

I. COMUNIDAD DE MADRID

A) Disposiciones Generales

Consejería de Educación

- 1 *DECRETO 8/2010, de 18 de marzo, por el que se establece para la Comunidad de Madrid el currículo del ciclo formativo de grado superior correspondiente al título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.*

La Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional, define la Formación Profesional como el conjunto de las acciones formativas que capacitan para el desempeño cualificado de las diversas profesiones, el acceso al empleo y la participación activa en la vida social, cultural y económica. Asimismo, establece que la Administración General del Estado, de conformidad con lo que se dispone en los artículos 149.1.30.^a y 27 de la Constitución española, y previa consulta al Consejo General de la Formación Profesional, determinará los títulos de Formación Profesional y los certificados de profesionalidad que constituirán las ofertas de Formación Profesional referidas al Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales creado por la propia Ley, cuyos contenidos podrán ampliar las Administraciones educativas en el ámbito de sus competencias.

La Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, dispone en el artículo 39 que el Gobierno, previa consulta a las Comunidades Autónomas, establecerá las titulaciones correspondientes a los estudios de Formación Profesional, así como los aspectos básicos del currículo de cada una de ellas.

El Real Decreto 1538/2006, de 15 de diciembre, por el que se establece la ordenación de la Formación Profesional del sistema educativo, dispone que sean las Administraciones educativas las que, respetando lo previsto en dicha norma y en las que regulen los títulos respectivos, establezcan los currículos correspondientes a las enseñanzas de Formación Profesional.

El Gobierno ha aprobado el Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio, por el que se establece el título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos y se fijan las enseñanzas mínimas. El currículo del ciclo formativo de grado superior de Agencias de Viajes y Gestión de Eventos que se establece por la Comunidad de Madrid en este Decreto pretende dar respuesta a las necesidades generales de cualificación de los recursos humanos para su incorporación a la estructura productiva. Dicho currículo requiere una posterior concreción en las programaciones que el equipo docente ha de elaborar, las cuales han de incorporar el diseño de actividades de aprendizaje y el desarrollo de actuaciones flexibles que, en el marco de la normativa que regula la organización de los centros, posibiliten adecuaciones particulares del currículo en cada centro docente de acuerdo con los recursos disponibles, sin que en ningún caso suponga la supresión de objetivos que afecten a la competencia general del título.

En el proceso de elaboración de este Decreto ha emitido dictamen el Consejo Escolar de la Comunidad de Madrid, de acuerdo con el artículo 2.1.b) de la Ley 12/1999, de 29 de abril, del Consejo Escolar de la Comunidad de Madrid.

En virtud de todo lo anterior, a propuesta de la Consejera de Educación, el Consejo de Gobierno, previa deliberación en su reunión del día 18 de marzo de 2010,

DISPONE

Artículo 1

Objeto

El presente Decreto establece el currículo de las enseñanzas de Formación Profesional correspondientes al título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos para su aplicación en el ámbito territorial de la Comunidad de Madrid.

Artículo 2

Referentes de la formación

Los aspectos relativos a la identificación del título, el perfil y el entorno profesionales, las competencias, la prospectiva del título en el sector, los objetivos generales, los espacios

necesarios para su desarrollo, los accesos y vinculación con otros estudios, la correspondencia de módulos profesionales con las unidades de competencia incluidas en el título, y las titulaciones equivalentes a efectos académicos, profesionales y de docencia son los que se definen en el Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio, por el que se establece el título y se fijan sus enseñanzas mínimas.

Artículo 3

Módulos profesionales del ciclo formativo

Los módulos profesionales que constituyen el ciclo formativo son los incluidos en el Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio, es decir:

- a) Destinos turísticos.
- b) Estructura del mercado turístico.
- c) Formación y orientación laboral.
- d) “Marketing” turístico.
- e) Protocolo y relaciones públicas.
- f) Recursos turísticos.
- g) Segunda lengua extranjera: Francés.
- h) Dirección de entidades de intermediación turística.
- i) Empresa e iniciativa emprendedora.
- j) Gestión de productos turísticos.
- k) Inglés.
- l) Venta de servicios turísticos.
- m) Proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos.
- n) Formación en centros de trabajo.

Artículo 4

Currículo

1. La contribución a la competencia general y a las competencias profesionales, personales y sociales, los objetivos expresados en términos de resultados de aprendizaje, los criterios de evaluación y las orientaciones pedagógicas del currículo del ciclo formativo para los módulos profesionales relacionados en el artículo 3 son los definidos en el Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio.

2. Los contenidos de los módulos profesionales “Destinos turísticos”, “Estructura del mercado turístico”, “Formación y orientación laboral”, «“Marketing” turístico», “Protocolo y relaciones públicas”, “Recursos turísticos”, “Segunda lengua extranjera: Francés”, “Dirección de entidades de intermediación turística”, “Empresa e iniciativa emprendedora”, “Gestión de productos turísticos”, “Inglés” y “Venta de servicios turísticos” se incluyen en el Anexo I de este Decreto.

Artículo 5

Organización y distribución horaria

Los módulos profesionales de este ciclo formativo se organizarán en dos cursos académicos. La distribución en cada uno de ellos, su duración y la asignación horaria semanal se concretan en el Anexo II.

Artículo 6

Evaluación, promoción y acreditación

La evaluación, promoción y acreditación de la formación establecida en este Decreto se atenderán a las normas que expresamente dicte la Consejería de Educación.

Artículo 7

Profesorado

Las especialidades del profesorado de los Cuerpos de Catedráticos de Enseñanza Secundaria, de Profesores de Enseñanza Secundaria y de Profesores Técnicos de Formación Profesional, según proceda, con atribución docente en los módulos profesionales relacionados en el artículo 3 son las establecidas en el Anexo III.A) del Real Decreto 1254/2009, de 24 de ju-

lio. Las titulaciones requeridas al profesorado de los centros de titularidad privada o de titularidad pública de otras Administraciones distintas de las educativas para impartir dichos módulos, son las que se concretan en el Anexo III.C) del referido Real Decreto.

Artículo 8

Definición de espacios

Los espacios necesarios para el desarrollo de las enseñanzas de este ciclo formativo son los que se definen en el artículo 11 del Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio.

DISPOSICIONES FINALES

Primera

Normas de desarrollo

Se autoriza a la Consejería de Educación para dictar las disposiciones que sean precisas para la aplicación de lo dispuesto en este Decreto.

Segunda

Calendario de aplicación

En cumplimiento de lo establecido en la disposición final segunda del Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio, por el que se establece el título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos y se fijan las enseñanzas mínimas, en el año académico 2010-2011 se implantarán las enseñanzas correspondientes al curso primero del currículo que se determina en el presente Decreto, y en el año 2011-2012, las del segundo curso. Paralelamente, en los mismos años académicos, dejarán de impartirse las correspondientes al primero y segundo cursos de las enseñanzas establecidas en el Real Decreto 2215/1993, de 17 de diciembre, que definió el currículo del ciclo formativo de grado superior correspondiente al título de Técnico Superior en Agencias de Viajes.

Tercera

Entrada en vigor

El presente Decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el BOLETÍN OFICIAL DE LA COMUNIDAD DE MADRID.

Dado en Madrid, a 18 de marzo de 2010.

La Consejera de Educación,
LUCÍA FIGAR DE LACALLE

La Presidenta,
ESPERANZA AGUIRRE GIL DE BIEDMA

ANEXO I

RELACIÓN DE LOS CONTENIDOS Y DURACIÓN DE LOS MÓDULOS PROFESIONALES DEL CURRÍCULO**Módulo Profesional 01: DESTINOS TURÍSTICOS. (Código: 0383)**

CONTENIDOS (Duración 205 horas)

Identificación de rasgos geográficos, históricos y culturales de España.

- Concepto, importancia y finalidad de la geografía turística. Herramienta de toma de decisiones turísticas.
- Organización territorial y administrativa de España. Comunidades Autónomas y provincia. Comarcas y municipios turísticos más representativos.
- Relieve. Características. Unidades físicas y principales morfoestructuras. Red hidrográfica española.
- El clima y su incidencia en la actividad turística.
- Espacios naturales de interés turísticos. Flora y fauna básicas. El respeto al patrimonio natural.
- Demografía: distribución de la población.
- Principales vías de comunicación y transporte.
- Sinopsis de la historia de España.
- Historia de la cultura y el arte españoles.
- Diversidad cultural y lingüística de España.
- Aplicaciones informáticas y otras fuentes para el estudio de la geografía turística.
 - Los SIG: Sistemas de Información Geográfica.
 - ING: Instituto Geográfico Nacional.
- Lectura e interpretación de mapas: la orientación.

Identificación de rasgos geográficos, históricos y culturales de Europa y del resto del mundo.

- La organización internacional del turismo.
- La Organización Mundial de Turismo (OMT). Concepto y funciones. Regiones y subregiones
- Organización política y territorial de Europa. Espacio Schengen.
- Territorios dependientes de dentro y fuera de Europa. Relación y características.
- Relieve de Europa y características. Unidades físicas europeas. Red hidrográfica de Europa.
- El clima en Europa y su incidencia en la actividad turística.
- Sinopsis de la historia de Europa.
- Historia de la cultura y el arte europeos.
- 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.

- Importancia del turismo en España. Principales datos turísticos. El Instituto de Estudios Turísticos. Frontur, Familitur y Egatur.
- Definición y características de destino turístico.
- Destinos españoles de sol y playa.
 - Centros turísticos litorales peninsulares e islas.
 - Presentación y comercialización de las empresas de intermediación
 - Particularidades en función de las tipologías de turistas
- Destinos culturales españoles. Rutas culturales. Gastronomía. Folclore.

- Destinos urbanos españoles.
 - Tipologías de turismo.
 - Grandes ciudades.
 - Ciudades Patrimonio de la Humanidad.
- Destinos rurales y de naturaleza españoles. Espacios naturales protegidos.
- Destinos españoles de espacios lúdicos y de ocio. Parques temáticos.
- Destinos deportivos (golf, esquí, náutico, ecuestre, aventura y nieve): Estaciones de esquí, puertos deportivos, campos de golf, instalaciones deportivas y de salud y belleza (Balnearios, Talasoterapia, Spas, centros de belleza).
- Grandes eventos en los destinos.
- Tipología de alojamientos según destino turístico.

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

- El papel del turismo a escala internacional. Datos internacionales OMT. Perspectivas y tendencias futuras a escala mundial.
- Destinos de sol y playa.
 - Centros turísticos litorales, islas y archipiélagos.
 - Presentación y comercialización de las empresas de intermediación.
 - Particularidades en función de las tipologías de turistas.
- Destinos culturales. Rutas culturales. Las grandes rutas culturales: Camino de Santiago europeo, Ruta del Danubio, Ruta de la Seda... Gastronomía. Folclore.
- Destinos urbanos. La oferta turística en las ciudades. Grandes ciudades europeas. Destinos rurales y de naturaleza. Espacios naturales protegidos. Los grandes Parques Nacionales.
- Destinos de espacios lúdicos y de ocio. Principales parques temáticos y de ocio.
- Destinos deportivos (golf, esquí, náutico, ecuestre, aventura y nieve) y de salud y belleza.
- Grandes eventos en los destinos.
- Tipología de alojamientos turísticos en los diferentes destinos europeos.

Módulo Profesional 02: ESTRUCTURA DEL MERCADO TURÍSTICO (Código: 0171)

CONTENIDOS (Duración 170 horas)

Contextualización del sector turístico:

- Conceptos básicos del turismo
- Evolución histórica del turismo.
- Impacto económico, social, cultural y ambiental.
- 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.
- 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.
- Localización geográfica de las principales tipologías turísticas.
- Tendencias de las tipologías turísticas nacionales.
- Tendencias de las tipologías turísticas internacionales.

Análisis de la oferta turística:

- La oferta turística.
- La intermediación turística. Canales de distribución.
- Las empresas de alojamientos turísticos (hoteleros y extrahoteleros).
- Las empresas de hostelería.
- Las empresas de transporte turístico (aéreo, por carretera, ferroviario, marítimo y fluvial).
- La oferta complementaria.
- El núcleo turístico.
- Importancia económica del turismo para el núcleo turístico.

Caracterización de la demanda turística:

- Elementos externos que influyen en la elasticidad de la demanda turística.
- Motivaciones de la demanda turística.
- Segmentación de la demanda.
- Estacionalidad de la demanda. Acciones de desestacionalización.
- Tendencias actuales y previsiones de futuro de la demanda turística.
- Valoración de la importancia de conocer a la clientela como elemento dinamizador de la demanda.
- Sistemas de medición y estadísticas de las corrientes turísticas.

Los recursos turísticos y profesionales de la Comunidad de Madrid:

- Información sobre aspectos diversos de la Comunidad de Madrid:
 - Historia de Madrid capital y poblaciones del entorno.
 - Datos geográficos de la Comunidad de Madrid.
 - El proceso de urbanización de Madrid capital.
 - Población y evolución reciente.
 - Organización administrativa de la Comunidad de Madrid.
 - Fiestas, actividades culturales, gastronomía y folclore de la Comunidad de Madrid.
- Las oficinas de información turística, Internet y otros medios de información.
- Parques y jardines. Madrid árabe, medieval, de los Austrias, de los Borbones, romántico y del siglo XXI. Ferias y congresos. Embajadas y consulados. Servicios médicos, religiosos, de urgencia, de correos y locutorios. Transporte. Teatros. Salas cinematográficas. Salas de fiesta. Deportes. Música. Bibliotecas. Museos. Salas de exposiciones. Galerías de arte y anticuarios. Compras. Bares y restaurantes. Agencias de viajes. Hotelería. Medios de transporte.

Módulo Profesional 03: FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN LABORAL (Código: 0401)

CONTENIDOS (Duración 90 horas)

Orientación profesional y búsqueda activa de empleo:

- El ciclo formativo: normativa reguladora, nivel académico y profesional.
- Identificación de itinerarios formativos relacionados con el título del ciclo formativo: acceso, convalidaciones y exenciones. Formación profesional del sistema educativo y formación profesional para el empleo.
- La formación permanente para la trayectoria laboral y profesional del titulado: valoración de su importancia.
- Opciones profesionales: definición y análisis del sector profesional del título del ciclo formativo.
- Empleadores en el sector: empleadores públicos, empleadores privados y posibilidad de autoempleo.
- Proceso, técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo y selección de personal en empresas pequeñas, medianas y grandes del sector.
- Sistema de acceso al empleo público en puestos idóneos para los titulados del ciclo formativo.
- Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa.
- Recursos de Internet en el ámbito de la orientación.
- Carrera profesional en función del análisis de los intereses, aptitudes y motivaciones personales: autoconocimiento y potencial profesional.
- El proceso de toma de decisiones: definición y fases.
- Asociaciones Profesionales del sector.

Gestión del conflicto y equipos de trabajo:

- Equipos de trabajo: concepto, características y fases del trabajo en equipo.
- La comunicación en los equipos de trabajo: escucha activa, asertividad y escucha interactiva (feedback).
- La inteligencia emocional.
- Ventajas e inconvenientes del trabajo de equipo para la eficacia de la organización.

- Equipos de trabajo en el sector en el que se ubica el ciclo formativo según las funciones que desempeñan. Características de eficacia de un equipo de trabajo.
- La participación en el equipo de trabajo: Los roles grupales.
- Dinámicas de trabajo en equipo.
- Conflicto: características, fuentes y etapas.
- Tipos de conflicto.
- Métodos para la resolución o supresión del conflicto: conciliación, mediación, negociación y arbitraje.
- La negociación como medio de superación del conflicto: tácticas, pautas y fases.

Contrato de trabajo y relaciones laborales:

- El derecho del trabajo: fuentes y principios.
- Análisis y requisitos de la relación laboral individual.
- Derechos y deberes derivados de la relación laboral.
- El contrato de trabajo: concepto, capacidad para contratar, forma y validez del contrato.
- Modalidades de contrato de trabajo y medidas de fomento de la contratación. El fraude de ley en la contratación laboral.
- El periodo de prueba, el tiempo de trabajo y otros aspectos relevantes: Análisis en el convenio colectivo aplicable al ámbito profesional del título del ciclo formativo.
- La nómina. Condiciones económicas establecidas en el convenio colectivo aplicable al sector del título.
- Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo: causas y efectos.
- Medidas establecidas por la legislación vigente para la conciliación de la vida laboral y familiar.
- Beneficios para los trabajadores en las nuevas organizaciones: flexibilidad y beneficios sociales, entre otros.
- Representación de los trabajadores: unitaria y sindical.
- Derecho procesal social:
 - Plazos de las acciones.
 - Conciliación y reclamación previa.
 - Órganos jurisdiccionales.
 - La demanda y el juicio oral.
- Gestiones a través de Internet en el ámbito laboral.

Seguridad Social, empleo y desempleo:

- Estructura del Sistema de la Seguridad Social: modalidades y regímenes de la Seguridad Social.
- Principales obligaciones de empresarios y trabajadores en materia de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización.
- Acción protectora de la Seguridad Social: Introducción sobre contingencias, prestaciones económicas y servicios.
- La protección por desempleo: situación legal de desempleo, prestación y subsidio por desempleo.

Conceptos básicos sobre seguridad y salud en el trabajo:

- Valoración de la relación entre trabajo y salud.
- Análisis de factores de riesgo.
- Determinación de los posibles daños a la salud del trabajador que pueden derivarse de las situaciones de riesgo detectadas: accidentes de trabajo, enfermedades profesionales, otras patologías derivadas del trabajo.
- Marco normativo básico de la prevención: derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.
- Principios y técnicas de prevención de riesgos laborales.
- Responsabilidades y sanciones.

Evaluación de riesgos profesionales: riesgos generales y riesgos específicos:

- La evaluación de riesgos en la empresa como elemento básico de la actividad preventiva.
- Los riesgos generales:
 - 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.

- Los riesgos específicos:
 - Riesgos específicos en el sector profesional en el que se ubica el título.
 - Consideración de los posibles daños a la salud del trabajador que pueden derivarse de los riesgos específicos del sector profesional.

Aplicación de medidas de prevención y protección en la empresa:

- Aplicación de las medidas de prevención.
- Medidas de protección:
 - Medidas de protección colectiva. La señalización de seguridad.
 - Medidas de protección individual. Los equipos de protección individual.
 - Especial protección a colectivos específicos: maternidad, lactancia, trabajadores de una empresa de trabajo temporal, trabajadores temporales.

Planificación de la prevención de riesgos en la empresa:

- El Plan de prevención de riesgos laborales:
 - Evaluación de riesgos.
 - Organización y planificación de la prevención en la empresa:
 - El control de la salud de los trabajadores.
 - El Plan de autoprotección: Plan de emergencia y de evacuación en entornos de trabajo.
 - Elaboración de un plan de emergencia en una pyme.
 - Protocolo de actuación ante una situación de emergencia.
- Elementos básicos de la gestión de la prevención en la empresa:
 - La gestión de la prevención en la empresa: definición conceptual.
 - Organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
 - Representación de los trabajadores en materia preventiva.
 - Funciones del prevencionista de nivel básico.

Primeros auxilios:

- Urgencia médica y primeros auxilios: conceptos básicos.
- Clasificación de los heridos según su gravedad.
- Aplicación de las técnicas de primeros auxilios según el tipo de lesión del accidentado.

Módulo Profesional 04: MARKETING TURÍSTICO (CÓDIGO: 0173)

CONTENIDOS (Duración 140 horas)

Caracterización del marketing turístico:

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

Interpretación de la segmentación de mercados turísticos:

- Variables de segmentación más utilizadas en turismo.
- Aplicación de la segmentación al diseño de la estrategia comercial de las empresas turísticas.
- 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.
- Creación de nuevos productos y servicios turísticos.
- Productos y servicios de última generación.

- La «servucción».
- El ciclo de vida del producto y de los destinos turísticos.
- Desarrollo y lanzamiento de los nuevos productos turísticos.
- El precio.
- Política de precios.
- Aspectos psicológicos de los precios.
- Métodos para el cálculo del precio. En función de los costes, de contribución al beneficio, de un euro por cada mil de inversión, de la demanda. El Yield Management.
- La promoción.
- Soportes y medios de comunicación turística.
- Publicidad, folletos, las relaciones públicas, las promociones de ventas, el merchandising, las ferias turísticas, Work shops, Fam-trips y otros.
- La distribución.
- Canales de distribución directa e indirecta.
- Nuevas tendencias de los canales de distribución.

Análisis y aplicación de las nuevas tecnologías 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 del plan de marketing como herramienta de gestión:

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

Interpretación del proceso de decisión en el consumidor:

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

Caracterización de los criterios de consumerismo:

- El consumerismo.
- La reacción de la empresa y su respuesta.
- Normativa que regula al consumidor y sus derechos en la U.E. y en España: legislación genérica y específica.
- Derechos y deberes de los consumidores.

Módulo Profesional 05: PROTOCOLO Y RELACIONES PÚBLICAS (CÓDIGO: 0172)

CONTENIDOS (Duración 100 horas)

Aplicación del protocolo institucional:

- Protocolo institucional.
- 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.

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 relaciones públicas en el ámbito turístico:

- 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.

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.
- Comunicación telefónica y nuevas tecnologías:
 - Comunicación interna y externa
 - Organización, funciones, control y facturación

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.

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.

Información al cliente:

- Información sobre instalaciones, servicios y actividades del establecimiento hotelero.
- La orden de servicio, la pizarra y otros medios de recepción y transmisión de información.
- La información sobre los recursos turísticos y profesionales.

Módulo Profesional 06: RECURSOS TURÍSTICOS. (Código: 0384)

CONTENIDOS (Duración: 135 horas)

Identificación de los recursos turísticos del territorio.

- Recursos turísticos. Clasificación y tipología: Defert, Gunn, según la Organización de Estados Americanos (O.E.A.) y otras
- Legislación nacional y europea 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.

Factores físico-naturales y humanos en el desarrollo turístico.

- Factores naturales.
- Factores socio-culturales.
- Factores políticos y económicos.
- Repercusiones del desarrollo y del subdesarrollo en las actividades turísticas.
- Distancia, localización geográfica del recurso turístico y relación coste-distancia.
- Transformación del recurso natural y cultural en recurso turístico.

Interpretación de los conceptos básicos del arte.

- Pintura: Desde la prehistoria al siglo XXI
- Escultura: Clásica, medieval, renacentista, barroca, neoclásica, modernista, y contemporánea.
- Arquitectura: Clásica, visigoda, románica, gótica, mudéjar, renacentista, barroca, neoclásica, modernista, ecléctica y contemporánea.
- Otras manifestaciones artísticas. Las artes decorativas: Orfebrería, muebles, telas y joyas.
- Diferentes movimientos y estilos artísticos en pintura, escultura, arquitectura y otras manifestaciones artísticas de España.

Identificación y análisis del Patrimonio histórico-artístico y sociocultural de España.

- Patrimonio y Bienes patrimoniales en España. Turismo cultural.
- Museos y otros centros culturales: Parques arqueológicos, cuevas prehistóricas, enclaves rupestres al aire libre, megalitos, ciudades y villas romanas, castros íberos y celtíberos y otros vestigios de interés.
- Fiestas y declaraciones de interés turístico regional, nacional e internacional: Lúdicas, religiosas, Semana Santa y toros, Normativa.
- Gastronomía de España. Elaboraciones, productos tradicionales, de calidad y con denominación de origen.
- Enología de España. Zonas vinícolas y denominaciones de origen.
- Etnografía y artesanía: Cerámica, cristal, joyas y otros productos propios de cada zona. Tipos.
- Patrimonio Inmaterial. Descripción y contenido. Tradiciones. Música popular. Música clásica. Opera. Zarzuela. Teatro, Danza. Cine. Otras expresiones culturales. Grandes eventos, ferias y festivales.
- Tipología de la arquitectura popular en las Comunidades Autónomas y núcleos rurales que mejor representan dichas tipologías.

Patrimonio natural y paisajístico.

- Análisis del Patrimonio natural y paisajístico de España.
- Concepto de recursos naturales y paisajísticos.
- Normativa.
- Espacios naturales protegidos españoles y su normativa. Parques Nacionales y Parques Regionales.
- Programas europeos de ayuda al patrimonio natural y paisajístico. Patrimonio de la Humanidad, Reserva de la Biosfera, Convenio Ramsar, Zonas de Especial Protección para Aves (ZEPAS) y otros.
- Otros recursos naturales relacionados con el medio físico: Cuevas geológicas, desfiladeros, cañones, zonas volcánicas, bosques y otros.
- Nuevas tecnologías para detectar y localizar los espacios, programas de cartografía y otros.
- Medidas para mantener el medio ambiente. Turismo y sostenibilidad.

Interpretación global del patrimonio histórico, artístico y sociocultural.

- Métodos para acercar el legado natural y cultural al público visitante.
- La interpretación del patrimonio como sistema de gestión.
- Diseño de los métodos de evaluación y control de los sistemas de interpretación: Método del coste de viaje, método de la valoración contingente y método hedónico.
- Puesta en valor turístico del patrimonio cultural.

Análisis y estructura del medio ambiental turístico.

- Evolución del impacto medioambiental. Calidad ambiental, actividad turística y salud.
- Capacidad de carga.
- Protección del área.
- Gestión medioambiental.
- Efectos negativos de la contaminación ambiental (aire, aguas y ruidos) en los destinos turísticos.

Agentes implicados en los recursos turísticos

- Políticas territoriales y de la Comunidad de Madrid.
- Estrategias de los agentes: motivación, producción, consumo, otros.
- Nuevos modelos de consumo turístico.
- Señalización y accesibilidad a los recursos turísticos.

Módulo Profesional 07: SEGUNDA LENGUA EXTRANJERA (FRANCÉS) (Código: 0180)

CONTENIDOS (Duración 160 horas)

Comprensión oral precisa

- Discursos y mensajes generales y profesionales del sector.
- Distintos acentos de los hablantes.
- Diferentes registros de formalidad.
- Mensajes directos, telefónicos, radiofónicos, televisivos, grabados.
- Idea principal y secundaria en presentaciones y debates.
- Instrucciones sobre operaciones y tareas propias del puesto de trabajo.
- Horarios, fechas y cantidades.
- Expresiones de opinión, preferencia, gusto y reclamaciones.
- Solicitud de información general y específica del sector.
- Terminología específica del sector.
- Normas de convivencia y protocolo.
- Fórmulas de cortesía.
- Fórmulas de saludo, acogida y despedida.
- Recursos gramaticales.
 - Relaciones lógicas de oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, consecuencia.
 - Relaciones temporales: simultaneidad, anterioridad, posterioridad.
 - Tiempos verbales.
 - Sustantivos y su adjetivación.
 - Preposiciones y locuciones preposicionales.
 - Adverbios y locuciones adverbiales.
 - Voz pasiva.
 - Imperativo.
- Recursos lingüísticos.
 - Interpretación de distintos acentos.
 - Uso de registros de formalidad adecuados al contexto y al interlocutor.
 - Identificación de los elementos culturales más significativos de los países de lengua francesa.
 - 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.
 - Expresión de la secuenciación.
 - El lenguaje de los debates.
 - El lenguaje de las reclamaciones.

Producción oral precisa

- Mensajes en el registro apropiado y con la terminología específica del sector turístico.
- Fórmulas de cortesía.
- Fórmulas de saludo, acogida y despedida.
- Normas de convivencia y protocolo.
- Horas, fechas, estaciones y cantidades.
- Información sobre: tipos de alojamiento y su organización; localización, acceso y transporte al establecimiento; posibilidades turísticas de la zona; cómo se llega a un lugar determinado; la oferta de servicios y facilidades; precios y reservas; horarios de museos, restaurantes, tiendas, transporte público, tiendas, bancos y farmacias de la zona; usos y costumbres sociales de la región.
- Toma, mantenimiento y cesión del turno de palabra en debates y mesas redondas.
- Opiniones, gustos y preferencias.
- Tratamiento de quejas y reclamaciones.
- Descripción de: tipos de alojamiento y planes de estancia; servicios y facilidades ofertados; precios y facturación y formas de pago; los ítems de una factura; puestos de trabajo, función y responsabilidades de los mismos; cartas de comidas y de bebidas; eventos y condiciones de contratación.
- Recomendación y sugerencia de establecimientos, servicios, locales y eventos.
- Recursos gramaticales.
 - Tiempos verbales.
 - Sustantivos y su adjetivación.
 - Preposiciones y locuciones preposicionales.
 - Adverbios y locuciones adverbiales.
 - Estilo directo e indirecto.
 - Relaciones lógicas de oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.
 - Relaciones temporales de simultaneidad, anterioridad, posterioridad.
- Recursos lingüísticos.
 - Expresión de relaciones lógicas de oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, consecuencia.
 - Expresión de relaciones temporales de simultaneidad, anterioridad, posterioridad.
 - Expresión de sugerencias y recomendaciones.
 - Expresión de la secuenciación.
 - Expresión precisa de direcciones para llegar a lugares.
 - El lenguaje corporal como recurso de cohesión del discurso oral.
 - Terminología específica del sector.
 - Marcadores lingüísticos de relaciones sociales, normas de cortesía y diferencias de registro.
 - La entonación como recurso de cohesión del discurso oral: uso de los patrones de entonación.
 - Apoyo, demostración de entendimiento, petición de aclaración.
 - Toma, mantenimiento y cesión del turno de palabra.
 - Acentos y registros de formalidad.

Interpretación de mensajes escritos, en soporte papel y telemático

- Comprensión global y detallada de mensajes, textos, artículos profesionales del sector y cotidianos.
- Interpretación exacta de la terminología específica del sector turístico.
- Comprensión detallada de la información contenida en reservas, informes, formularios, folletos y prensa especializada del sector.
- Comprensión detallada de ofertas de trabajo en el sector.
- Comprensión detallada de instrucciones, memos, avisos y reservas.
- Comprensión detallada de correspondencia, e-mail, fax, burofax.
- Recursos gramaticales.
 - Tiempos verbales.
 - Sustantivos y su adjetivación.
 - Preposiciones y locuciones preposicionales.
 - Adverbios y locuciones adverbiales.

- Estilo directo e indirecto.
- Relaciones lógicas de oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.
- Relaciones temporales de simultaneidad, anterioridad, posterioridad.
- Recursos lingüísticos.
 - Comprensión exacta de las relaciones lógicas de oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, consecuencia.
 - Comprensión exacta de relaciones temporales de simultaneidad, anterioridad, posterioridad.
 - Interpretación exacta de los marcadores lingüísticos de relaciones sociales, normas de cortesía y diferencias de registro.
 - Reconocimiento de distintos acentos y registros de formalidad.

Emisión de textos escritos

- Producción de textos cotidianos y profesionales del sector, usando los registros adecuados al contexto de comunicación.
- Redacción de avisos, mensajes, reservas y facturas profesionales.
- Complimentación de documentos cotidianos y profesionales del sector.
- Formalización de los documentos asociados a la prestación de los servicios ofertados por el establecimiento.
- Redacción de "currículum vitae" y cartas de presentación.
- Redacción de correspondencia, fax, e-mail.
- Recursos gramaticales.
 - Uso correcto de los signos de puntuación.
 - Tiempos verbales.
 - Sustantivos y su adjetivación.
 - Preposiciones y locuciones preposicionales.
 - Adverbios y locuciones adverbiales.
 - Estilo directo e indirecto.
 - Relaciones lógicas de oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.
 - Relaciones temporales de simultaneidad, anterioridad, posterioridad.
- Recursos lingüísticos.
 - Expresión escrita exacta de las relaciones lógicas de oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, consecuencia.
 - Expresión escrita exacta de relaciones temporales de simultaneidad, anterioridad, posterioridad.
 - Adecuación del texto al contexto comunicativo.
 - Selección del léxico profesional, de las estructuras sintácticas y de registro adecuada al contenido y al contexto comunicativo.
 - Coherencia en el desarrollo de texto.
 - Identificación e interpretación de los elementos culturales significativos de los países de habla francesa.
 - Valoración y uso correcto de las normas culturales y protocolarias en las relaciones internacionales.
 - Uso de los recursos formales y funcionales que requieren un comportamiento socioprofesional con el fin de proyectar una buena imagen de la empresa.

Módulo Profesional 08: DIRECCIÓN DE ENTIDADES DE INTERMEDIACIÓN TURÍSTICAS. (Código: 0399)

CONTENIDOS (Duración: 140 horas)

Caracterización de entidades de intermediación turística.

- Dirección estratégica de las entidades de intermediación turística
 - El concepto de estrategia.
 - Niveles de estrategia.
 - El proceso de dirección estratégica.
 - Los objetivos y los valores de estas entidades.

- La misión, visión y valores de las entidades de intermediación.
- Los objetivos estratégicos de las entidades de intermediación.
- La responsabilidad social de las entidades de intermediación.
- La ética empresarial de las entidades de intermediación turística.
- Análisis del entorno general.
- Análisis del entorno específico de entidades de intermediación.
- Análisis interno de entidades de entidades de intermediación.
- Formas de desarrollo de las entidades de intermediación: la diversificación y la internalización.
- Agencias de viajes. Concepto. Evolución histórica. Clasificación legal. Características, funciones y requisitos.
- Requisitos específicos para su funcionamiento. Estructura interna.
- Agencias de viajes especializadas. Agencias virtuales, agencias por franquicia. Servicios que ofertan.
- Otras figuras de intermediación y gestión de servicios y productos turísticos.
- Centrales de reservas: Concepto, funciones y características.
- Localización de las empresas de intermediación.
- Normativa europea, nacional y autonómica aplicable a la actividad de intermediación de servicios turísticos.
- Deontología profesional.
- Organismos y asociaciones nacionales e internacionales. Particularidades y funciones.
- Aplicación de las tecnologías de la información y a la comunicación a las entidades de intermediación.

Organización de entidades de intermediación turística.

- Empresas de intermediación turística. Concepto. Principios de organización.
- Sistemas y tipos de organización.
- Estructuras organizativas. Concepto, elementos y dimensiones estructurales.
- Departamentalización o áreas. Relaciones interdepartamentales.
- Diseño de organigramas. Concepto. Clasificación de organigramas. Puestos y funciones.
- Planificación y planes empresariales. Concepto, naturaleza y elementos de la planificación. Estrategias y políticas. Herramientas de planificación. Programación de actividades de producción en las empresas de intermediación.
- Valoración de la importancia de la planificación en la gestión empresarial.

Control de la rentabilidad en entidades de intermediación turística.

- Concepto de gestión económica y financiera en las empresas de intermediación turística.
- El patrimonio. Concepto. Elementos y masas patrimoniales.
- Análisis de balances y cuentas de resultados de las empresas de intermediación turística.
- Análisis de la estructura de ingresos y gastos, de cobros y pagos de las empresas de intermediación turística. Conceptos. Tipos de ingresos y gastos, de cobros y pagos.
- Presupuestos. Concepto. Tipos. Elaboración de presupuestos. Control, desviaciones y medidas correctoras.
- Financiación. Estructura financiera de la empresa. Conceptos. Clases y costes de las fuentes de financiación.
- Los costes. Tipos. Cálculo e imputación de costes derivados de la gestión de empresas de intermediación turística. Control de los costes.
- Comisiones de las empresas de intermediación. Concepto. Tipos.
- Análisis de la rentabilidad. Definición, ratios, cálculo de ratios, margen de beneficio y umbral de rentabilidad.
- La inversión en empresas de intermediación. Concepto. Tipos de inversión. Métodos de selección de inversión.
- Aplicaciones informáticas de gestión económico-financiera.

Realización de la gestión administrativa y comercial.

- Procesos administrativos derivados de las relaciones con proveedores de servicios. Procedimientos. Documentos: liquidaciones, pago de facturas, Bank and Settlement Plan (BSP) y otros.

- I.V.A. Concepto. Tipos impositivos. Régimen especial de las agencias de viajes. Normativa. Funcionamiento. Requisitos. Exenciones. Calendario impositivo. Tipos de declaraciones. Liquidación. Procedimiento manual y telemático.
- Procesos administrativos derivados de las relaciones con clientes. Procedimiento Documentos: Internos y externos. Bonos y tipos de bonos. Emisión de títulos de transporte, facturas, seguros de viaje, bonos y otros documentos. Contratos. Cambio de divisas y cheques de viajero.
- Control de cajas y bancos. Análisis de la información bancaria.
- Gestión de impagos y devoluciones.
- Gestión del almacén. Inventarios. Control de existencias de documentos internos y externos.
- Gestión comercial y canales de distribución. Tipos de canales de distribución: Directos e indirectos. Estrategias comerciales y de distribución en las empresas de intermediación.
- Aplicaciones informáticas de gestión administrativa y comercial.

Dirección de Recursos Humanos en las entidades de intermediación turística.

- Dirección de equipos de trabajo: Concepto. Objetivos y funciones. Sistemas de dirección, tipos de mando y liderazgo.
- Organización del personal: planificación de turnos, horarios, calendarios y otros.
- Previsión de plantillas según la estacionalidad.
- Selección de personal. Métodos.
- Formación del personal según la estacionalidad.
- Manual de empresa. Concepto, contenido y función.
- Evaluación y gestión del rendimiento.
- Diseño de puestos de trabajo. Casos prácticos Evaluación de los puestos.
- La motivación. Concepto. Estrategias de incentivos a la producción. Sistemas de recompensa, retribuciones e incentivos.
- La formación. Programas de formación. Carreras profesionales.
- Manual de formación. Manual de prevención de riesgos laborales
- Comunicación interna.
- Exigencias internacionales de la Dirección de Recursos Humanos en las entidades de intermediación turística. Casos prácticos.

Calidad en los servicios de intermediación turística.

- Concepto, evolución, elementos y principios rectores de la calidad en el sector turístico.
- Objetivos generales en el subsector de las empresas de intermediación turística.
- Sistemas de calidad aplicables a entidades de intermediación turística.
- Costes de la calidad:
- Los costes de la no calidad en los servicios de intermediación turística.
- Los costes de la calidad en los servicios de intermediación turística.
- Implantación de un sistema de control de calidad de una consultora externa a la empresa.
- Sistema documental del modelo de calidad implantado: Manuales de calidad, de procesos, procedimientos y seguridad.
- Manejo de las herramientas de gestión de la calidad: Autoevaluación, planificación de la mejora, sistemas indicadores, sistema de encuesta, sistema de quejas y sugerencias. Fidelización de clientes. Concepto. Sistemas de captación de clientes.
- La certificación de modelos o sistemas de calidad implantados en las entidades de intermediación.
- Gestión medio ambiental de las entidades de intermediación turística.

Módulo Profesional 09: EMPRESA E INICIATIVA EMPRENDEDORA (CÓDIGO: 0402)

CONTENIDOS (Duración 65 horas)

Iniciativa emprendedora:

- Innovación y desarrollo económico. Principales características de la innovación en el sector del ciclo formativo.
- Factores claves de los emprendedores: iniciativa, creatividad y formación.
- La actuación de los emprendedores como empresarios y empleados de una pyme del sector en que se enmarca el ciclo formativo.

- El empresario. Requisitos para el ejercicio de la actividad empresarial.
- La estrategia de la empresa, los objetivos y la ventaja competitiva.
- Plan de empresa: la idea de negocio en el ámbito del sector del ciclo formativo.

La empresa y su entorno:

- Funciones básicas de la empresa.
- La empresa como sistema.
- Análisis del entorno general y específico de una pyme del sector del ciclo formativo.
- Relaciones de una pyme del sector del ciclo formativo con su entorno y con el conjunto de la sociedad.
- Cultura empresarial e imagen corporativa.
- Concepto y elementos del Balance Social de la empresa: empleo, remuneraciones, medio ambiente y programa de acción social.

Creación y puesta en marcha de una empresa:

- Tipos de empresa.
- La fiscalidad en las empresas.
- Elección de la forma jurídica.
- Trámites administrativos para la constitución de una empresa: en Hacienda, en la Seguridad Social, en los Ayuntamientos, en el Notario, en el Registro Mercantil y en otros organismos.
- Apartados del plan de empresa:
 - Presentación de los promotores.
 - Estrategia, ventaja competitiva y análisis de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (D.A.F.O.) en la creación de una empresa.
 - Forma jurídica.
 - Análisis del mercado.
 - Organización de la producción de los bienes y/o servicios.
 - Organización de los Recursos Humanos.
 - Plan de marketing.
 - Análisis económico y financiero de la viabilidad de la empresa.
 - Gestión de ayuda y subvenciones.
 - Documentación de apertura y puesta en marcha.

Función Económico-administrativa:

- Concepto de contabilidad y nociones básicas. Las cuentas anuales.
- Análisis de la información contable.
- Obligaciones fiscales de las empresas. El calendario fiscal.
- Gestión administrativa de una empresa del sector del ciclo formativo.
- Aplicación del análisis de la viabilidad económica y financiera a una pyme del sector del ciclo formativo.

Función Comercial:

- Concepto de Mercado. Oferta. Demanda.
- Análisis del Mercado en el sector en que se enmarca el ciclo formativo.
- Marketing mix: precio, producto, promoción y distribución.

Los Recursos Humanos en la empresa:

- Categorías profesionales en las pymes del sector del ciclo formativo de acuerdo con lo establecido en el convenio colectivo correspondiente.
- Necesidades de personal en las pymes del sector del ciclo formativo. Organigrama.
- El coste del personal de acuerdo con los salarios de mercado en el sector en que se enmarca el ciclo formativo.
- Liderazgo y motivación. La comunicación en las empresas del sector.

Módulo Profesional 10: GESTIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS. (Código: 0397)

CONTENIDOS (Duración: 95 horas)

Análisis de los viajes combinados.

- Viajes combinados. Definición. Tipología y normativa.
- Viajes combinados basados en la oferta
- Viajes combinados basados en la demanda y hechos a la medida del cliente.
- Normativa aplicable: ley de viajes combinados, ley del IVA, legislación de agencias de viajes de la Comunidad de Madrid.
- Elementos de los viajes combinados.
- El programa de viajes combinados. El contrato de viajes combinados.
- Intermediarios. Tipología: Agencias receptoras y corresponsales, broker aéreos, y otros.
- Funciones y relaciones con los organizadores de viajes combinados: hoteles, restaurantes, guías, medios de transporte, agencias organizadoras y otros proveedores.
- Relaciones profesionales entre organizador, detallista y proveedores de servicios. Convenios de colaboración y términos de retribución.
- Mercado de viajes combinados. Situación actual y tendencias futuras.

Diseño y cotización de viajes combinados.

- Aplicación de técnicas de investigación de mercado: Tendencias y necesidades de la demanda, segmentación de mercados y análisis de la competencia
- Diseño del viaje combinado. Componentes. Fases y secuenciación.
 - Planificación del itinerario.
 - Distribución en el tiempo.
 - Distribución en el espacio.
 - Determinación de los servicios turísticos de un viaje
- Selección de proveedores. Negociación. Criterios.
- Cotización de los servicios.
 - Reglas básicas para cotizar viajes combinados.
 - Componentes del precio.
 - Tarifas y condiciones especiales, descuentos, gratuidades y otros.
 - Impuestos y tasas.
 - Costes: fijos y variables.
 - Comisiones a los intermediarios
 - Cálculo del Margen de beneficio
 - Determinación del punto muerto.
- Cálculo del precio de venta final.
- Documentación derivada del diseño y cotización de viajes combinados.
- La calidad en los viajes combinados.
 - Indicadores de calidad del producto.
 - Controles sobre los proveedores.
 - Controles sobre los distribuidores.
 - Análisis del impacto social y medio ambiental.
 - Atención al distribuidor en la venta de viajes combinados.
 - Controles de satisfacción de los clientes.
 - Gestión de quejas y reclamaciones de clientes.
- Aplicaciones informáticas.
- Supuestos prácticos de diseño y cotización de viajes combinados a la oferta y a la demanda. Los proveedores: tarifas, formas de pago y contratos. Cotización: costes, margen de beneficio y PVP. Resultado económico del viaje

Coordinación de viajes combinados con los prestatarios de los servicios.

- Operación y reserva de los viajes combinados. Procesos.
- Control de plazas y cupos. Gestión de tiempos: release.
- Medios utilizados y operativa: directamente al prestatario o a través de las agencias corresponsales o receptoras.
- Organización y reserva de los servicios de transporte, alojamiento y otros servicios complementarios para grupos y clientes individuales.

- Coordinación con las agencias receptoras: reserva de servicios y atención a los clientes en destino.
- Documentación: tipo, finalidad y emisión.
- Aplicaciones informáticas específicas de información para el diseño, gestión y reserva de servicios turísticos.
- Programas informáticos de gestión interna y de gestión de ventas.
- Conexiones informáticas con los proveedores.

Identificación del mercado de eventos.

- Los eventos. Tipología. Concepto y función. Clasificación de los eventos. Infraestructuras y servicios necesarios en función del tipo de evento.
- El departamento de organización de eventos: necesidades de personal y distribución de funciones.
- Servicios demandados según la tipología de eventos.
- La captación de eventos: organismos y empresas públicas y privadas intervinientes.
- La importancia de los eventos. Análisis del mercado actual y previsible evolución del sector. Impacto económico y social en los destinos.
- Oferta turística necesaria para el desarrollo de eventos.
- Patrocinadores y entidades colaboradoras.
- Aplicaciones informáticas de información aplicadas a los eventos.

Organización de eventos.

- Proyecto: fases y metodología para su desarrollo.
- Recursos humanos, técnicos y materiales para la organización de eventos.
- La contratación de servicios a proveedores de transporte, alojamiento, restauración, seguros, material multimedia y otras necesidades.
- Las nuevas tecnologías utilizadas en los eventos.
- La comercialización del evento. Herramientas promocionales.
- Formalización y gestión de la documentación de un evento.
- La Gestión Económica de los Eventos. Cálculo de costes: elaboración del presupuesto, valoración, cálculo de tarifas y determinación del margen de beneficios.
- Coordinación entre clientes y organizador del evento. Presentación del evento.
- Plan de seguridad.: gestión, medios técnicos y planes de emergencia.
- Aplicaciones informáticas para la búsqueda de información y gestión de eventos.
- Supuesto práctico de organización de un evento. Definición de cliente y servicio. Selección de proveedores y contratación de servicios. Cotización, cálculo de costes, margen de beneficio y PVP. Determinación de tarifas, formas de pago y contratos. Evaluación del desarrollo del evento y Análisis de resultados

Supervisión de eventos.

- Coordinación de los recursos humanos y control durante el evento.
 - Personal. Funciones y ubicación.
 - Equipos técnicos, mobiliario y material diverso.
 - Documentación del evento: carpetas, credenciales y otros.
 - Aplicación de normas de protocolo en diversos tipos de actos.
- Puntos clave para el éxito de un evento. Check List del evento
- Fases en el desarrollo de un Evento: acogida, atención durante el evento, y despedida.
- Soportes publicitarios e informativos en eventos.
- Acogida, atención a los asistentes durante el evento y despedida. Procedimiento.
- Gestión de las relaciones con los medios de comunicación. Necesidades técnicas y dispositivos para los medios.
- El centro de prensa y el plan de comunicación.
- La calidad en los servicios de eventos.

Actividades Post-evento

- Evaluación del desarrollo del evento
- Análisis de resultados
- Análisis de satisfacción y tratamiento de quejas
- Detección de errores y propuestas de mejora.
- Elaboración de estadísticas, informe y memoria.
- Evaluación de la repercusión del evento.
- Facturación a clientes. Pago a proveedores de servicios y personal contratado.

Módulo Profesional 11: INGLÉS (Código: 0179)

CONTENIDOS (Duración 160 horas)

Comprensión oral precisa

- Discursos y mensajes generales y profesionales del sector.
- Distintos acentos de los hablantes.
- Diferentes registros de formalidad.
- Mensajes directos, telefónicos, radiofónicos, televisivos, grabados.
- Idea principal y secundaria en presentaciones y debates.
- Instrucciones sobre operaciones y tareas propias del puesto de trabajo.
- Horarios, fechas y cantidades.
- Expresiones de opinión, preferencia, gusto y reclamaciones.
- Solicitud de información general y específica del sector.
- Terminología específica del sector.
- Normas de convivencia y protocolo.
- Fórmulas de cortesía.
- Fórmulas de saludo, acogida y despedida.
- Recursos gramaticales.
 - Relaciones lógicas de oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, consecuencia.
 - Relaciones temporales: simultaneidad, anterioridad, posterioridad.
- Recursos lingüísticos.
 - Interpretación de distintos acentos.
 - Uso de registros de formalidad adecuados al contexto y al interlocutor.
 - Identificación de los elementos culturales más significativos de los países de lengua 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.
 - Expresión de la secuenciación.
 - El lenguaje de los debates.
 - El lenguaje de las reclamaciones.

Producción oral precisa

- Mensajes en el registro apropiado y con la terminología específica del sector turístico.
- Fórmulas de cortesía.
- Fórmulas de saludo, acogida y despedida.
- Normas de convivencia y protocolo.
- Horas, fechas, estaciones y cantidades.
- Información sobre: tipos de alojamiento y su organización; localización, acceso y transporte al establecimiento; posibilidades turísticas de la zona; cómo se llega a un lugar determinado; la oferta de servicios y facilidades; precios y reservas; horarios de museos, restaurantes, tiendas, transporte público, tiendas, bancos y farmacias de la zona; usos y costumbres sociales de la región.
- Toma, mantenimiento y cesión del turno de palabra en debates y mesas redondas.
- Opiniones, gustos y preferencias.

- Tratamiento de quejas y reclamaciones.
- Descripción de: tipos de alojamiento y planes de estancia; servicios y facilidades ofertados; precios y facturación y formas de pago; los ítems de una factura; puestos de trabajo, función y responsabilidades de los mismos; cartas de comidas y de bebidas; eventos y condiciones de contratación.
- Recomendación y sugerencia de establecimientos, servicios, locales y eventos.
- Recursos gramaticales.
 - Tiempos verbales.
 - Preposiciones y locuciones preposicionales.
 - Adverbios y locuciones adverbiales.
 - Estilo directo e indirecto.
 - Relaciones lógicas de oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.
 - Relaciones temporales de simultaneidad, anterioridad, posterioridad.
- Recursos lingüísticos.
 - Expresión de relaciones lógicas de oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, consecuencia.
 - Expresión de relaciones temporales de simultaneidad, anterioridad, posterioridad.
 - Expresión de sugerencias y recomendaciones.
 - Expresión de la secuenciación.
 - Expresión precisa de direcciones para llegar a lugares.
 - El body language como recurso de cohesión del discurso oral.
 - Terminología específica del sector.
 - Marcadores lingüísticos de relaciones sociales, normas de cortesía y diferencias de registro.
 - La entonación como recurso de cohesión del discurso oral: uso de los patrones de entonación.
 - Apoyo, demostración de entendimiento, petición de aclaración.
 - Toma, mantenimiento y cesión del turno de palabra.
 - Acentos y registros de formalidad.

Interpretación de mensajes escritos, en soporte papel y telemático

- Comprensión global y detallada de mensajes, textos, artículos profesionales del sector y cotidianos.
- Interpretación exacta de la terminología específica del sector turístico.
- Comprensión detallada de la información contenida en reservas, informes, formularios, folletos y prensa especializada del sector.
- Comprensión detallada de ofertas de trabajo en el sector.
- Comprensión detallada de instrucciones, memos, avisos y reservas.
- Comprensión detallada de correspondencia, e-mail, fax, burofax.
- Recursos gramaticales.
 - Tiempos verbales.
 - Preposiciones y locuciones preposicionales.
 - Adverbios y locuciones adverbiales.
 - Estilo directo e indirecto.
 - Relaciones lógicas de oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.
 - Relaciones temporales de simultaneidad, anterioridad, posterioridad.
- Recursos lingüísticos.
 - Comprensión exacta de las relaciones lógicas de oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, consecuencia.
 - Comprensión exacta de relaciones temporales de simultaneidad, anterioridad, posterioridad.
 - Interpretación exacta de los marcadores lingüísticos de relaciones sociales, normas de cortesía y diferencias de registro.
 - Reconocimiento de distintos acentos y registros de formalidad.

Emisión de textos escritos

- Producción de textos cotidianos y profesionales del sector, usando los registros adecuados al contexto de comunicación.
- Redacción de avisos, mensajes, reservas y facturas profesionales.
- Cumplimentación de documentos cotidianos y profesionales del sector.
- Formalización de los documentos asociados a la prestación de los servicios ofertados por el establecimiento.
- Redacción de “currículum vitae” y cartas de presentación.
- Redacción de correspondencia, fax, e-mail.
- Recursos gramaticales.
 - Uso correcto de los signos de puntuación.
 - Tiempos verbales.
 - Preposiciones y locuciones preposicionales.
 - Adverbios y locuciones adverbiales.
 - Estilo directo e indirecto.
 - Relaciones lógicas de oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.
 - Relaciones temporales de simultaneidad, anterioridad, posterioridad.
- Recursos lingüísticos.
 - Expresión escrita exacta de las relaciones lógicas de oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, consecuencia.
 - Expresión escrita exacta de relaciones temporales de simultaneidad, anterioridad, posterioridad.
 - Adecuación del texto al contexto comunicativo.
 - Selección del léxico profesional, de las estructuras sintácticas y de registro adecuada al contenido y al contexto comunicativo.
 - Coherencia en el desarrollo de texto.
 - Identificación e interpretación de los elementos culturales significativos de los países de habla inglesa.
 - Valoración y uso correcto de las normas culturales y protocolarias en las relaciones internacionales.
 - Uso de los recursos formales y funcionales que requieren un comportamiento socioprofesional con el fin de proyectar una buena imagen de la empresa.

Módulo Profesional 12: Venta de servicios turísticos. (Código: 0398)

CONTENIDOS (Duración: 140 horas)

Tipología de servicios en las agencias de viajes.

- Intermediación en la venta del transporte aéreo.
 - Tipología y caracterización.
 - Aeropuertos. Proveedores del transporte aéreo. Productos y servicios que ofertan.
 - Principales tarifas. Comisiones. Condiciones del transporte.
 - Impuestos y tasas.
 - Normativa vigente del transporte aéreo.
 - Derechos y deberes de usuarios y transportistas.
- Intermediación en la venta del transporte marítimo.
 - Tipología y características.
 - Puertos. Compañías marítimas. Productos y servicios que ofertan.
 - Principales tarifas. Comisiones. Condiciones del transporte.
 - Impuestos y tasas.
 - Normativa vigente del transporte marítimo.
 - Derechos y deberes de usuarios y transportistas.

- Intermediación en la venta del transporte ferroviario.
 - Tipología y características.
 - Estaciones. Compañías ferroviarias. Productos y servicios que ofertan.
 - Principales tarifas. Comisiones. Condiciones del transporte.
 - Impuestos y tasas.
 - Normativa vigente del transporte ferroviario.
- Intermediación en la venta del transporte por carretera.
 - Tipología y características: Autocares. Alquiler de automóviles y otros tipos de vehículos.
 - Proveedores. Productos y servicios que ofertan.
 - Principales tarifas. Comisiones. Condiciones del transporte.
 - Impuestos y tasas.
 - Normativa vigente del transporte por carretera.
 - Derechos y deberes de usuarios y transportistas.
- Intermediación en la venta de alojamiento turístico y servicios de restauración.
 - Tipología y características. Productos y servicios que ofertan.
 - Tarifas. Comisiones. Condiciones del servicio.
 - Normativa vigente de alojamientos turísticos y empresas de restauración.
- Intermediación en la venta de viajes combinados. Principales productos y proveedores. Comisiones.
- Intermediación en la venta de otros servicios turísticos. Caracterización y tipologías: guías turísticos, seguros de viaje, venta y cambio de divisas, cheques de viajero, entradas a espectáculos, museos, monumentos, excursiones y otras actividades de las agencias de viajes. Comisiones, tarifas y condiciones. Productos y servicios que ofertan.

Aplicación de técnicas de venta de productos y servicios turísticos.

- El cliente. Tipología y características. Tratamiento del cliente en función de necesidades y motivos de compra.
 - Técnicas de comunicación aplicadas. El lenguaje del cuerpo y su información.
- Técnicas de venta de productos y servicios turísticos. Principios básicos. Valoración de la importancia de las técnicas de venta en la gestión comercial de las agencias de viajes
- Etapas de la venta:
 - Acogida y generación de confianza en el cliente.
 - Indagación de necesidades y deseos del cliente.
 - Presentación del producto/servicio.
 - La negociación. Proceso y técnicas. Manejo de objeciones y dudas.
 - Cierre de la venta
- Venta telefónica de servicios turísticos.

Venta de servicios.

- Fuentes de información internas y externas utilizadas para la venta de productos y servicios turísticos en agencias de viajes. Tipología y uso.
- Información y asesoramiento al cliente de productos, servicios y destinos turísticos.
- Reserva de productos y servicios. Sistemas de reservas.
 - Procedimiento de reserva y confirmación. Localizadores
 - Alternativas en el supuesto de no-confirmación.
 - Depósitos.
- Gestión de reservas a través de Global Distribution System (GDS), Computerized Reservation System (CRS) y otros sistemas globales de distribución.
- Relaciones con proveedores. Medios y documentos de confirmación de reserva. Crédito y prepago.
- Confirmación del servicio y entrega de documentación al cliente.
- Información previa al servicio/viaje.
 - Pasaporte, D.N.I., visados.
 - Fichas de control de entrada y salida.
 - Certificados de vacunación.
 - Divisas, cupos y trámites aduaneros.
 - Consulados y embajadas.
 - Horarios, itinerarios y otros datos de interés

- Registro de datos. Soportes documentales. Procedimiento de uso y archivo.
- Normativa vigente sobre protección de datos de consumidores y usuarios.
- Agencias virtuales. Venta por Internet, equipos informáticos, terminales, Centrales de Reservas y GDS.
- La calidad en la venta de productos y servicios turísticos en agencias de viajes.

Operaciones de cierre y post-venta. Procesos y documentos administrativos.

- Documentos para la prestación de servicios. Tipología: fichas de clientes, expediente de servicios, fichas de proveedores, presupuesto de servicios, bonos, títulos de transporte, Miscellaneous Charge Order (MCO).
- Procedimiento de emisión:
 - Bonos, billetes, pasajes, títulos de transporte y MCO. Localizadores.
- Documentos de venta. Tipología. Funciones.
- Procedimiento de facturación de servicios a clientes. Facturas y albaranes. Sistemas y formas de cobro de servicios.
 - Transporte
 - Alojamiento y servicios de restauración.
 - Viajes combinados.
 - Otros servicios turísticos.
- Sistemas y formas de cobro de servicios. Políticas de crédito.
 - Cliente individual.
 - Cliente empresa.
- Cancelaciones de servicios. Procedimiento. Aplicación de la normativa en función del servicio cancelado. Devoluciones por servicios no utilizados.
- Instrucciones previas al servicio/viaje.
- Procesos de post-venta y valoración desde un punto de vista comercial y de fidelización. Tratamiento de quejas y reclamaciones.
- Aplicaciones informáticas, terminales y GDS.

ANEXO II

ORGANIZACIÓN ACADÉMICA Y DISTRIBUCIÓN HORARIA SEMANAL

Familia profesional: Hostelería y Turismo					
Ciclo Formativo: AGENCIAS DE VIAJES Y GESTIÓN DE EVENTOS					
Grado: Superior			Duración: 2.000 horas		Código: HOTS02
MÓDULOS PROFESIONALES			CENTRO EDUCATIVO	CENTRO DE TRABAJO	
Clave	Denominación	Duración del currículo (horas)	Curso 1º 1º-2º-3º trimestres (horas semanales)	CURSO 2º	
				2 trimestres (horas semanales)	1 trimestre (horas)
01	Destinos turísticos	205	6		
02	Estructura del mercado turístico	170	5		
03	Formación y orientación laboral	90	3		
04	Marketing turístico	140	4		
05	Protocolo y relaciones públicas	100	3		
06	Recursos turísticos	135	4		
07	Segunda lengua extranjera: Francés	160	5		
08	Dirección de entidades de intermediación turística	140		7	
09	Empresa e iniciativa emprendedora	65		3	
10	Gestión de productos turísticos	95		5	
11	Inglés	160		8	
12	Venta de servicios turísticos	140		7	
13	Proyecto de agencias de viajes y gestión de eventos	30			30
14	Formación en centros de trabajo	370			370
Horas totales		2.000	30	30	400

(03/13.436/10)