 6 PROFESORADO

A) *Atribución docente.*

MÓDULO PROFESIONAL	ESPECIALIDAD DEL PROFESORADO	CUERPO
0171. Estructura del mercado turístico	Hostelería y Turismo	Catedrático de Enseñanza Secundaria Profesor de Enseñanza Secundaria
0172. Protocolo y relaciones públicas	Hostelería y Turismo	Catedrático de Enseñanza Secundaria Profesor de Enseñanza Secundaria
0173. Marketing turístico	Hostelería y Turismo	Catedrático de Enseñanza Secundaria Profesor de Enseñanza Secundaria
0383. Destinos turísticos	Hostelería y Turismo	Catedrático de Enseñanza Secundaria Profesor de Enseñanza Secundaria
0384. Recursos turísticos	Hostelería y Turismo	Catedrático de Enseñanza Secundaria Profesor de Enseñanza Secundaria
0385. Servicios de información turística	Hostelería y Turismo	Catedrático de Enseñanza Secundaria Profesor de Enseñanza Secundaria
0386. Procesos de guía y asistencia turística	Hostelería y Turismo	Catedrático de Enseñanza Secundaria Profesor de Enseñanza Secundaria
0387. Diseño de productos turísticos	Hostelería y Turismo	Catedrático de Enseñanza Secundaria Profesor de Enseñanza Secundaria
0179. Inglés	Inglés	Catedrático de Enseñanza Secundaria Profesor de Enseñanza Secundaria
0180. Segunda lengua extranjera	Lengua Extranjera	Catedrático de Enseñanza Secundaria Profesor de Enseñanza Secundaria
0388. Proyecto de guía, información y asistencia turísticas	Hostelería y Turismo	Catedrático de Enseñanza Secundaria Profesor de Enseñanza Secundaria
0389. Formación y orientación laboral	Formación y Orientación Laboral	Catedrático de Enseñanza Secundaria Profesor de Enseñanza Secundaria
0390. Empresa e iniciativa emprendedora	Formación y Orientación Laboral	Catedrático de Enseñanza Secundaria Profesor de Enseñanza Secundaria

B) *Titulaciones equivalentes a efectos de docencia.*

CUERPOS	ESPECIALIDADES	TITULACIONES
Profesor de Enseñanza Secundaria	Formación y Orientación Laboral	-Diplomado en Ciencias Empresariales -Diplomado en Relaciones Laborales -Diplomado en Trabajo Social -Diplomado en Educación Social -Diplomado en Gestión y Administración Pública
	Hostelería y turismo	Diplomado en Turismo

C) *Titulaciones requeridas para los centros privados.*

Módulos profesionales	Titulaciones
0171. Estructura del mercado turístico 0172. Protocolo y relaciones públicas 0173. Marketing turístico 0383. Destinos turísticos 0384. Recursos turísticos 0385. Servicios de información turística 0386. Procesos de guía y asistencia turística 0387. Diseño de productos turísticos 0179. Inglés 0180. Segunda lengua extranjera 0388. Proyecto de guía, información y asistencia turísticas 0389. Formación y orientación laboral 0390. Empresa e iniciativa emprendedora	Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el título de grado correspondiente u otros títulos equivalentes a efectos de docencia

ANEXO 7

ESPACIOS

Espacio formativo
Aula polivalente
Aula de agencias/información turística